

**STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI TAMARUNANG
SEBAGAI OBJEK WISATA PANTAI DI KABUPATEN JENEPONTO**

**SKRIPSI
Tugas Akhir - 465 D52 06
PERIODE II
Tahun 2012-2013**

**Sebagai Persyaratan Untuk Ujian
Sarjana Arsitektur
Program Studi Pengembangan Wilayah dan Kota**

Oleh

**FAJRIN MAPPA
D521 07 022**



**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN WILAYAH DAN KOTA
JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2012**

PENGESAHAN SKRIPSI

PROYEK : TUGAS SARJANA PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN
WILAYAH DAN KOTA

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI TAMARUNANG SEBAGAI
OBJEK WISATA PANTAI DI KABUPATEN JENEPONTO

PENYUSUN : FAJRIN MAPPA

NO. STB : D521 07 022

PERIODE : II – Tahun 2012/2013

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Ir. H. Baharuddin Koddeng, MSA

NIP. 19491115 198403 1 001

Abdul Rachman Rasyd. ST., M.Si

NIP. 19741006 200812 1 002

Ketua Jurusan Arsitektur
Fakultas Teknik
Universitas Hasanuddin

Ketua Program Studi PWK
Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik
Universitas Hasanuddin

Baharuddin Hamzah, ST., M.Arch., Phd

Nip. 19690308 199512 1 001

Dr. Ir. Arifuddin Akil. MT

Nip. 19690308 199512 1 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis hanturkan kehadirat Allah SWT. Atas berkat dan limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Strategi Pengembangan Pantai Tamarunang Sebagai Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jeneponto”** sebagai persyaratan dalam penyelesaian perkuliahan pada jenjang S1 Program Studi Pengembangan Wilayah dan Kota Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis menyadari terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar tugas akhir ini menjadi lebih baik lagi dimasa mendatang.

Akhir kata, teriring doa yang tulus dan ungkapan terima kasih, penulis menghaturkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya apabila terjadi kesalahan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Besar harapan penulis semoga karya ini dapat bermanfaat demi kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi acuan dalam studi selanjutnya, terutama dalam bidang Pengembangan Wilayah Kota

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, Desember 2012

Fajrin Mappa

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas karunia dan hidayah-Nya serta junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, kesabaran, dan kekuatan, dalam menyelesaikan skripsi ini. Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak lepas atas kontribusi dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan semangat, bimbingan, dan bantuan kepada penulis, antara lain kepada:

1. Ibunda **Nuraeni. S** dan ayahanda **Mappasomba Siama** selaku orang tua yang tiada henti memberi dukungan, semangat, nasehat, didikan dan doa tulus kepada penulis. Terima kasih atas segala kasih sayangnya selama ini.
2. Bapak **Ir. H. Baharuddin Koddeng, MSA** dan Bapak **Abdul Rachman Rasyid** selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, yang tak mengenal lelah untuk membimbing, menasehati, mendidik, waktu yang telah diluangkan, ilmu pengetahuan yang telah banyak diberikan, serta arahan dan kepercayaan kepada penulis. Terima kasih atas segala ilmu dan keteladanannya serta bimbingannya selama ini.
3. Ibu **Ir. Hj. Suriana Latanrang, M.Si.**, selaku Kepala Studio Akhir PWK yang telah senantiasa mendampingi, menasehati dan memberikan motivasi kepada penulis selama menjalani program Studio Akhir. Terima kasih atas segala kesabaran dan bantuannya.
4. Bapak **Prof. Dr. Ir. H. M. Ramli Rahim, M.Eng.** Bapak **Dr. Eng. I h s a n. ST., MT** dan Ibu **Ir. Zenaide Toban, MS** selaku tim dosen penguji yang telah turut memberikan masukan dan arahan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
5. Bapak **Baharuddin Hamzah, ST. March. Ph.D** selaku Ketua Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
6. Bapak **Dr. Ir. Arifuddin Akil. MT** selaku Ketua Program Studi Pengembangan Wilayah Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin

7. Seluruh dosen, pegawai dan staf Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Terima kasih atas segala ilmu, bantuan, dan arahannya selama ini.
8. Saudara-saudaraku. **Fatmawati Mappa, Fadli Mappa** dan **Fauziah Apriliyanti Mappa** tersayang yang telah banyak memberikan motivasi gangguan dan keceriaan
9. Teman-teman senasib dan seperjuangan di **Studio Akhir Periode II 2012/2013** . **Alan, Lucke, Fyka, Welo dan Fadel** atas kebersamaan, dukungan, dan semangatnya selalu, canda tawanya, kebersamaan, motivasi, bantuan dan sudah mau menjadi teman diskusi yang banyak memberikan masukan
10. Keluarga Besar **Arsitektur 2007** dan **PWK 2007** yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulisan ini.
11. Keluarga besar **Memet Ahmad Sayuti** yang telah banyak membantu selama penulisan tugas akhir berlangsung
12. **Time Travel Band** yang telah memberikan motivasi, gangguan dan canda tawa.

STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI TAMARUNANG SEBAGAI OBJEK WISATA PANTAI DI KABUPATEN JENEPONTO

Fajrin Mappa, Baharuddin Koddeng, Abdul Rachman Rasyid

ABSTRAK

Kabupaten Jeneponto merupakan salah satu kabupaten yang ada di Propinsi Sulawesi Selatan dan termasuk kawasan Timur Indonesia yang memiliki berbagai potensi alam khususnya sektor pariwisata yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sektor yang bisa meningkatkan pendapatan asli daerah Kabupaten Jeneponto itu sendiri. Pantai Tamarunang adalah salah satu pantai di Kabupaten Jeneponto yang berpotensi untuk pengembangan kawasan wisata yang tertuang didalam RTRW Kabupaten Jeneponto 2010-2030. Sejalan dengan pengembangan potensi yang ada, di Pantai Tamarunang pula memiliki kendala pengembangan yang dapat diidentifikasi dengan menggunakan analisis potensi dan kendala, analisis SWOT/ IFAS dan EFAS untuk merumuskan strategi dengan menghasilkan program arahan kebijakan dan diteruskan dengan analisis segmentasi kawasan. Analisis segmentasi kawasan dilakukan dengan membagi kawasan ke dalam beberapa segmen. Adapun arahan kebijakan dari analisis sebelumnya yakni program pengembangan segmen kegiatan atraksi wisata dan segmen sarana penunjang kawasan wisata pantai pada kawasan Pantai Tamarunang.

Kata kunci : wisata pantai, potensi, kendala, strategi pengembangan

A. PENDAHULUAN

Pembangunan kepariwisataan harus ditingkatkan dan dikembangkan untuk memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperkaya kebudayaan nasional dengan tetap mempertahankan kepribadian bangsa dan tetap terpeliharanya nilai-nilai agama, mempercepat persahabatan antar bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, serta memperhatikan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup. Pembangunan kepariwisataan juga diarahkan untuk mendorong pengembangan produk nasional. Pantai Tamarunang, yang juga mempunyai pengaruh dalam aspek politik, dimana terdapat resort dan resto yang sering digunakan sebagai tempat istirahat para tamu pemerintahan untuk melakukan rapat internal. Namun dari kondisi yang ada masih ditemukan beberapa permasalahan yang meliputi pengembangan sektor pariwisata yaitu

perluanya mengoptimalkan sarana dan prasarana untuk objek wisata, dan atraksi wisata pantai tamarunang itu sendiri. Untuk itu perlu menyusun strategi pengembangan mengenai potensi dan kendala yang terdapat di lokasi objek wisata Pantai Tamarunang agar dapat menambah citra Kabupaten Jeneponto dengan penekanan sosial, ekonomi dan budaya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Tinjauan Umum Pariwisata

Kata pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat yang lain, yang dalam bahasa inggrisnya disebut *tour*. Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, dinyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

2. Tinjauan Umum Wisata Pantai

Kepres No. 32 tahun 1990 dan Surat Kepmen Pertanian No.

837/KPTS/UM/1980 menjelaskan mengenai kriteria lokasi kawasan lindung dan termasuk di dalamnya adalah sempadan pantai yang merupakan kawasan perlindungan setempat. Sempadan pantai adalah kawasan tertentu sepanjang pantai yang mempunyai manfaat penting untuk mempertahankan kelestarian fungsi pantai. Tujuan perlindungan adalah melindungi wilayah pantai dari kegiatan yang mengganggu kelestarian fungsi pantai. Kriteria sempadan pantai adalah sederetan tepi pantai sekurang-kurangnya berjarak 100 meter diukur dari pasang tertinggi ke arah darat, dengan pertimbangan pertahanan keamanan, kepentingan umum dan permukiman yang sudah ada. Terdapat 3 faktor yang menjadi dasar dalam menentukan aspek dalam pengembangan suatu kawasan wisata (*Departemen Kelautan dan Perikanan, 2004: 15*), antara lain:

- a. Atraksi wisata : Daya tarik atraksi yang dapat diberikan yakni **sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati dan dimiliki oleh wisatawan**
- b. Aksesibilitas : Akses (Ditjen CK, 2000) yakni Akses untuk kendaraan berada di antara batas terluar sempadan tepian air, setiap 300 m ada jalan akses ke tepian air, jalan bebas dari parkir roda empat, lebar minimum tiga meter.
- c. Infrastruktur : Fasilitas yang berhubungan langsung dengan kebutuhan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata, antara lain: fasilitas transportasi, infrastruktur dasar (air bersih, listrik, telepon dan sebagainya), agen travel, akomodasi, fasilitas makan (restoran & gerai makanan) dan fasilitas atraksi wisata. retail *shopping*, perbankan, asuransi, fasilitas hiburan, area bersantai, *personal service's facilities*, pelayanan publik, bahan bakar dan sebagainya.

(*Departemen Kelautan dan Perikanan, 2004:16*).

3. Tinjauan Tentang Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti "*Seni berperang*" atau kepemimpinan dalam ketentaraan. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan yang berarti.

a. Pilihan strategi : Berkenaan dengan pilihan strategik maka akan dikaji penentuan pilihan melalui matriks kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats matrix*)

b. Strategi Pengembangan Wisata : Gamal Suwanto (1997:56) ada beberapa langkah pokok dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata yakni dalam Jangka pendek dititikberatkan pada optimasi, dalam Jangka menengah dititikberatkan pada konsolidasi, dalam Jangka panjang dititikberatkan pada pengembangan dan penyebaran

c.

4. Promosi, pemasaran dan kelembagaan pariwisata

Pariwisata adalah industri yang harus menjual produk oleh karena itu, promosi dan pemasaran merupakan keharusan. Suatu upaya menarik sebanyak mungkin pelanggan, membuat mereka betah atau lebih lama tinggal dan membelanjakan uangnya sebanyak mungkin. Promosi dan pemasaran melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan. Selain pemerintah, sektor industri-terutama yang bersentuhan langsung dengan pariwisata sangat berkepentingan dengan pemasaran produknya masing-masing. Pihak-pihak yang terlibat dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok utama yakni lembaga pemerintah, lembaga swasta dan lembaga nirlaba

C. METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di lokasi objek wisata Pantai Tamarunang di Kabupaten Jeneponto. Pemilihan lokasi ini atas dasar pertimbangan yakni :

- Potensi kawasan wisata Pantai Tamarunang belum dimanfaatkan seoptimal mungkin dengan melihat potensi fisik kawasan
- Kegiatan wisata dan Sarana prasarana kepariwisataan yang belum memadai sehingga belum mampu menarik wisatawan yang lebih banyak untuk berkunjung ke lokasi wisata
- Pemberdayaan masyarakat sekitar dalam usaha pemanfaatan sumber daya alam sebagai peningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Adapun batas administrasi di lokasi penelitian adalah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Kec. Turatea
Sebelah Timur :Kec. Arungkeke
Sebelah Barat :Kec. Tamalatea
Sebelah Selatan : Laut Flores



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

2. Metode Pengumpulan Data

a) Pengumpulan Data Sekunder

- Badan Pusat Statistik Kab. Jeneponto
Data kependudukan menyangkut jumlah penduduk, persebaran, kepadatan penduduk, luas lokasi penelitian, data topografi, iklim dan curah hujan dan data statistik lain
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jeneponto
Data jumlah wisatawan, peta lokasi, luas lokasi penelitian, masalah dan potensi yang ada, serta program dan kebijakan pengembangan pada lokasi penelitian wisata Pantai Tamarunang
- Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Jeneponto
Data kebijakan pemerintah terhadap pengembangan objek wisata di Kabupaten Jeneponto, serta Rencana Strategisnya.
- b) Pengumpulan Data Primer**
- Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan pencatatan secara sistematis mengenai kondisi yang ada di Pantai Tamarunang.
- Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan narasumber

(kekuatan dan kelemahan). Berikut adalah tabel analisis SWOT

3. Unit Analisis

Tabel 1. Unit Analisis

No.	Rumusan Masalah	Unit Analisis	Jenis Data	Teknik Analisis
1.	Potensi dan kendala pada kawasan pengembangan di Pantai Tamarunang	<p>a. Karakteristik Fisik</p> <ol style="list-style-type: none"> Kondisi fisik daratan <ul style="list-style-type: none"> Topografi Iklim dan curah hujan Vegetasi pantai Keamanan dan kenyamanan pantai Kualitas pasir View/panorama Kondisi fisik laut <ul style="list-style-type: none"> Arus dan gelombang Biota laut Sarana dan prasarana <p>b. Karakteristik Non-fisik</p> <ol style="list-style-type: none"> Sosial ekonomi, budaya dan masyarakat Daya tarik budaya dan tradisi Pemukiman penduduk Aktifitas di areal pengembangan Pendapat masyarakat mengenai pengembangan obyek wisata Pendapat pengunjung mengenai objek wisata <p>c. Promosi, pemasaran dan kelembagaan</p>	Primer Sekunder	• Analisis potensi dan kendala
2.	Strategi pengembangan Pantai Tamarunang sebagai objek wisata pantai	<ol style="list-style-type: none"> Aspek fisik Aspek non fisik Promosi, pemasaran dan kelembagaan 	Primer Sekunder	• Analisis SWOT, IFAS/EFAS • Analisis segmentasi

(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)

4. Metode Analisis

a) Analisis Potensi dan Kendala Pengembangan

Mengidentifikasi potensi dan kendala dalam mengembangkan kawasan wisata Pantai Tamarunang baik aspek fisik, masyarakat, sosial ekonomi dan budaya serta promosi, pemasaran dan kelembagaan wisata Pantai Tamarunang.

b) Analisis SWOT/ IFAS dan EFAS

Analisa ini dilakukan berdasarkan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal

Tabel 2. Analisis SWOT

Internal / Eksternal	Strength (S) (Kekuatan Internal)	Weaknesses (W) (Kelemahan Internal)
Opportunities (O) (Peluang)	Strategi (SO) Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Thereats (T) (Ancaman)	Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Sumber : Freddy Rangkuti, 2002 : 31)

Analisis dua tahap formulasi strategi yang digunakan dalam pengembangan ini meliputi analisis lingkungan internal dan eksternal (IFAS dan EFAS) dan analisis strategi SWOT. Tahap Input:

- Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Kawasan

Mendaftarkan semua kekuatan dan kelemahan yang ditemukenali. Dalam penyajiannya, faktor yang bersifat positif (kekuatan) ditulis sebelum faktor yang bersifat negatif (kelemahan). Begitu pula dengan tahap identifikasi faktor eksternal kawasan.

- Pemberian Bobot Setiap Faktor

Faktor yang dianggap mempunyai pengaruh terbesar pada prestasi kawasan diberi bobot tertinggi. Jumlah dari semua bobot yang diberikan harus sama dengan 1,0

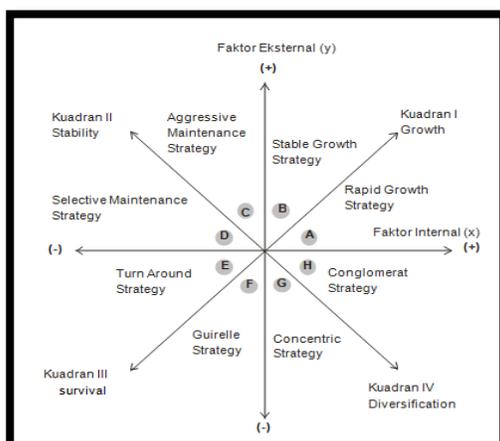
- Penentuan Rating

Untuk matrik IFAS dan EFAS, rating nilai peringkat yang digunakan, yaitu : 1 = tidak penting, 2 = kurang penting, 3 = penting, 4 = Sangat penting. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1

sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif (semua variabel yang masuk kategori kelemahan) kebalikannya.

- Penentuan Skor
Skor IFAS di atas 2,0 menunjukkan Strengths (S) lebih besar dari Weaknesses (W), dan jika di bawah 2,0 menunjukkan sebaliknya. Skor EFAS di atas 2,0 menunjukkan Opportunity (O) lebih besar dari Threats (T), dan jika di bawah 2,0 menunjukkan sebaliknya.

Jika $S > W$ dan $O > T$, pilih strategi SO, menggunakan kekuatan untuk merebut peluang, agresif, ekspansi, growth oriented strategy. Jika $S > W$ dan $O < T$, pilih strategi ST, menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, diversifikasi produk atau proses. Jika $S < W$ dan $O > T$, pilih strategi WO, memanfaatkan peluang untuk meminimalkan kelemahan, selective strategy, stabilisasi. Jika $S < W$ dan $O < T$, pilih strategi WT, meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, strategi defensif, survival. Berdasarkan penilaian tersebut maka boleh diketahui koordinat sumbu X dan Y dan posisinya dalam bentuk kuadran SWOT.



Gambar 2. Kuadran SWOT

- a) Kuadran I (Growth), yaitu kuadran pertumbuhan, terdiri atas 2 ruang:

1) Ruang A dengan *Rapid Growth Strategy*, yaitu strategi pertumbuhan aliran cepat untuk diperlihatkan pengembangan secara maksimal untuk target tertentu dan dalam waktu singkat.

2) Ruang B dengan *Stable Growth Strategy*, yaitu strategi pertumbuhan stabil dan pengembangan dilakukan secara bertahap dan target disesuaikan dengan kondisi eksisting.

b) Kwadran II, terdiri atas 2 ruang:
1) Ruang C dengan *Agresive Maintenance Strategy*, yaitu pengelola obyek melaksanakan pengembangan secara aktif dan agresif. Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor intern, sedangkan kesempatan dan ancaman merupakan faktor ekstern.

2) Ruang D dengan *Selective Maintenance Strategy*, yaitu pengelolaan obyek adalah dengan pemilihan hal-hal yang dianggap penting.

c) Kwadran III (survival), terdiri atas 2 ruang:

1) Ruang E dengan *Turn Around Strategy*, yaitu strategi bertahan dengan cara tambal sulam untuk operasional obyek.

2) Ruang F dengan *Guirelle Strategy*, yaitu strategi gerilya, operasional dilakukan, diadakan pembangunan atau usaha pemecahan masalah dan ancaman.

d) Kwadran IV (*Diversification*), yaitu kuadran pengembangan,

1) Ruang G dengan *Concentric Strategy*, yaitu strategi pengembangan obyek dilakukan secara bersamaan dalam satu naungan atau koordinator oleh satu pihak.

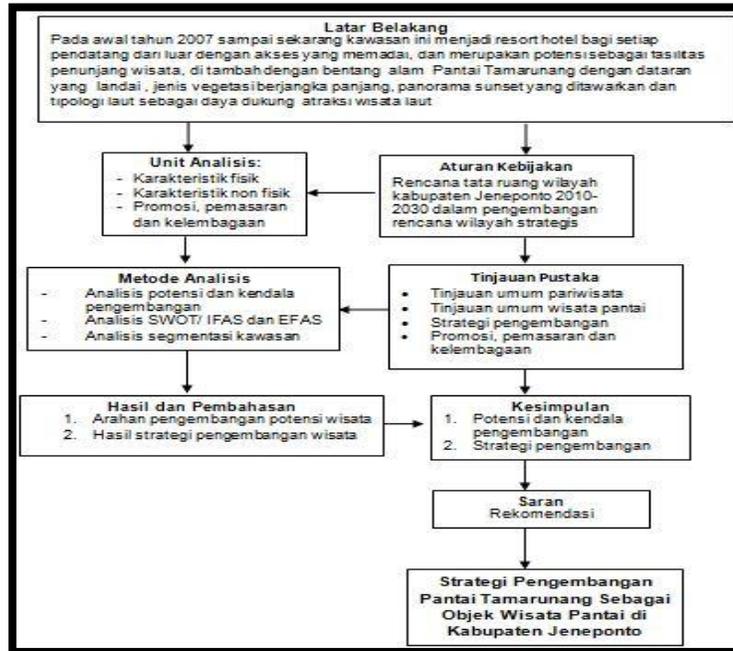
2) Ruang H dengan *Conglomerate Strategy*, yaitu strategi pengembangan masing-masing kelompok dengan cara koordinasi tiap sektor itu sendiri

- c) **Analisis Segmentasi Kawasan**

Analisis segmentasi kawasan dilakukan dengan membagi kawasan ke dalam beberapa segmen yaitu segmen kegiatan atraksi wisata dan segmen

sarana penunjang kawasan wisata pantai pada kawasan Pantai Tamarunang dan segmen wisata penunjang lainnya.

5. Kerangka Pikir



(Sumber : Hasil Analisis penulis 2012)

Gambar 3. Kerangka Pikir

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis potensi dan kendala

Tabel 3. Potensi dan Kendala Aspek Fisik

Karakteristik fisik	Potensi	Kendala
1. Kondisi fisik daratan	Kawasan Pantai Tamarunang merupakan dataran rendah dengan ketinggian 0-100 meter dpl. Letak kemiringan lereng < 2 %. Kawasan pantai dengan dataran rendah sangat berpotensi dalam pengembangan kepariwisataan.	Kondisi pantai dengan adanya kolam bekas tambak menjadi penghambat untuk pembangunan fasilitas pendukung kepariwisataan
a. topografi		
b. Iklim dan curah hujan	Iklim tropis dengan dan curah yang rendah cukup berpotensi bagi wisatawan mancanegara	Iklim tropis dengan suhu udara rata-rata berkisar antara 27°C-32°C kendala bagi wisatawan lokal. Curah hujan setiap tahunnya sangat rendah hanya ± 87 hari hujan sekitar 1049 mm/th
c. Vegetasi pantai	Jenis vegetasi yang berjangka panjang nantinya telah menjadi potensi untuk RTH di areal pengembangan	kurangnya jenis vegetasi di areal pengembangan adalah merupakan suatu kendala bagi wisatawan.
d. Keamanan dan kenyamanan pantai	tidak ada arus berbahaya yang dapat menyeret atau membahayakan keselamatan wisatawan dan Tidak ada gangguan binatang buas yang dapat mengganggu ataupun yang mengancam keselamatan pengunjung, dikarenakan tidak ada hutan yang terdapat di Kelurahan Pa'biringa	Tidak adanya kelembagaan yang mengatur masalah keamanan di areal pengembangan

Karakteristik fisik	Potensi	Kendala
e. Kualitas Lahan	Kualitas lahan dengan pengerasan endapan pasir hitam berpotensi untuk pembangunan sarana fasilitas penunjang	Wilayah daratan Pantai Tamarunang ditutupi oleh endapan pasir berwarna hitam dan di tumbuh rerumputan.
f. View / panorama	Panorama yang ditawarkan cukup berpotensi dengan keindahan sunsetnya dan pemandangan ke laut yang luas beserta ombak yang tenang.	Kurangnya jenis vegetasi yang mengurangi panorama daratan Pantai Tamarunang
2. Kondisi fisik laut		
a. Arus dan gelombang	Kondisi perairan pada kawasan pantai Tamarunang yang relatif tenang, menjadi salah satu potensi bagi kawasan tersebut untuk dikembangkan sebagai kawasan wisata pantai	Kondisi arus dan gelombang tidak monoton. Kondisi ini menyebabkan ketinggian gelombang meningkat pada musim barat.
b. Biota laut	Jenis biota laut berupa agar-agar telah mendominasi di kawasan pesisir Pantai Tamarunang. Agar-agar tersebut adalah sumber mata pencaharian masyarakat sekitar Pantai Tamarunang	Pengolahan jenis biota laut telah memakai lahan di areal pengembangan dan berada pada sempadan pantai.
c. Pasang Surut	tepian atau pembatas pantai dan air laut yaitu berupa tanggul yang dapat mencegah terjadinya abrasi. Hasil wawancara kepada masyarakat sekitar menyatakan sampai saat ini belum pernah terjadi pasang air laut melewati tanggul, selama tanggul tersebut terbangun.	Kendala saat ini yaitu belum ada pengawasan dan perawatan tanggul yang bisa saja rusak karena pengikisan air laut.

(Sumber. Hasil analisis penulis 2012)

Tabel 4. Analisis Potensi, Kendala sarana dan prasarana

Fasilitas penunjang wisata	Potensi dan kendala	keterangan
Resort	Telah tersedia resort di lokasi pengembangan. Resort ini mempunyai 15 kamar dan beberapa fasilitas lainnya.	Ketersediaan resort tersebut merupakan poin plus sebagai potensi fasilitas penunjang wisata
Resto	Terdapat resto/restaurant dan mini bar yang berada pas dekat resort.	Resto yang menyediakan makanan khas Coto Kuda dan Gantala Jarang dapat menambah minat wisatawan untuk mengunjungi Pantai Tamarunang
Peribadatan	Tersedia sarana peribadatan untuk muslim yang berjarak ± 300 meter dari resort	Tidak terdapat sarana peribadatan untuk non muslim. Hal ini merupakan kendala bagi wisatawan non muslim
Peristirahatan	Telah tersedia dua buah gazebo di lokasi pengembangan	Dua buah gazebo yang berada di Pantai Tamarunang sering digunakan pengunjung untuk bersantai
Rumah Sewa	Telah tersedia satu rumah sewa (home stay)	Keberadaan rumah sewa jarang digunakan oleh pengunjung, hal ini dikarenakan jumlah pengunjung masih sedikit dan kunjungan wisata hanya sebentar
Jalan dan aksesibilitas	Kondisi jalan yang memadai dengan aspal yang baik untuk dilalui kendaraan dan mudahnya akses kelokasi pengembangan, akan tapi sirkulasi kendaran dan pejalan kaki di lokasi pengembangan masih belum tertata dan bersifat alami.	Akses untuk wisatawan nantinya merupakan potensi di kawasan pengembangan. Sirkulasi kendaraan dan jalur pejalan kaki masih belum tertata.
Listrik	Telah di sediakan energi listrik cadangan (genset) di kawasan pengembangan	Hampir semua penduduk di areal pengembangan telah memakai jaringan listrik dari PLN
Air bersih	Masyarakat sekitar Pantai Tamarunang menggunakan sumber air bersih yang didapat dari PDAM dan sumur gali untuk kebutuhan sehari-hari.	Ketersediaan air bersih merupakan potensi untuk pengembangan wisata Pantai Tamarunang, akan tetapi belum tersedia sarana penggunaan air bersih untuk wisatawan
Drainase	Sistem pembuangan di Pantai Tamarunang belum tersedia	Sebagian masyarakat setempat masih menggunakan kolam/tambak dan sungai sebagai pembuangan air limbah terakhir
Telekomunikasi	Tersedianya jaringan beberapa provider untuk telepon seluler. Dan jaringan telkom di resort.	Telekomunikasi memudahkan wisatawan untuk berwisata. Maka dengan ketersediaan telekomunikasi tersebut merupakan potensi mengenai pengembangan wisata Pantai Tamarunang
Persampahan	Telah tersedia TPS untuk pengunjung resort di lokasi pengembangan.	Volume sampah di kawasan pengembangan tidak begitu banyak. Hal ini dikarenakan jumlah wisatawan masih sedikit.
Sarana Pendidikan	Ketersediaan sekolah kelautan sederajat SMA di lokasi pengembangan dapat mengganggu konsentrasi belajar	Seharusnya penataan sarana pendidikan lebih diperhatikan lagi dalam RTRW Kabupaten Jeneponto.

(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)

Tabel 5. Analisis potensi dan kendala non fisik

Karakteristik non fisik	Potensi	Kendala
a. Sosial ekonomi, budaya dan masyarakat	Secara umum penduduk di areal pengembangan tumbuh dan berkembang dari akar budaya yang luhur sejak dahulu. Hal ini ditandai dengan bangunan rumah di areal pengembangan masih dominan dengan rumah panggung. Disamping itu sebagian penduduk sekitar berprofesi sebagai PNS.	Sebagian besar warga Kelurahan Pa'biringa bermata pencaharian hasil laut, diantaranya berupa nelayan ikan dan nelayan rumput laut. Namun penghasilan dari hasil laut dan rumput laut kurang mencukupi untuk kebutuhan sehari-harinya,
b. Daya tarik budaya dan tradisi	Daya tarik budaya dan tradisi seperti <i>Ajjarang</i> , <i>Pa'manca</i> dan <i>Pe'dekko</i> , dan makanan khas Coto Kuda, <i>Gantala Jarang</i> juga mempunyai potensi untuk ditawarkan kepada wisatawan	kurangnya perhatian masyarakat dan pemerintah mengenai daya tarik wisata budaya seperti <i>Ajjarang</i> , <i>Pa'manca</i> dan <i>Pe'dekko</i> , dan makanan khas berupa Coto Kuda dan <i>Gantala Jarang</i>
c. Perkembangan jumlah penduduk	Jumlah penduduk di kelurahan Pa'biringa yaitu 6.121 jiwa. jumlah penduduk yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak yaitu 51,2% sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki adalah 48,8%	Dengan jumlah penduduk yang berada di kawasan pengembangan merupakan kendala mengenai SDM yang berhubungan dengan kepariwisataan
d. Aktifitas di lokasi pengembangan	aktifitas selain berwisata yang dilakukan masyarakat sekitar di areal pengembangan adalah nelayan rumput laut dan nelayan ikan. Hal ini bisa menambah mata pencaharian masyarakat pesisir	Aktifitas kepariwisataan di Pantai Tamarunang belum begitu terlihat, hal ini dikarenakan belum ada produk daya tarik wisata.

(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)

Tabel 6. Keterlibatan Stakeholders

Stakeholders	Kendala	Analisis
Lembaga pemerintah	Belum ada campur tangan pemerintah dalam upaya pengembangan daerah maupun pariwisata, termasuk pemasarannya. Belum ada kerja sama internasional dalam upaya pengembangan pariwisata. Kurangnya promosi dan pemasaran mengenai daya tarik objek wisata alam maupun budaya di Kabupaten Jeneponto.	Perlunya campur tangan pemerintah dalam pengembangan pariwisata di kabupaten Jeneponto. Perlunya kerja sama internasional dalam pengembangan pariwisata Perlu adanya promosi dan pemasaran mengenai daya tarik objek wisata alam maupun wisata budaya
Lembaga swasta	Belum ada lembaga swasta dan swadaya masyarakat yang berperan aktif dalam memasarkan produknya masing-masing, misalnya melalui iklan tentang potensi dan ketersediaan fasilitas penunjang.	Perlu ada lembaga swasta di Kabupaten Jeneponto untuk mempromosikan dan memasarkan produk pariwisata
Lembaga Nirlaba (LSM)	Belum ada keterlibatan LSM dalam promosi dan upaya pemasaran wisata.	Keterlibatan masyarakat Kabupaten Jeneponto secara langsung bisa mempromosikan daya tarik objek wisata alam dan budaya, melalui kegiatan-kegiatan positif dan mempromosikan melalui teknologi baru.

(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)

2. Analisis SWOT , IFAS dan EFAS

Tabel 7. Matriks analisis SWOT Aspek fisik

INTERNAL EKSTERNAL	Kekuatan (Strength) S1. Dataran yang landai berpotensi untuk pengembangan pariwisata S2. Ketersediaan fasilitas penunjang berupa resort, resto, telekomunikasi dan air bersih; S3. Aksesibilitas mudah dan aman S5. Terdapat berbagai macam vegetasi; S6. Tidak ada arus, gelombang berbahaya dan gangguan binatang buas	Kelemahan (Weakness) W1. Fasilitas penunjang kepariwisataan belum mencukupi W2. Sistem jaringan drainase belum tersedia W3. Jenis vegetasi masih kurang W4. tempat parkir belum tersedia; W5. Sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki masih bersifat alami dan belum tertata W6. Beberapa kolam/tambak yang tidak produktif menjadi kendala pembangunan kawasan W7. Terdapat sarana pendidikan dan budidaya rumput laut dan ikan yang berada dilokasi pengembangan wisata
	Peluang (Opportunities) O1. Dukungan pemerintah Kabupaten Jeneponto mengenai RTRW 2010 Kabupaten Jeneponto O2. Jenis atraksi yang ditawarkan berupa rekreasi, olah raga, budaya dan makanan khas tradisional O3. Pengelola objek wisata dari 3 elemen yaitu pemerintah, masyarakat dan swasta.	Strength – Opportunities (SO) SO1. Memanfaatkan kondisi dataran yang landai sehingga berpotensi untuk pengembangan wisata Pantai dan atraksi wisata (S1,O1,O2) SO2. Meningkatkan persepsi dan apresiasi wisatawan mengenai ketersediaan fasilitas penunjang berupa resort dan resto untuk sebagai pendukung jenis atraksi wisata yang ditawarkan (S2, O1, O2, O3) SO3. Memanfaatkan kemudahan dan keamanan aksesibilitas sehingga berpotensi untuk pengembangan wisata pantai (S3 dan O1) SO4. Memanfaatkan jenis vegetasi yang ada sebagai potensi wisata Pantai Tamarunang (S4 dan O3) SO5. Meningkatkan persepsi wisatawan mengenai keselamatan dan kenyamanan bahwa tidak adanya gangguan binatang buas dan arus berbahaya
Ancaman (Threats) T1. Sampai saat ini belum ada aplikasi mengenai arahan kebijakan dari pemerintah dan keterlibatan swasta dan masyarakat Kabupaten Jeneponto T2. pengaruh budaya wisatawan; T3. Kadang terjadi pengalihfungsian oleh masyarakat setempat menjadi kawasan budidaya T4. Kegiatan wisata menjadikan lingkungan tercemar.	Strength – Threats (ST) ST1. Lahan yang terdapat di kawasan pengembangan, berdasarkan hasil analisis merupakan lahan yang dapat dikembangkan terutama di sektor pariwisata	Weakness – Threats (WT) WT1. Pengembangan aspek fisik Pantai Tamarunang dengan melengkapi sarana dan prasarana penunjang untuk kegiatan pariwisata, dengan melibatkan pemerintah, swasta dan masyarakat W1-6, T1 dan T4.

(Sumber: Hasil analisis penulis 2012)

Program strategi dari aspek fisik pengembangan Pantai Tamarunang yakni (Ruang H dengan (*Conglomerate Strategy*)*Conglomerate Strategy* yaitu strategi pengembangan masing-masing kelompok dengan cara koordinasi tiap

sektor itu sendiri. Pihak Pemerintah yakni Mengaplikasikan arahan kebijakan pemerintah mengenai pengembangan wisata Pantai Tamarunang, untuk pihak Swasta yakni Pengembangan lebih diarahkan ke

atraksi wisata, sarana dan prasarana sebagai fasilitas penunjang.

dalam pengembangan wisata di Pantai Tamarunang

Pihak Masyarakat yakni Ikut berpartisipasi sebagai pelaku wisata

a) Tabel 8. Matrik Analisis SWOT Aspek Non Fisik

<p>INTERNAL</p> <hr/> <p>EKSTERNAL</p>	<p>Kekuatan (Strength)</p> <p>S1. Potensi budaya, tradisi dan makanan khas daerah dan sifat karakter masyarakat sekitar merupakan produk unggulan sebagai daya tarik objek wisata</p> <p>S2. Aktifitas selain berwisata yang dilakukan masyarakat sekitar adalah nelayan rumput laut dan nelayan ikan, hal ini bisa menambah mata pencaharian masyarakat sekitar Pantai Tamarunang</p> <p>S3. Jumlah Penduduk yang tumbuh dan berkembang dari akar budaya yang luhur sejak dahulu di Kawasan Pengembangan, merupakan potensi sebagai pelaku pariwisata</p>	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <p>W1. Sebagian besar warga Kelurahan Pa'binga bermata pencaharian hasil laut, diantaranya berupa nelayan ikan dan nelayan rumput laut. Namun penghasilan dari hasil laut dan rumput laut kurang mencukupi untuk kebutuhan sehari-harinya.</p> <p>W2. Rendahnya kualitas SDM masyarakat sekitar mengenai kepariwisataan</p> <p>W3. Kurangnya perhatian masyarakat dan pemerintah Kabupaten Jeneponto mengenai daya tarik wisata budaya</p> <p>W4. Aktifitas kepariwisataan di Pantai Tamarunang belum begitu terlihat, hal ini dikarenakan belum ada produk daya tarik wisata.</p>
	<p>Peluang (Opportunities)</p> <p>O1. Dukungan pemerintah Kabupaten Jeneponto mengenai RTRW 2010 Kabupaten Jeneponto</p> <p>O2. Jenis atraksi yang ditawarkan berupa atraksi budaya dan makanan khas tradisional</p> <p>O3. Pengelola objek wisata dari 3 elemen yaitu pemerintah, masyarakat dan swasta.</p> <p>O4. Diharapkan masyarakat sekitar dapat terjun langsung dalam pengembangan wisata Pantai Tamarunang</p> <p>O5. Dukungan dan harapan pengunjung hasil wawancara yakni perlu pengembangan setiap aspek di kawasan Pantai Tamarunang, seperti daya tarik budaya, ketersediaan fasilitas penunjang dan atraksi wisata Pantai</p>	<p>Strength – Opportunities (SO)</p> <p>SO1. memanfaatkan potensi budaya, tradisi, makanan khas daerah dan sifat karakter masyarakat sekitar sebagai produk unggulan daya tarik objek wisata, (S1 dan O2, O4)</p> <p>SO2. Memanfaatkan budidaya rumput laut dan ikan dengan menjadikan kawasan lindung untuk sektor ekonomi bagi masyarakat sekitar. (S2 dan O1)</p> <p>SO3. Memanfaatkan jumlah masyarakat sebagai pelaku pariwisata dengan berinteraksi kepada pengunjung apa maksud dan tujuan berkunjung, dengan itu masyarakat diharapkan menjadi pengelola wisata untuk pengembangan wisata Pantai Tamarunang. (S3, O1, O3 dan O4 dan O5)</p>
<p>Ancaman (Threat)</p> <p>T1. Sampai saat ini belum ada aplikasi mengenai arahan kebijakan dari pemerintah dan keterlibatan swasta dan masyarakat Kabupaten Jeneponto</p> <p>T2. pengaruh budaya wisatawan;</p> <p>T3. Kadang terjadi pengalihfungsian oleh masyarakat setempat menjadi kawasan budidaya</p> <p>T4. Kegiatan wisata menjadikan lingkungan tercemar.</p>	<p>Strength – Threat (ST)</p> <p>ST1. Potensi budaya, tradisi dan makanan khas daerah dan sifat karakter masyarakat sekitar merupakan produk unggulan sebagai daya tarik wisata Pantai Tamarunang untuk di kembangkan, sehingga arahan kebijakan pemerintah akan segera dilaksanakan dengan melibatkan pihak swasta dan masyarakat S1 dan T1</p>	<p>Weakness – Threat (WT)</p> <p>WT1. Mengembangkan wisata Pantai Tamarunang dengan menyediakan sarana dan prasarana fasilitas penunjang dan penawaran produk wisata (W1-4 dan T1)</p>

(Sumber: Hasil analisis penulis 2012)

Program strategi dari aspek non fisik pengembangan Pantai Tamarunang yakni *Conglomerate Strategy* yaitu strategi pengembangan masing-masing kelompok dengan cara koordinasi tiap sektor itu sendiri. Pemerintah : Mengaplikasikan arahan kebijakan

pemerintah mengenai pengembangan wisata Pantai Tamarunang

Swasta : pengembangan sarana dan prasarana sebagai fasilitas penunjang potensi budaya, tradisi dan makanan khas daerah

Masyarakat : Ikut berpartisipasi sebagai pelaku wisata dalam pengembangan

wisata budaya di Pantai Tamarunang

b) Tabel 9. Analisis Promosi, Pemasaran dan Kelembagaan

<p>INTERNAL</p> <hr/> <p>EKSTERNAL</p>	<p>Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <p>S1. Adanya upaya/promosi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah dengan membangun resort dan resto di Pantai Tamarunang</p>	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <p>W1. Belum ada koordinasi dan kerjasama antara pemerintah pusat dan pemerintah kabupaten serta pihak swasta.</p> <p>W2. Kurangnya promosi sehingga potensi wisata belum terpublikasikan secara maksimal</p>
	<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <p>O1. Keterlibatan <i>stakeholders</i> untuk mempromosikan dan memasarkan produk wisata</p> <p>O2. Peluang untuk melakukan kerjasama antara pengelola obyek wisata lainnya;</p> <p>O3. Adanya kebijakan dari Pemerintah Kabupaten Jeneponto untuk pengembangan wisata Pantai Tamarunang</p>	<p>Strength – Opportunities (SO)</p> <p>SO1. Memanfaatkan produk wisata sebagai daya tarik objek wisata dengan ketersediaan resort dan resto melalui pemasaran dan promosi objek wisata di Pantai tamarunang. S1, S2 dan O1-O3</p>
<p>Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <p>T1. Kondisi politik, ekonomi, dan keamanan yang kurang kondusif jika dikaitkan dengan pariwisata;</p> <p>T2. Munculnya kompetisi antara kawasan wisata didaerah lain, baik nasional maupun internasional;</p> <p>T3. Keadaan social, politik, dan ekonomi Indonesia yang mempengaruhi mobilitas wisatawan;</p> <p>T4. Terbatasnya system informasi peluang usaha, yang mencakup informasi potensi produksi dan perluasan jaringan pemasaran</p>	<p>Strength – Threat (ST)</p> <p>ST1. Meningkatkan sarana promosi dan informasi sehingga lebih banyak wisatawan yang berkunjung.</p>	<p>Weakness – Threat (WT)</p> <p>WT1. Meningkatkan promosi wisata kepada masyarakat luas</p> <p>WT2. Menghindari ancaman politik, ekonomi dan keamanan yang kurang kondusif jika dikaitkan dengan pariwisata</p> <p>WT3. Mengatasi persaingan wisata dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas dari SDA serta SDM, serta menyesuaikan fasilitas dan sarana untuk pengunjung.</p>

(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)

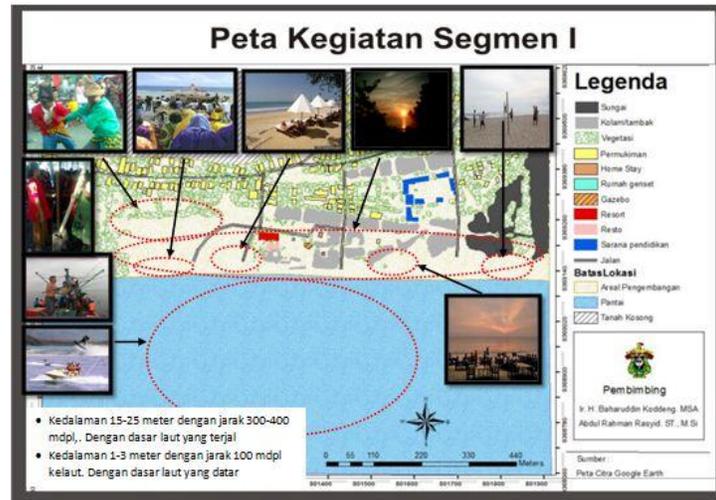
Ruang C dengan *Agresive Maintenance Strategy*, yaitu pengelola obyek melaksanakan pengembangan secara aktif dan agresif Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor intern, sedangkan kesempatan dan ancaman merupakan faktor ekstern.

Program :

Pemerintah : Mengaplikasikan arahan kebijakan pemerintah mengenai pengembangan wisata Pantai Tamarunang Swasta : dibutuhkan keterlibatan stakkeholders untuk keterlibatan pengembangan wisata Masyarakat : Ikut berpartisipasi dalam pengelolaan pengembangan wisata Pantai Tamarunang

Hasil dari rumusan strategi tersebut menyimpulkan arahan kebijakan atau program untuk mengatur konsep arahan kebijakan mengenai potensi alam untuk atraksi wisata, sarana dan prasarana sebagai fasilitas penunjang. Adapun Arahan yang dapat dikembangkan di Kawasan Pantai Tamarunang adalah

1. a) Segment I pengembangan atraksi wisata di Pantai Tamarunang



(Sumber : Hasil analisis penlis 2012)

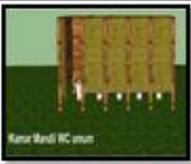
Gambar 4. Segmen I Pengembangan atraksi wisata di Pantai Tamarunang

b) Tabel 10. Arahan atraksi wisata di Pantai Tamarunang

Jenis Wisata	Tempat Pelaksanaan	Waktu Pelaksanaan	Bentuk Kegiatan
Olah raga pantai (volley pantai)	Kegiatan volley pantai dilakukan di pesisir pantai.	Waktu pelaksanaan volley pantai ini sebaiknya dilakukan di pagi hari dan sore hari	kegiatan volley pantai dilakukan oleh empat pemain dengan formasi dua lawan dua.
Menikmati keindahan panorama alam (sunset)	Dilakukan di pesisir pantai dan lebih dinikmati jika berada di resort dan gazebo sambil bersantai	Waktu pelaksanaan untuk menikmati panorama alam seperti sunset dilakukan jika matahari mulai terbenam pada sore hari	Bersantai sambil duduk-duduk ataupun berjalan mengelilingi pesisir pantai
Berjemur	Kegiatan berjemur sebaiknya dilakukan di pesisir pantai dengan ruang terbuka	Waktu pelaksanaan dilakukan jika matahari belum tenggelam	Berjemur dengan menggunakan kursi yang telah disediakan
Wisata kuliner (coto kuda, Gantala Jarang)	Wisata kuliner dilakukan di pesisir pantai sesuai dengan tempat-tempat yang telah disediakan	Waktu pelaksanaan dilakukan setiap saat	Wisata kuliner dengan menikmati hidangan khusus coto kuda, Gantala Jarang dan makanan lainnya yang telah disediakan
Wisata budaya	Tempat pelaksanaan (Tan Paddeko dan Pa'manca) dilaksanakan di pesisir pantai sesuai dengan tempat yang telah disediakan	Ritual appadekko diadakan setiap tiga kali dalam setahun mengikuti panen raya masyarakat, yakni bulan keempat(4), delapan(8) dan bulan duabelas(12), sedangkan pa'manca bisa dilakukan setiap saat sesuai dengan permintaan pengunjung dan kesepakatan pengelola	Bentuk kegiatan ritual pa'dekko dan pa'manca dilakukan oleh beberapa masyarakat dengan keahlian tertentu. Kegiatan ini juga ditawarkan untuk pengunjung jika ingin melakukan ritual tersebut dengan diajari oleh beberapa pemandu ritual yang profesional
Atraksi air (Jet ski dan ski air)	Dilaksanakan di perairan lepas sesuai dengan kriteria daya dukung kawasan	Waktu pelaksanaan dilakukan pagi sampai sore hari jika tidak terjadi hujan dan angin kencang.	Bentuk kegiatan atraksi ski air dengan memakai beberapa peralatan dan perlengkapan yang telah disediakan dan diikat oleh perahu sambil mengelilingi perairan lepas dengan kecepatan yang telah disesuaikan oleh pengguna kegiatan tersebut, sedangkan untuk jet ski yakni memakai peralatan jet bertenaga mesin dengan kapasitas tiga orang pengguna jet tersebut sambil mengelilingi perairan lepas
Kegiatan memancing	Dilaksanakan di perairan lepas sesuai dengan kriteria daya dukung kawasan	Waktu pelaksanaan dilakukan pagi sampai sore hari jika tidak terjadi hujan deras dan angin kencang	Bentuk kegiatan memancing dengan memakai peralatan dan perlengkapan yang telah disediakan dengan mengelilingi perairan lepas menggunakan perahu ditemani dengan pemandu dari masyarakat nelayan sekitar yang mengetahui kondisi perairan.

(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)

2. a. Tabel 11 Arahan segmen II sarana fasilitas penunjang

No.	Sarana fasilitas penunjang	Tata letak	Ilustrasi bangunan
1	Pintu gerbang masuk dan keluar	Diletakkan pada akses masuk dan keluar kawasan yang berguna sebagai penanda sekaligus pembatas antara kawasan Pantai Tamarunang dengan kawasan sekitarnya.	
2	Pos keamanan	Diletakkan berdekatan dengan gerbang masuk dan keluar kawasan Pantai Tamarunang	
3	Kantor pengelola dan bangunan multifungsi	Diletakkan di bagian tengah kawasan yang mana kantor pengelola ini juga berfungsi sebagai pusat informasi bagi wisatawan. Bangunan multifungsi dapat digunakan bagi wisatawan yang tidak ingin menginap	
4	Parkir area	Diletakkan di depan pintu masuk gerbang kawasan Pantai Tamarunang	
5	Toilet	Diletakkan di beberapa titik area pantai dan dengan bentuk toilet berkelompok. Toilet ini juga berfungsi sebagai tempat membersihkan badan setelah bermain air.	
6	Tempat penyewaan alat olahraga air	Diletakkan pada area pantai.	
7	Toko Souvenir	Terletak di pesisir pantai dekat jalan masuk menuju resort. Klos souvenir ini menjual berbagai jenis oleh-oleh dan cendera mata khas daerah Kabupaten Jeneponto dan jenis minuman.	
8	Tempat sampah	Letaknya tersebar di beberapa titik lokasi kawasan area pantai	
9	Lampu penerangan	Diletakkan menyebar pada beberapa titik lokasi kawasan seperti pada gerbang masuk dan keluar, area parkir, dan beberapa titik dekat sarana fasilitas penunjang lainnya. Desain lampu akan dibuat menyerupai pohon kelapa sehingga nampak menyatu dengan kondisi kawasan yang terdiri dari banyak pohon kelapa.	

No.	Sarana fasilitas penunjang	Tata letak	Ilustrasi bangunan
10	Mini market	Letaknya berdekatan dengan toko souvenir	
11	Sarana wisata kuliner	diletakkan di pinggir pantai dekat penyewaan alat atraksi air. Sarana wisata kuliner berupa tempat makan dan minum khas daerah dengan desain terbuka agar bisa menikmati panorama Pantai Tamarunang. Untuk tempat yang tertutup di sediakan di resto dekat resort yang telah tersedia sebelumnya.	 
12	Gardu penjaga pantai	Diletakkan di daerah pantai, dekat dengan bibir pantai. gardu ini berfungsi sebagai tempat untuk mengawasi wisatawan yang sedang melakukan kegiatan khususnya di perairan	
13	Dermaga	Diletakkan di perairan dangkal. Dermaga ini juga dapat berfungsi sebagai bangunan atas air yang dapat dimanfaatkan sebagai tempat bersantai sambil menikmati panorama laut, penyimpanan alat atraksi air dan perahu untuk memancing.	

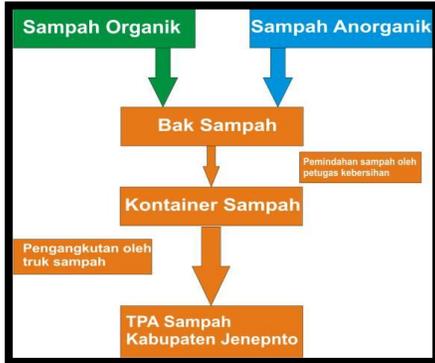
(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)



(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)
Gambar :

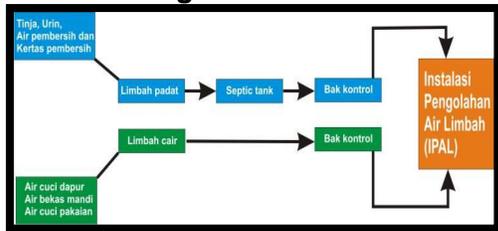
b. Arahkan segment II Prasarana fasilitas penunjang

1. Pengelolaan sampah



(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)
Gambar 5. Pengelolaan sampah

2. Pengolahan Air Limbah



(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)
Gambar 6. Pengolahan air limbah

3. Pengolahan Air Bersih



(Sumber: Hasil analisis penulis 2012)
Gambar 7. Pengolahan Air Bersih

4. Jaringan listrik



(Sumber : Hasil analisis penulis 2012)

Gambar 8. Jaringan Listrik
5. Jaringan Telekomunikasi



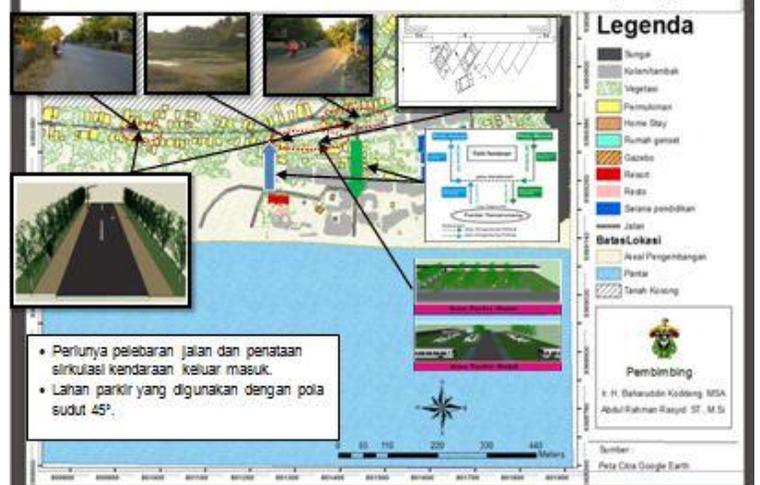
(Sumber Hasil analisis penulis 2012)
Gambar 8. Jaringan Telekomunikasi

6. Aksesibilitas



Sumber : Hasil analisis penulis 2012
Gambar 9. Aksesibilitas

Peta Prasarana Fasilitas Penunjang



(Sumber : Hasil analisis 2012)
Gambar 10. Peta Parasarana jalan, lahan parkir dad sirkulasi

E. Kesimpulan

1. Potensi dan Kendala Pengembangan

Potensi alam dengan arahan atraksi wisata yakni **sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati dan dimiliki oleh wisatawan.**

Sarana Fasilitas Penunjang . Pada kawasan pengembangan terdapat fasilitas pendukung wisata seperti resort, resto dan gazebo. Untuk potensi lainnya yaitu parasarana penunjang seperti aksesibilitas yang memadai, ketersediaan air bersih dari PDAM, telekomunikasi dari beberapa provider dan ketersediaan jaringan listrik dari PLN. Dengan potensi topografi, maka pembangunan sarana dan prasarana bisa dilakukan dengan penyebaran di beberapa titik kawasan pengembangan

Arahan kebijakan. Rencana tata ruang wilayah kabupaten Jeneponto 2010-2030 dalam pengembangan rencana wilayah strategis mengenai kepariwisataan bahwa Pantai Tamarunang di peruntukkan sebagai DTW (daerah tujuan)

Fasilitas penunjang kepariwisataan belum mencukupi, seperti tempat parkir belum tersedia, Sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki masih bersifat alami dan belum tertata. Beberapa kolam/tambak yang tidak produktif menjadi kendala pembangunan kawasan dan Sistem pengelolaan kepariwisataan belum berjalan dan tidak melibatkan *stakkeholder* lainnya.

2. Strategi Pengembangan

a) Atraksi Wisata

- 1) Kawasan pantai ini diperuntukkan untuk aktivitas wisata dengan tidak mengabaikan kelestarian lingkungannya;
- 2) Kegiatan wisata atau atraksi wisata yang ditawarkan sebagai daya tarik objek wisata di Pantai Tamamrunang yakni bermain /olahraga, menikmati keindahan panorama alam (*sunset*), berjemur, wisata kuliner dan menikmati wisata budaya (*pa'dekko dan pa'manca*), dan wisata atraksi di air seperti jet ski dan memancing.

b) Sarana dan prasarana Fasilitas penunjang

1) Sarana fasilitas penunjang wisata

Ketersediaan sarana fasilitas penunjang seperti resort, resto dan gazebo telah menjadi pemicu untuk pengembangan sarana fasilitas penunjang wisata di Pantai Tamarunang . Dalam penentuan tata letak fasilitas sarana pada kawasan Pantai Tamarunang, hal-hal yang mendasari peletakan bangunan antara lain adalah aspek estetika, view bangunan, arah pergerakan angin, arah datangnya sinar matahari aksesibilitas, sirkulasi, kebisingan, dan garis sempadan pantai.

2) Prasarana fasilitas penunjang wisata

Potensi prasarana fasilitas penunjang wisata di Pantai Tamarunang dengan arahan konsep pengembangan prasarana yakni pengembangan pada aksesibilitas, sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki, lahan parkir, jaringan air bersih, telekomunikasi dan jaringan listrik

ABSTRACT

Fajrin Mappa, Strategi Pengembangan Pantai Tamarunang Sebagai Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jeneponto, (dibimbing oleh Ir. H. Baharuddin Koddeng. MSA , Abdul Rachman Rasyid. ST., M.Si)

Jeneponto is one of the districts in South Sulawesi and eastern Indonesia, including many that have the potential of nature especially the tourism sector with the potential to be developed as one of the sectors that can increase the revenue of Jeneponto itself. Tamarunang beach is one beach in Jeneponto potential for the development of tourist area, which contained within the spatial planning of Jeneponto 2010-2030. Along with development potential, Tamarunang Coast also have development constraints that can be identified using the potential and constraints analysis, SWOT analysis / IFAS and EFAS to formulate a strategy to produce a program and policy direction followed by the segmentation analysis. Analysis of the region segmentation is done by dividing the region into several segments. The policy direction of the previous analysis is the development program of the tourist attractions segment and the supporting infrastructure segment of tourism region at Tamarunang Beach coastal resorts.

Keywords: beach tourism, potentials, constraints, development strategy

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Sasaran	4
D. Lingkup dan Batasan Wilayah	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Tinjauan Umum Pariwisata	6
1. Pengertian Pariwisata	6
2. Jenis-Jenis Wisata	9
3. Pelaku Pariwisata.....	11
B. Tinjauan Umum Wisata Pantai	13
1. Pengertian Pantai	13
2. Wisata Pantai.....	15
3. Standar Peraturan Pembangunan Pantai	15
4. Aspek Pengembangan Kawasan Wisata Pantai.....	16
C. Tinjauan Tentang strategi.....	21
1. Pilihan Strategi.....	22
2. Strategi Pengembangan Wisata.....	23
D. Promosi Pemasaran Pariwisata	27
1. Pemasaran Pariwisata	27
2. Tujuan Pemasaran Pariwisata	28
3. Pemangku Kepentingan.....	28
BAB III METODE ANALISIS	31
A. Lokasi Pengembangan.....	31
B. Metode Pengumpulan Data.....	33
C. Unit Analisis	34
D. Metode Analisis	35
E. Kerangka Pikir	40

BAB IV GAMBARAN UMUM	41
A. Gambaran Umum Pariwisata Kabupaten Jenepono.....	41
1. Luas Wilayah dan Letak Geografis.....	41
2. Batas Wilayah.....	41
3. Tinjauan Kebijakan Pengembangan Pariwisata	43
4. Kondisi Kepariwisataaan	45
B. Gambaran Umum Lokasi Wisata Pantai Tamarunang	52
1. Letak Geografis	52
2. Karakteristik Kondisi Fisik Daratan	54
3. Jenis Vegetasi	56
4. Pola Penggunaan Lahan	56
5. Karakteristik Kondisi Fisik Laut.....	57
6. Kependudukan	58
7. Prasarana.....	59
8. Sarana.....	64
9. Sosial Ekonomi dan Budaya Masyarakat	69
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	91
A. Analisis Potensi dan Kendala	73
1. Karakteristik Fisik.....	73
2. Karakteristik Non Fisik	83
3. Analisis Promosi, Pemasaran dan Kelembagaan Wisata ..	88
B. Analisis SWOT, IFAS dan EFAS	89
1. Analisis SWOT, IFAS dan EFAS Untuk Aspek Fisik.....	90
2. Analisis SWOT, IFAS dsn EFAS Untuk Aspek Non Fisik	97
3. Analisis SWOT, IFAS dan EFAS Untuk Promosi, Pemasaran Dan Kelembagaan Wisata	104
C. Arahan Pengembangan Potensi Wisata.....	110
1. Segmen I Pengembangan Atraksi Wisata Di Pantai Tamarunang	111
2. Segmen II Pengembangan Sarana dan Prasarana Fasilitas Penunjang	117

BAB VI PENUTUP	127
A. Kesimpulan	127
1. Potensi dan kendala pengembangan.....	127
2. Strategi pengembangan	128
B. Saran.....	128
1. Rekomendasi Untuk Pemerintah Kabupaten Jeneponto.....	129
2. Rekomendasi Untuk Pihak Swasta.....	129
3. Rekomendasi Untuk Masyarakat Sekitar Pantai Tamarunang.....	129

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Unit Analisis.....	34
Tabel 2. Analisis SWOT.....	35
Tabel 3. Ketersediaan Akomodasi di Kota Jenepono.....	50
Tabel 4. Luas Tanah di Kecamatan Binamu Menurut Penggunannya 2010 (ha).....	57
Tabel 5. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin.....	59
Tabel 6. Ketersediaan sarana di pantai Tamarunang	66
Tabel 7. Ketersediaan Prasaran di Pantai Tamarunang.....	68
Tabel 8. Analisis Potensi kendala Pada Kondisi Fisik.....	78
Tabel 9. Analisis Potensi dan Kendala Sarana dan Prasarana (Fasilitas Penunjang).....	81
Tabel 10. Hasil Responden Pantai Tamarunang Menurut Umur.....	84
Tabel 11. Hasil Responden Pengunjung Menurut Umur.....	86
Tabel 12. Analisis potensi dan Kendala Pada Kondisi Non Fisik.....	87
Tabel 13. Keterlibatan Stakeholders.....	88
Tabel 14. Matriks Analisis SWOT Untuk Aspek Fisik Kawasan Pengembangan.....	90
Tabel 15. IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>) Untuk Aspek Fisik.....	92
Tabel 16. EFAS (<i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary</i>) untuk Aspek Fisik.....	93

Tabel 17. Matriks SWOT Untuk Aspek Non Fisik	97
Tabel 18. IFAS (<i>Internal Strategic Faktors Analysis Summary</i>) Untuk Aspek Non Fisik.....	99
Tabel 19. EFAS (<i>Eksternal Strategic Faktors Analysis Summary</i>) untuk Aspek Non Fisik.....	100
Tabel 20 Matriks SWOT Untuk Promosi Pemasaran dan Kelembagaan.....	104
Tabel 21 IFAS (<i>Internal Strategic Faktors Analysis Summary</i>) Untuk Promosi Pemasaran dan Kelembagaan.....	106
Tabel 25 EFAS (<i>Eksternal Strategic Faktors Analysis Summary</i>) untuk Promosi Pemasaran dan Kelembag.....	106
Tabel 26 Kriteria Daya Dukung Kawasan Untuk Rekreasi.....	111
Tabel 27 Kriteria Daya Dukung Kawasan Untuk kegiatan Wisata Jet ski dan Ski Air.....	112
Tabel 28 Kriteria Daya Dukung Kawasan Untuk Kawasan Wisata Memancing.....	113
Tabel 29 Arahkan Atraksi Wisata Di pantai Tamarunang.....	115
Tabel 30 Segmen II Sarana Fasilitas Penunjang.....	117

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kawasan pantai merupakan kawasan sensitif dan mempunyai ekosistem tersendiri di mana setiap kehidupan pantai saling berkaitan antara satu sama lain. Pantai mempunyai berbagai fungsi yang boleh terdedah kepada beraneka masalah jika tidak diurus dan dirancang pembangunannya.

Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk didalamnya di sektor pariwisata. Untuk lebih memantapkan pertumbuhan sektor pariwisata dalam rangka mendukung pencapaian sasaran pembangunan, sehingga perlu diupayakan pengembangan produk-produk yang mempunyai keterkaitan dengan sektor pariwisata. Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian nilai-nilai kepribadian dan pengembangan budaya bangsa, dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam Indonesia. Pemanfaatan disini bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih berarti mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, dimana potensi tersebut dirangkaikan menjadi satu daya tarik wisata.

Arah diatas sesuai dengan kebijakan sektor pariwisata yaitu pembangunan kepariwisataan harus ditingkatkan dan dikembangkan untuk memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperkaya kebudayaan nasional dengan tetap mempertahankan kepribadian bangsa dan tetap terpeliharanya nilai-nilai agama, mempercepat persahabatan antar bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, serta memperhatikan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup. Pembangunan kepariwisataan juga diarahkan untuk mendorong pengembangan produk nasional.

Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang menyimpan banyak potensi alam baik daratan maupun lautan (pantai). Kondisi tanah yang subur menjadikan Indonesia sebagai pusat perhatian kelompok manusia untuk menetap dan mengembangkan usahanya masing-masing, sedangkan potensi perairan yang berupa lautan dan pantai merupakan salah satu obyek wisata yang banyak digemari oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Hal ini dapat dikarenakan Indonesia merupakan negara tropis, selain itu juga memiliki laut tropis, pantai pasir yang putih bersih, dan air laut yang jernih membiru. Sehingga banyak wisatawan mancanegara yang datang mengharapkan dapat menikmati udara segar dan keindahan pantai, selain itu juga untuk melakukan kegiatan olahraga air seperti selancar-air, ski-air, menyelam, dan sebagainya. Banyaknya wisatawan dengan intensitas tinggi yang berkunjung ke Indonesia, ini merupakan salah satu keuntungan yang dapat meningkatkan devisa untuk pembangunan bangsa dan negara.

Namun di lain pihak, patut disadari bahwa pembangunan ekonomi umumnya dan perkembangan kepariwisataan khususnya, atas dasar pengalaman bukan hanya menghasilkan kemakmuran dan kemajuan akan tetapi juga dapat menimbulkan perubahan terhadap lingkungan dan sumber daya alam yang tidak diharapkan dan tidak diinginkan. Perubahan ini kadang muncul diluar rencana dan dapat mengejutkan kita semua, baik penduduk dan masyarakat setempat, maupun pemerintah di tingkat pusat dan daerah. Perubahan Lingkungan hidup dan sumber daya alam, diluar rencana inilah yang dikenal dengan istilah dampak lingkungan. Maka dari itu bagaimana agar sektor pariwisata di Indonesia khususnya obyek wisata pantai dan laut dapat berkembang dan menjadi obyek wisata unggulan dengan tidak merusak lingkungan/ ekosistem yang ada didalamnya.

Pengembangan kawasan strategis merupakan bahagian integral pembangunan di Kabupaten Jeneponto. Tujuan arahan pengembangan dan pemanfaatan ruang di beberapa kawasan, adalah untuk mengoptimalkan kegiatan pembangunan serta menyiapkan fasilitas yang

memadai sesuai dengan fungsi kawasan dalam mendukung pembangunan. Dengan demikian, penanganan kawasan-kawasan potensial untuk dikembangkan mutlak diperlukan untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan serta terstrukturanya kegiatan-kegiatan di Kabupaten Jeneponto. Kegiatan pembangunan yang diharapkan adalah agar dapat mendorong pertumbuhan Kabupaten Jeneponto yang dapat memberi dampak *multiflier efek* bagi semua sektor. Rencana tata ruang wilayah kabupaten Jeneponto 2010-2030 dalam pengembangan rencana wilayah strategis, Pantai Tamarunang Kelurahan Pa'biringa Kecamatan Binamu ditetapkan sebagai peruntukkan pariwisata dengan ketersediaan sarana resort dan resto. Kawasan ini juga ditetapkan sebagai kawasan lindung karena terdapat sarana pendidikan, budidaya rumput laut dan budidaya ikan. Kabupaten jeneponto juga mempunyai beraneka ragam objek wisata yang perlu di kembangkan seperti objek wisata tepi pantai, atraksi wisata budaya , permandian dan bukit yang memberikan panorama alam yang indah. Potensi akan wisata atraksi budaya seperti *Pamanca* dan tari *pa'dekko* yang terdapat di Kabupaten jeneponto adalah salah satu produk unggulan dalam menyusun strategi pengembangan wisata Pantai Tamarunang dan potensi lainnya yakni dengan wisata kuliner *Coto Kuda* dan *Gantala Jarang* berupa makanan tradisional khas Kabupaten Jeneponto yang juga merupakan point penting untuk pengembangan wisata Pantai Tamarunang

Pantai Tamarunang pada tahun 1995 sampai 1999 adalah objek wisata yang menarik banyak perhatian dan menjadi wisata alam permandian dengan pantai yang aman, air laut yang bersih dan tenang, jenis pepohonan yang banyak sehingga udara terasa sejuk dan juga dipakai sebagai arena pacuan kuda. Hampir setiap hari minggu diadakan pacuan kuda di tempat ini. Tapi kini sudah menjadi tinggal kenangan. Pada awal tahun 2007 sampai sekarang kawasan ini menjadi resort hotel bagi setiap pendatang dari luar, bentang alam Pantai Tamarunang sudah tidak indah lagi karena banyaknya pepohonan yang dipotong sehingga kelihatan tandus dan kering, kawasan pantai yang ditumbuhi rumput liar,

dan bangunan-bangunan yang sengaja dibuat telah rusak dan tidak layak pakai, seperti kolam renang dan fasilitas lainnya. Namun itu bukan kendala dalam menyusun strategi pengembangan wisata pantai, kondisi topografi Pantai Tamarunang yang berpotensi untuk mengembangkan suatu objek wisata yang bisa dilirik oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing merupakan kekuatan dalam pengembangan wisata pantai ini, di tambah dengan akses untuk menuju objek wisata pantai tamarunang cukup strategis karena kurang lebih 4 km dari jalan arteri yang menghubungkan beberapa daerah seperti kabupaten takalar - kabupaten bantaeng - kabupaten bulukumba serta dapat ditempuh dengan angkutan kota, becak, ojek atau dengan kendaraan pribadi, dan Ketersediaan fasilitas penunjang berupa resort dan restoran yang ada di Pantai Tamarunang, yang juga mempunyai pengaruh dalam aspek politik, dimana resort tersebut sering digunakan sebagai tempat istirahat para tamu pemerintahan untuk melakukan rapat internal dengan para tamu pemerintahan. Namun dari kondisi yang ada masih ditemukan beberapa permasalahan yang meliputi pengembangan sektor pariwisata yaitu perlunya mengoptimalkan sarana dan prasarana untuk objek wisata pantai tamarunang itu sendiri. Untuk itu perlu menyusun strategi pengembangan mengenai potensi dan kendala yang terdapat di lokasi objek wisata Pantai Tamarunang agar dapat menambah citra Kabupaten Jeneponto dengan penekanan sosial, ekonomi dan budaya

B. Rumusan masalah

- a. Apa potensi dan kendala pada kawasan pengembangan objek wisata pantai di Pantai Tamarunang Kabupaten Jeneponto ?
- b. Bagaimana strategi pengembangan Pantai Tamarunang sebagai objek wisata pantai ?

C. tujuan dan sasaran

1. Tujuan
 - Mengidentifikasi potensi dan kendala/penghambat dalam pengembangan wisata Pantai Tamarunang

- Merumuskan isu-isu strategi pengembangan sektor pariwisata di Pantai Tamarunang Kabupaten Jeneponto

2. Sasaran

- Kawasan Pantai Tamarunang sebagai objek wisata pantai
- Aspek –aspek yang ada di Pantai Tamarunang sebagai objek wisata pantai

D. lingkup dan batasan wilayah

Ruang lingkup dan batasan terdiri dari dua bagian yaitu lingkup batasan wilayah dan lingkup batasan aspek

1. Lingkup dan batasan wilayah

- Ruang Lingkup Wilayah Pengembangan

Ruang lingkup wilayah dalam pengembangan ini adalah kawasan wisata pantai tamarunang kecamatan Binamu kelurahan Pa'binga Kabupaten Jeneponto

- Ruang Lingkup Subtansi

Menyusun strategi pengembangan dengan mengidentifikasi potensi dan kendala yang ada di Pantai Tamarunang

- #### 2. Lingkup dan batasan aspek meliputi aspek sosial, budaya, ekonomi dan masyarakat

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Pada dasarnya istilah pariwisata telah lama dikenal oleh masyarakat umum, bahkan dapat dikatakan merupakan salah satu industri, karena merupakan salah satu penghasil devisa. Kata pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat yang lain, yang dalam bahasa inggrisnya disebut *tour*.

(a) Pariwisata

Pariwisata ditinjau secara etimologi berasal dari kata sansekerta yaitu dari kata “*pari*” dan “*wisata*”. Kata “*pari*” berarti banyak berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan kata “*wisata*” berarti perjalanan berpergian yang bersinonim dengan kata “*travel*” dalam bahasa inggris. Dengan demikian pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan berputar-putar dari suatu tempat ketempat lain, yang dalam bahasa inggrisnya disebut dengan kata “*tour*”, sedangkan untuk kata jamaknya kepariwisataan digunakan kata “*tourism*” atau “*tourisme*”. Dari definisi-definisi dan batasan-batasan yang berkaitan dengan pariwisata dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah sebagai berikut :

- 1) Kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata;
- 2) Usaha peningkatan obyek dan daya tarik wisata, seperti kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat, dan yang bersifat alamiah, seperti : keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya;
- 3) Usaha peningkatan sarana dan jasa pariwisata, seperti biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata dan usaha-usaha jasa lain yang terkait.

Adapun beberapa pengertian pariwisata menurut para ahli :

- 1) Spillane (1987:21): "Pariwisata merupakan perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi social budaya dan ilmu."
- 2) Pandit (1986:29): "Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru mampu menghasilkan ekonomi cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan dan standar hidup serta mengstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, ia juga meliputi industri yang klasik yang sebenarnya, seperti industri kerajinan tangan dan cendara mata, penginapan dan transportasi secara ekonomis dipandang sebagai industri."
- 3) Yoeti (1985:109): "Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan berekreasi atau memenuhi kebutuhan yang beraneka ragam."

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, dinyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Apabila dikaitkan dengan pariwisata air berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata air, termasuk perusahaan obyek dan daya tarik wisata air, misalnya pemanfaatan pemandangan alam dan keindahan kawasan perairan karena letak geografis yang didukung dengan adanya kegiatan rekreasi dan atraksi wisata air seperti memancing, berenang, berperahu, atau olahraga air.

Selanjutnya berdasarkan Undang-Undang Kepariwisata No. 10 tahun 2009, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh

seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Dari beberapa pengertian pariwisata di atas terdapat satu kesamaan dalam pengertian tentang pariwisata yaitu bahwa kegiatan ini merupakan fenomena yang ditimbulkan oleh salah satu bentuk kegiatan manusia yaitu kegiatan perjalanan/*travelling*. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut diatas, kegiatan manusia yang dilakukan dalam rangka rekreasi/wisata atau untuk mencari menikmati suasana yang berbeda membutuhkan suatu obyek atau tempat untuk singgah.

Pariwisata ditinjau secara etimologi berasal dari kata sansekerta yaitu dari kata “*pari*” dan “*wisata*”. Kata “*pari*” berarti banyak berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan kata “*wisata*” berarti perjalanan berpergian yang bersinonim dengan kata “*travel*” dalam bahasa inggris. Dengan demikian pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan berputar-putar dari suatu tempat ketempat lain, yang dalam bahasa inggrisnya disebut dengan kata “*tour*”, sedangkan untuk kata jamaknya kepariwisataan digunakan kata “*tourism*” atau “*tourisme*”.

Dari definisi-definisi dan batasan-batasan yang berkaitan dengan pariwisata dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah sebagai berikut :

- 1) Kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata;
- 2) Usaha peningkatan obyek dan daya tarik wisata, seperti kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat, dan yang bersifat alamiah, seperti : keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya;
- 3) Usaha peningkatan sarana dan jasa pariwisata, seperti biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata dan usaha-usaha jasa lain yang terkait.

(b) Wisata

Kata wisata berpadanan dengan kata rekreasi. Kata rekreasi sendiri berasal dari kata berbahasa inggris yakni “re” dan “create”. Apabila diterjemahkan secara bebas rekreasi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan kembali baik fisik maupun psikis agar dapat berprestasi lagi.

Dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Bab I pasal 1 dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan ciri-ciri dari wisata, adapun ciri-ciri yang bersifat universal dari wisata adalah sebagai berikut :

- 1) Suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ketempat lain untuk mencari nafkah, akan tetapi mencari keserasian lingkungan hidup yang dapat dinikmati keindahannya;
- 2) Dilakukan secara sukarela;
- 3) Dilakukan untuk sementara waktu

2. Jenis-Jenis Wisata

Menurut Tim Pariwisata LPP-ITB, wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi ke dalam dua kategori (Mashyad, 2009:22), yaitu:

a. Wisata Alam, yang terdiri dari:

- 1) Wisata Pantai (*Marine tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
- 2) Wisata Etnik (*Etnik tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
- 3) Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.

- 4) Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
- 5) Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.
 - a. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:
 - 1) Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.
 - 2) Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

Berikut dijabarkan melalui tabel, Batasan pengembangan kegiatan wisata dengan jenis atraksi wisata potensial yang dapat dimanfaatkan untuk setiap jenis kelas wisata.

3. Pelaku Pariwisata

Dalam pelaksanaan pengelolaan sumber-sumber objek wisata yang ada, banyak pelaku yang memiliki kepentingan terhadap pariwisata meskipun peran mereka berbeda-beda. (*Janianton Damanik dan Helmut F. Weber, 2006*)

a) Wisatawan

Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan merupakan salah satu unsur terpenting dalam kegiatan kepariwisataan. Pariwisata ada karena adanya wisatawan. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata (*UU RI No 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata Bab 1 pasal 1*).

Wisatawan pada intinya adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur, dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang "lain" (*Smith, 1977*).

Murphy (1985) memandang bahwa tipologi wisatawan dapat dikelompokkan atas dua, yaitu atas dasar interaksi (*interactional type*) dan atas dasar kognitif-normatif (*cognitive-normative models*). Pada tipologi atas dasar interaksi, penekanannya adalah sifat-sifat interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, sedangkan tipologi atas dasar kognitif-normatif lebih menekankan pada motivasi yang melatarbelakangi perjalanan.

b) Industri Pariwisata

Pelaku berikutnya adalah penyedia jasa atau sering disebut industri pariwisata. Industri pariwisata artinya semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata (*Freyer, 1993: 121*). Dapat dikelompokkan ke dalam dua golongan utama berikut ini:

- 1) Pelaku langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dan lain-lain);
- 2) Pelaku tidak langsung, yakni 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 lain-lain.

c) Pemerintah

Pemerintah memiliki otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan

pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah bertanggungjawab dalam menentukan arah yang dituju dalam pariwisata.

d) Masyarakat Lokal

Penduduk asli yang bermukim di kawasan wisata, menjadi salah satu pemain kunci dalam pariwisata, karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Selain itu, masyarakat lokal merupakan "pemilik" langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan. Tidak jarang masyarakat lokal ini sudah lebih dahulu terlibat dalam pengelolaan aktivitas pariwisata sebelum ada kegiatan pengembangan dan perencanaan.

e) Lembaga Swadaya Masyarakat

Banyak lembaga swadaya masyarakat, baik lokal, regional, maupun internasional yang melakukan kegiatan di kawasan wisata. Bahkan jauh sebelum pariwisata berkembang, organisasi non-pemerintah ini sudah melakukan aktivitasnya baik secara partikuler maupun bekerjasama dengan masyarakat.

B. Tinjauan Umum Wisata Pantai

1. Pengertian Pantai

Beberapa definisi yang berkaitan dengan daerah pantai yang telah disepakati disuatu lokakarya di Manado mengenai Perlindungan/Penanganan Manajemen Pantai Sulawesi Utara pada bulan Agustus 1992, adalah sebagai berikut:

- a. Pantai adalah daerah di tepi perairan (laut atau danau) sebatas antara surut terendah dengan pasang tertinggi.
- b. Daerah Pantai adalah suatu pesisir beserta perairannya dimana pada daerah tersebut terpengaruh baik oleh aktivitas darat maupun marin.
- c. Pesisir adalah daerah tepi laut yang masih terpengaruh oleh aktivitas marin.
- d. Perairan Pantai adalah daerah perairan yang masih terpengaruh aktivitas daratan.

- e. Sempadan Pantai adalah daerah sepanjang pantai yang diperuntukkan bagi pengamanan dan pelestarian pantai.

Pantai secara formal didefinisikan sebagai suatu ruang daratan rendah yang mendapat pengaruh kondisi lautan. Jadi kawasan pantai mencakup sebagian daratan dan lautan yang keduanya saling berinteraksi. Selanjutnya definisi tersebut dapat berubah-ubah disesuaikan dengan jenis kepentingannya seperti militer, ekonomi, politik dan ilmiah. (Rochmanto, 1995)

Carter (1988), mengatakan bahwa pantai adalah suatu kawasan yang merupakan pertemuan antara lingkungan darat, laut maupun udara. Dengan demikian maka sebaiknya pantai dipandang sebagai suatu zona percampuran atau perbatasan. Lebih lanjut dikatakan bahwa, pengetahuan yang lebih tentang pantai adalah zona pantai merupakan suatu ruang yang dapat mengalami perubahan baik penambahan luas areal daratan, karena sedimentasi (akrasi) ataupun pengurangan luas areal daratan karena pengikisan (abrasi).

Wilayah pantai merupakan wilayah laut yang masih menerima pengaruh dari daratan. Pengaruh yang dimaksud meliputi fenomena transportasi material sedimen yang dibawa oleh sungai-sungai yang bermuara ke laut atau ke wilayah yang masih sering atau masih dimanfaatkan oleh manusia (Purnomosidi, 1997:11). Wilayah pantai merupakan wilayah pertemuan antara daratan dan lautan. Perubahan-perubahan yang terjadi sebagai akibat proses endogen dan exogen akan dapat terlihat pada wilayah tersebut, baik perubahan dari geomorfologi, proses-proses erosi dan sedimentasi, jenis tanah dan batuan sedimen yang terbentuk, kondisi hidrogeologi, berbagai proses bencana alam, dan perubahan ekosistem maupun lingkungan manusia. Wilayah pantai yang umumnya datar, berbatasan dengan laut, banyak sungai, air tanah yang relatif dangkal, serta terkadang mengandung mineral ekonomis, berpandangan indah dan mempunyai terumbu karang tentu sangat menarik dan dapat mendukung berbagai pembangunan.

Kepres No. 32 tahun 1990 dan Surat Kepmen Pertanian No. 837/KPTS/UM/1980 menjelaskan mengenai kriteria lokasi kawasan lindung dan termasuk di dalamnya adalah sempadan pantai yang merupakan kawasan perlindungan setempat.

Sempadan pantai adalah kawasan tertentu sepanjang pantai yang mempunyai manfaat penting untuk mempertahankan kelestarian fungsi pantai. Tujuan perlindungan adalah melindungi wilayah pantai dari kegiatan yang mengganggu kelestarian fungsi pantai. Kriteria sempadan pantai adalah sederetan tepi pantai sekurang-kurangnya berjarak 100 meter diukur dari pasang tertinggi ke arah darat, dengan pertimbangan pertahanan keamanan, kepentingan umum dan permukiman yang sudah ada.

2. Wisata pantai

Wisata pantai merupakan salah satu objek wisata alam yang mempunyai daya tarik dan keindahan tersendiri. Apabila diolah dan ditata sedemikian rupa, sehingga menjadi tempat yang indah dan mengesankan untuk dikunjungi. Pada hakikatnya wisata atau rekreasi pantai adalah suatu objek wisata atau rekreasi yang dikembangkan dan ditata sedemikian rupa dengan penyediaan berbagai fasilitas penunjang sehingga menjadi tempat yang menarik dan menyenangkan untuk dikunjungi.

Pemanfaatan lahan dalam perencanaan kawasan wisata pantai ditinjau dari potensi dan daya dukung lahan, setiap kawasan pantai mempunyai karakteristik yang berbeda-beda sehingga perencanaan setiap kawasan disesuaikan dengan potensi dan kebutuhan wilayah yang ingin dikembangkan. Kawasan wisata pantai terletak pada kawasan/wilayah pesisir dengan fungsinya sebagai pemenuhan kebutuhan wisatawan.

3. Standar dan Peraturan Pembangunan Wilayah Pantai

Adapun peraturan perundang-undangan yang terkait dalam perencanaan kawasan tepian pantai yang perlu diperhatikan adalah:

- a) Kepres 32/1990 tentang pengelolaan kawasan lindung
 - 1) Garis sempadan pantai 100 m diukur dari pasang tertinggi.
- b) Akses (Ditjen CK, 2000)
 - 1) Akses untuk kendaraan berada di antara batas terluar sempadan pantai.
 - 2) Setiap 300 m ada jalan akses ke tepian pantai.
 - 3) Jalan bebas dari parkir roda empat.
 - 4) Lebar minimum tiga meter.
- c) Peruntukan lahan (Ditjen CK, 2000)
 - 1) Peruntukan berdasarkan jenjang.
 - (a) Penggunaan dan ketergantungan dengan air (*water dependent uses*)
 - (b) Ketergantungan dengan adanya air (*water related*)
 - (c) Tidak tergantung dengan air (*independent water uses*)
 - 2) Kemiringan lahan di area publik 0-15%.
 - 3) Jarak area terbangun dengan fasum/fasos maksimal 2 km.
- d) Bangunan di tepian pantai (Ditjen CK, 2000)
 - 1) Kepadatan maksimum 25 %.
 - 2) Tinggi maksimum 15 m dari muka tanah.
 - 3) Orientasi menghadap air.
 - 4) Bidang bangunan transparan agar dapat memanfaatkan view.
 - 5) Di area sempadan boleh tempat ibadah, toilet umum, pos penjaga pantai, bangunan tempat berteduh tanpa dinding.
 - 6) Di area sempadan hanya taman, ruang publik, tempat bermain, dan tempat duduk.
 - 7) Tidak boleh ada pemagaran fisik, boleh pagar alami, tanaman hijau maksimum satu meter.

Di samping pedoman aspek tersebut di atas, terdapat juga pedoman-pedoman untuk pembangunan kawasan tepian air (pantai). (White, 1993;) yaitu:

- a) Untuk bangunan *water dependent uses* seperti marina, tambatan perahu, dermaga, rekreasi air dapat ditempatkan di daerah sempadan pantai.

- b) Untuk bangunan *non dependent uses* seperti gedung konvensi, mall, pabrik harus ditempatkan di luar sempadan pantai.
- c) Sempadan diisi dengan *green belt mangrove*, sebagai open space atau tempat rekreasi.
- d) Sempadan bangunan tidak menghalangi pandangan ke laut, tidak melampaui 7m, maksimum dua lantai.

4. Aspek Pengembangan Kawasan Wisata pantai

Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan kawasan wisata pantai pada dasarnya dipengaruhi oleh karakteristik dari *demand* dan *supply* industri kepariwisataan itu sendiri. Faktor yang paling melekat dari industri ini dipengaruhi oleh faktor *supply* yang harus diberikan kawasan wisata pantai itu sendiri. Terdapat 3 faktor yang menjadi dasar dalam menentukan aspek dalam pengembangan suatu kawasan wisata (*Departemen Kelautan dan Perikanan, 2004: 15*), antara lain:

a. Atraksi Wisata

Daya tarik utama dari suatu kawasan wisata adalah daya tarik atraksi yang dapat diberikan. Faktor ini menjadi faktor yang primer yang harus dimiliki oleh suatu kawasan wisata. Aspek yang terkait dengan atraksi wisata adalah fasilitas atraksi wisata dan pusat informasi wisata. Dalam pengembangan wisata di butuhkan zonasi dalam pengembangannya guna meningkatkan potensi kawasan dan menyelaraskannya dengan kondisi fisik lingkungan dan sosial masyarakat setempat. Untuk zonasi wisata pantai terdiri atas :

- Zona pemanfaatan daerah wisata pantai
- Zona pemanfaatan untuk permukiman nelayan
- Zona konservasi alam.

Batasan pemanfaatan kegiatan wisata terdiri dari jenis-jenis kegiatan wisata potensial yang dapat dimanfaatkan yang antara lain terdiri dari: wisata pantai dan wisata kelautan. (*Departemen Kelautan dan Perikanan, 2006:7*). Berikut adalah jenis wisata dan atraksi wisata

2. Wisata Pesisir dan Pantai yaitu kegiatan wisata yang menempatkan pantai dan lingkungan pesisir sebagai daya tarik dan beraktivitas wisata. Jenis atraksi sebagai berikut

a) Wisata Rekreasi;

Kegiatan wisata yang memanfaatkan lingkungan objek wisata pantai sebagai kegiatan rekreasi untuk tujuan berkunjung dan menikmati keindahan alam. Contoh: jalan-jalan, berjemur, bermain, berkemah dan sebagainya.

(b) Wisata Olahraga

Kegiatan wisata yang memanfaatkan olahraga dan aktivitas luar sebagai daya tarik (olahraga pantai, *volley* pantai dan sebagainya).

(c) Wisata Budaya

Kegiatan wisata yang memanfaatkan aktivitas budaya di areal pantai sebagai tempat penyelenggaraan budaya sebagai daya tarik wisata (seperti: upacara adat, kampung nelayan dengan kehidupan penduduk asli dan sebagainya).

(d) Wisata Belanja

Kegiatan wisata yang memanfaatkan kawasan komersial perdagangan *retail* sebagai tempat rekreasi untuk tujuan berkunjung dan beraktivitas berbelanja untuk kebutuhan berwisata (*retail* makanan khas dan souvenir).

(e) Wisata makan

Kegiatan wisata yang memanfaatkan areal gerai makanan sebagai tempat berwisata untuk tujuan berkunjung selain untuk kebutuhan pemenuhan makanan (daya tarik makanan khas daerah, daya tarik suasana tempat atau daya tarik aglomerasi tempat makanan).

(f) Wisata Pendidikan;

Kegiatan wisata yang memanfaatkan sumber daya ilmu pengetahuan sebagai atraksi wisata, yang diselenggarakan atau yang memanfaatkan areal pantai atau pesisir sebagai tempat berwisata. (Misalnya: tambak,

jenis-jenis museum bahari, kampung nelayan dengan keaslian pola kehidupan penduduk nelayan dan taman laut nasional).

3. Wisata Laut adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan areal perairan laut sebagai daya tarik dan beraktivitas wisata. Berikut adalah jenis atraksi laut

a) Wisata Rekreasi

Kegiatan wisata yang memanfaatkan lingkungan perairan laut sebagai objek wisata menjadi kegiatan rekreasi untuk tujuan berkunjung dan menikmati keindahan alam (seperti: wisata observasi bawah air, taman laut nasional).

b) Wisata Olahraga;

Kegiatan wisata yang memanfaatkan lingkungan perairan laut sebagai kegiatan olahraga dan aktivitas luar (seperti: berenang, memancing, *surfing*, *diving*, *snorkeling*, berlayar, *jet ski*).

c) Wisata Budaya;

Kegiatan wisata yang memanfaatkan aktivitas budaya di daerah perairan laut sebagai tempat penyelenggaraan aktivitas budaya sebagai daya tarik wisata (seperti: upacara adat).

b. Aksesibilitas

Kawasan wisata pantai; merupakan faktor penting dalam merencanakan dan mengembangkan sebuah kawasan wisata mengingat pentingnya memberikan kemudahan bagi pengunjung dalam melakukan aktivitas wisata. Faktor ini merupakan pendukung bagi kawasan wisata, mengingat bahwa faktor ini akan sangat mempengaruhi tingkat intensitas pengunjung suatu kawasan wisata. Aspek yang terkait aksesibilitas kawasan wisata adalah terminal angkutan, pelabuhan laut, dermaga dan marina, serta bandar udara.

Berdasarkan Standar dan Peraturan yang Terkait dengan Pembangunan di Wilayah Pantai ditetapkan sebagai berikut :

a) Kepres 32/1990 tentang pengolahan kawasan lindung

- (b) Garis sempadan pantai 100 m diukur dari pasang tertinggi.
- (c) Garis sempadan sungai di daerah permukiman, sempadan sungai cukup untuk membangun jalan inspeksi 10-15 m
- c. Akses (Ditjen CK, 2000)**
 1. Akses untuk kendaraan berada di antara batas terluar sempadan tepian air.
 2. Setiap 300 m ada jalan akses ke tepian air
 3. Jalan bebas dari parkir roda empat
 4. Lebar minimum tiga meter.

c. Infrastruktur kawasan

Merupakan faktor yang perlu direncanakan dalam pengembangan kawasan wisata. Sarana dan prasarana yang lengkap akan membantu wisatawan dalam melakukan aktivitas wisatanya.

Prasarana obyek wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya, dan itu termasuk ke dalam prasarana umum. Untuk kesiapan obyek wisata yang akan di kunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu di bangun dengan disesuaikan dengan lokasi dan kondisi obyek wisata yang bersangkutan. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun obyek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang di maksud.

Dalam pembangunan prasarana wisata pemerintah lebih dominan, karena pemerintah dapat mengambil manfaat ganda dari pembangunan tersebut, seperti untuk meningkatkan arus informasi, arus lalu lintas ekonomi, arus mobilitas manusia antara daerah, dan sebagainya, yang

tentu saja meningkatkan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat disekitarnya.

Berdasarkan karakteristik dalam melakukan aktivitas wisata, fasilitas wisata dibedakan menjadi 2 aspek (*Departemen Kelautan dan Perikanan, 2004:16*), antara lain:

a) Aspek Primer (*Associated with Tourism*)

Aspek ini merupakan fasilitas yang harus disediakan pada kawasan wisata. Fasilitas-fasilitas tersebut merupakan fasilitas yang berhubungan langsung dengan kebutuhan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata, antara lain: fasilitas transportasi, infrastruktur dasar (air bersih, listrik, telepon dan sebagainya), agen travel, akomodasi, fasilitas makan (restoran & gerai makanan) dan fasilitas atraksi wisata.

b) Aspek Sekunder (*Help Tourism*)

Aspek ini merupakan fasilitas yang sifatnya membantu wisatawan yang sifatnya memberi nilai tambah bagi para wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata. Fasilitas tersebut antara lain: retail *shopping*, perbankan, asuransi, fasilitas hiburan, area bersantai, *personal service's facilities*, pelayanan publik, gerai makanan (fasilitas makanan: restoran atau yang sejenis), bahan bakar dan sebagainya.

C. Tinjauan Tentang Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti "*Seni berperang*" atau kepemimpinan dalam ketentaraan. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan yang berarti.

Menurut Rangkuti (2003), strategi merupakan kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Adapun kegiatannya meliputi pengamatan secara hati – hati terhadap persaingan, peraturan tingkat inflasi, siklus bisnis, keunggulan, dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Menurut Buchari Alma (1992), strategi adalah rencana-rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan (*fundamental plan of action that is intended to accomplish the company 's objectives*) A.Yoeti (2005) menyatakan bahwa dalam perencanaan strategis suatu daerah tujuan wisata dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya. Tujuan analisis ini tidak lain adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi sumber daya utama, terutama mengenai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) organisasi atau lembaga yang bertanggungjawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata tersebut.

1. Pilihan Strategi

Tujuan pemilihan strategi adalah untuk menjamin ketepatan pencapaian sasaran. Suatu rancangan strategi dapat dipilih untuk menutup kesenjangan dalam mencapai sasaran. Berkenaan dengan pilihan strategik maka akan dikaji penentuan pilihan melalui matriks kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats matrix*), melalui cara ini suatu organisasi dapat memandang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai suatu kesatuan yang integral dalam perumusan strategi

Para pakar pada umumnya sependapat bahwa jenis pendekatan sebagai instrumen untuk menilai berbagai faktor yang harus diperhitungkan oleh organisasi dalam melakukan analisis yang bersifat strategik umumnya melakukan analisis SWOT. Lundberg, (1997) menjelaskan bahwa proyek - proyek organisasi harus dilaksanakan setelah ditentukan tujuan dan sasaran-sasaran strategis. Suatu strategi adalah suatu rencana yang direkayasa untuk menyelesaikan suatu misi. Misi itu harus direncanakan dalam parameter-parameter *strength* (S, kekuatan) dan *weakness* (W, kelemahan) dari organisasi, *opportunities* (O, kesempatan) dan *threats* (T, ancaman) dalam lingkungan.

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*stengths*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman

(*threats*). SWOT/TOWS matriks merupakan *machine tool* yang membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi, matriks ini dinilai mampu menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh organisasi harus disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

2. Strategi Pengembangan Wisata

Tregoe dan Zemmerman (1980 : 15) mendefinisikan strategi sebagai suatu kerangka yang membimbing serta mengendalikan pilihan-pilihan yang

menetapkan sifat dan arah suatu organisasi. Menurut Stephanie dalam Husein (2001 : 31) mendefinisikan strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, yang disertai penyusunan suatu cara atau tujuan yang dapat dicapai.

Menurut Chandler dalam Rangkuti (2002 : 3) Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya tujuan jangka panjang. Program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Cristensen dalam Rangkuti (2002 :3) mendefinisikan strategi merupakan alat untuk mencapai keunggulan bersaing. Begitu pula halnya Porter dalam Rangkuti (2002 : 4) mendefinisikan strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

Menurut Freddy Rangkuti (2002:3) sebagaimana mengutip pendapat Chandler, strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Selanjutnya menurut Gamal Suwanto (1997:56) ada beberapa langkah pokok dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata yaitu:

- a) Dalam Jangka pendek dititikberatkan pada optimasi
- b) Dalam Jangka menengah dititikberatkan pada konsolidasi
- c) Dalam Jangka panjang dititikberatkan pada pengembangan dan penyebaran

Menurut Happy Marpaung (2002:19) perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Dalam perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tempat tujuan wisata. Hal tersebut dilakukan melalui pemeliharaan kebudayaan, sejarah dan taraf perkembangan ekonomi dan suatu tempat tujuan wisata yang masuk dalam pendapatan untuk wisatawan akibatnya akan menjadikan pengalaman yang unik dari tempat wisata. Pada waktu yang sama, ada nilai-nilai yang membawa serta dalam perkembangan kepariwisataan. Sesuai dengan panduan, maka perkembangan pariwisata dapat memperbesar keuntungan sambil memperkecil masalah-masalah yang ada.

Strategi yang tepat didasarkan pada kemampuan menemukenali diri dan lingkungannya, sehingga strategi benar-benar dapat terwujud dari kekuatan yang dimilikinya dan peluang yang dihadapinya. Analisis yang tepat untuk menyusun strategi adalah analisis SWOT. Pengembangan adalah suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna, dan berguna (Suwantoro, 1997: 88-89). Suwantoro (1997:74) menyebutkan beberapa bentuk produk pariwisata alternatif yang berpotensi untuk dikembangkan, yaitu: Pariwisata budaya (*cultural tourism*), ekowisata (*ecotourism*), pariwisata bahari (*marine tourism*). Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis SWOT adalah memahami seluruh informasi dalam suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah (Freddy Rangkuti, 2001:14).

SWOT merupakan singkatan dari *strengths* (kekuatan-kekuatan), *weaknesses* (kelemahan-kelemahan), *opportunities* (peluang-peluang) dan *threats* (ancaman-ancaman). Pengertian-pengertian kekuatan,

kelemahan, peluang dan ancaman dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut :

- **Kekuatan (*strengths*)**

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan dari pasar suatu perusahaan (*Amin W.T, 1994:75*).

Kekuatan kawasan pariwisata adalah sumber daya alam, pengelolaan dan keunggulan relatif industri pariwisata dari pasar dan pesaing sejenis.

- **Kelemahan (*weaknesses*)**

Kelemahan adalah keterbatasan/kekurangan dalam sumber daya alam, keterampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan (*Amin W.T, 1994:75*).

Kelemahan kawasan pariwisata adalah keterbatasan/kekurangan dalam sumber daya alam, keterampilan dan kemampuan pengelolaan industri pariwisata.

- **Peluang (*opportunities*)**

Peluang adalah situasi/kecenderungan utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan (*Amin W.T, 1994:74*)

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

- **Ancaman (*threats*)**

Ancaman adalah situasi/kecenderungan utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan (*Amin W.T, 1994:74*)

Ancaman kawasan pariwisata adalah situasi/kecenderungan utama yang tidak menguntungkan industri pariwisata dalam lingkungan suatu kawasan pariwisata.

Menurut Yoeti (1997: 2-3), pengembangan pariwisata perlu memperhatikan beberapa aspek yang perlu diperhatikan yaitu:

1) Wisatawan (*Tourist*)

Harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka

datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan.

2) Transportasi

Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.

3) Atraksi/obyek wisata

Atraksi dan objek wisata yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat seperti: a) Apa yang dapat dilihat (*something to see*), b) Apa yang dapat dilakukan (*something to do*), c) Apa yang dapat dibeli (*something to buy*).

4) Fasilitas pelayanan

Fasilitas apa saja yang tersedia di DTW tersebut, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, *restaurant*, pelayanan umum seperti *Bank/money changers*, kantor pos, telepon/teleks yang ada di DTW tersebut.

5) Informasi dan promosi

Diperlukan publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana *leaflets/* brosur disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan pariwisata di wilayahnya dan harus menjalankan kebijakan yang paling menguntungkan bagi daerah dan wilayahnya, karena fungsi dan tugas dari organisasi pariwisata pada umumnya:

- (6) Merumuskan kebijakan tentang pengembangan kepariwisataan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan secara teratur dan berencana. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan merupakan salah satu hal utama dalam pengembangan pariwisata di suatu daerah. Berdasarkan pengertian tersebut yang dimaksud dengan strategi pengembangan daya tarik wisata dalam penelitian ini adalah usaha-usaha terencana yang disusun secara sistimatis yang dilakukan untuk mengembangkan potensi yang ada dalam usaha

meningkatkan dan memperbaiki daya tarik wisata sehingga keberadaan daya tarik wisata itu lebih diminati oleh wisatawan.

D. Promosi, pemasaran dan kelembagaan pariwisata

Ruang pariwisata adalah bagian dari ruang wilayah suatu daerah, krena itu upaya pengembangan pariwisata merupakan juga bagian dari pengembangan daerah. Tujuan utama dari pengembangan kepariwisataan adalah meningkatkan kegiatan kepariwisataan sedemikian rupa sehingga wisatawan dapat memainkan perannya di suatu daerah, menurut organisasi pariwisata dunia, pariwisata adalah industri orang (*peoples industry*). Orang membentuk pasar, memerlukan layanan dari orang lain dan membangkitkan interaksi sosial, budaya dan ekonomi yang membuat pariwisata menjadi suatu kegiatan yang mempunyai arti penting (WTO, 2002; 9). Oleh karena itu upaya pengembangan kepariwisataan tidak terlepas dari sistem pemasaran pariwisata sebagai upaya menarik calon pengunjung ke DTW dan objek wisata. Pariwisata adalah industri yang harus menjual produk oleh karena itu, promosi dan pemasaran merupakan keharusan. Suatu upaya menarik sebanyak mungkin pelanggan, membuat mereka betah atau lebih lama tinggal dan membelanjakan uangnya sebanyak mungkin.

1. Pemasaran pariwisata

Pemahaman tentang istilah pemasaran atau marketing didefinisikan sangat beragam. Namun wahab menyajikan beberapa macam definisi yang kemudian menyimpulkan intinya, yang pada dasarnya kesamaan pendapat. Definisi tersebut antara lain :

- a) Pemasaran adalah manajemen yang mengorganisasikan dan memimpin semua kegiatan usah yang meliputi kegiatan penilaian dan penentuan daya beli para pelanggan sehingga menjadi permintaan yang efektif terhadap suatu produk atau jasa-jasa tertentu.
- b) Pemasaran adalah pengidentifikasian atau penciptaan kebutuhan-kebutuhan pelanggan, lalu mendorong dan mengkoordinasikan

pemanfaatan semua fungsi yang ada dalam suatu usaha sehingga dapat memenuhi kebutuhan itu dengan menyenangkan pihak pembeli dan penjual

- c) Pemasaran adalah proses usaha, baik dengan permintaan yang nyata maupun yang masih potensial akan barang dan jasa di formulasikan, diusahakan dan disediakan oleh penjual. (Wahab et.al.1992; 22-3)

2. Tujuan pemasaran pariwisata

Pemasaran pariwisata sebagai suatu upaya pengembangan kepariwisataan harus mengacu kepada tujuan-tujuan yang harus dirumuskan dengan baik. Sementara itu tujuan-tujuan yang ditetapkan hendaknya :

- a) Realistis, maksudnya tujuan-tujuan itu harus ambisius, tetapi mampu dicapai dengan sumber-sumber tenaga manusia, bahan-bahan, sumber-sumber teknis, sumber-sumber tenaga manusia, sumber teknis dan keuangan yang tersedia
- a) Cakupan luas, dalam arti tujuan itu harus meliputi keinginan organisasi atau perusahaan yang akan dicapai melalui pemasaran sebagai kebijakan manajemennya.
- b) Luwes, dalam arti bisa disadari bahwa tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan tidak mungkin tercapai karena hambatan yang tidak diperhitungkan sebelumnya
- c) Khas/unik, sedapat mungkin bersifat khas, cocok dengan waktu target pencapaian dan strategi kerja guna mencapainya. (Wahab et.al. 1992;29).

3. Pemangku kepentingan (stakeholders)

Promosi dan pemasaran melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan. Selain pemerintah, sektor industri-terutama yang bersentuhan langsung dengan pariwisata sangat berkepentingan dengan

pemasaran produknya masing-masing. Pihak-pihak yang terlibat dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok utama yakni :

a) Lembaga pemerintah

Keterlibatan pemerintah berbeperan amat penting dalam kaitan dengan pengembangan wilayah secara keseluruhan, terutama bagi pengembangan kepariwisataan daerah. Untuk menjalankan peran utama dalam pemasaran suatu destinasi, pemerintah tak dapat mengabaikan riset. Peran pemerintah pada tingkat pusat atau nasional adalah pada rencana kebijakan, rangsangan fiskal dan moneter, peraturan, pengawasan lingkungan dan sebagainya, namun yang paling penting untuk berehasilan industri pariwisata adalah kepemimpinan.

b) Lembaga swasta

Promosi dan pemasaran tidak akan cukup apabila hanya dilakukan oleh pemerintah. pada kenyataannya, lembaga swasta dan swadaya masyarakat turut berperan aktif terutama dalam memasarkan produknya masing-masing. Lembaga swasta sekurang-kurangnya dapat membantu pemerintah dalam upaya menyebarkan informasi tentang situasi negara, misalnya ; keamanan, seni budaya dan perekonomian secara simultan dengan promosi usahanya masing-masing. Lebih dari itu setiap lembaga swasta dapat memprakarsai suatu kegiatan promosi dengan berbagai cara baik sendiri-sendiri maupun bersama dengan lembaga lain

c) Lembaga nirlaba

Pada dasarnya penduduk setempat sangat berkepentingan dengan pemanfaatan, potensi pariwisata didaerahnya, sehingga amat wajar apabila LSM pun terlibat dalam promosi dan upaya pemasaran. Kenyataannya keberhasilan promosi dan pemasaran mengandung konsekuensi positif sekaligus negatif, penduduk setempat sangat berkepentingan pula. Sumber daya pariwisata sebagai kekayaan yang amat berharga harus dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Pemanfaatan terkendali atas daya tarik wisata harus menjadi dasar pemasaran yang berorientasi pada DTW (Wahab, 1992; 10).