

BAB II

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA

A. Pariwisata

Setiap manusia pasti akan merasakan jemuhan atau penat pada suatu kegiatan atau pekerjaan yang sedang dilakukan atau digelutinya. Maka dari itu untuk menghilangkan rasa jemuhan atau penat yang dialami mereka akan melakukan hal untuk menyegarkan kembali pikiran atau melepaskan sesaat beban kerja yang dialami, salah satunya dengan kegiatan pariwisata dengan mengunjungi obyek-obyek wisata yang tersedia.

1. Pariwisata Berkaitan dengan Hak Asasi Manusia

Menurut Muljadi (2012 : 21), kegiatan pariwisata pada hakikatnya merupakan perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan secara bebas, sukarela dan memiliki kaitan sangat erat dengan kehidupan dan eksistensi manusia itu sendiri. Hak yang sangat mendasar adalah kebebasan untuk bergerak dan untuk memperoleh waktu istirahat, mengisi waktu senggang dengan berlibur.

Tercantum pernyataan yang dibuat oleh *the Universal Declaration of Human Right* dalam Muljadi (2012 : 21-22) sebagai berikut:

- 1) Setiap orang memiliki hak untuk secara bebas melakukan pergerakan dan tinggal di dalam batas wilayah setiap negara atau *everyone has the right of freedom of movement and residence within the borders of each state* (Pasal 13 ayat 1).
- 2) Setiap orang memiliki hak untuk beristirahat dan berpesiar, termasuk di dalamnya pembatasan waktu bekerja yang memadai dan waktu liburan dengan tetap digaji atau *everyone has the right to rest and leisure, including reasonable limitation of working hours and periodic holiday with pay* (Pasal 24).

Oleh karena itu pembangunan dan pengembangan kepariwisataan, kepedulian dan jaminan HAM mutlak diutamakan.

2. Pengertian Pariwisata

Kata “pariwisata” berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan atau bepergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling. Menurut Gartner dalam Muljadi (2012 : 7), unsur pembentuk pengalaman wisatawan yang utama adalah adanya daya tarik dari suatu tempat atau lokasi.

Menurut Instruksi Presiden No. 19 Tahun 1969 kepariwisataan adalah merupakan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup khas, seperti hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah dan iklim yang nyaman.

Sedangkan pengertian pariwisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Bab I, Pasal 1,Ayat 3).

Jadi yang dimaksud Pariwisata adalah kegiatan wisata yang dilakukan untuk menikmati kekayaan alam, hasil budaya, peninggalan sejarah atau pemandangan alam serta iklim yang nyaman dengan memanfaatkan berbagai fasilitas serta layanan yang telah disediakan.

Dengan demikian Pariwisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan dengan mengunjungi Pantai Tanjung Belandang, untuk menikmati keindahan alam dengan didukung adanya fasilitas serta layanan yang telah disediakan.

3. Pengertian Prasarana dan Sarana Kepariwisataan

1) Prasarana Kepariwisataan

Prasarana kepariwisataan menurut Muljadi (2012: 13), adalah semua fasilitas yang mendukung agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan

guna memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam, antara lain:

- a. Prasarana perhubungan, seperti jaringan jalan raya dan jaringan rel kereta api, bandar udara (*airport*), pelabuhan laut (*sea-port*), terminal angkutan darat dan stasiun kereta api.
- b. Instalasi tenaga listrik dan instalasi penjernihan air bersih.
- c. Sistem pengairan untuk kepentingan pertanian, peternakan, dan perkebunan.
- d. Sistem perbankan dan moneter.
- e. Sistem telekomunikasi, seperti telepon, internet, pos, televisi, dan radio.
- f. Pelayanan kesehatan dan keamanan.

2) Sarana Kepariwisataan

Sarana Kepariwisataan menurut Muljadi (2012 : 13-14), adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan kelangsungan hidupnya, tergantung dari wisatawan yang datang.

Jenis-jenis sarana pokok kepariwisataan antara lain:

- a. Perusahaan perjalanan (*Travel Agent* atau Biro Perjalanan Wisata).
- b. Perusahaan angkut wisata.
- c. Perusahaan akomodasi.
- d. Perusahaan makanan dan minuman.
- e. Perusahaan daya tarik wisata dan hiburan.
- f. Perusahaan cinderamata atau *art shops*.

Pada umumnya, perusahaan-perusahaan tersebut merupakan fasilitas yang harus tersedia pada suatu daerah tujuan wisata. Berdasarkan pendapat diatas bahwa suatu obyek wisata harus memiliki prasarana dan sarana kepariwisataan seperti yang

disebutkan di atas untuk menunjang atau mendukung obyek wisata tersebut.

B. Strategi Pengembangan

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus, sedangkan Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Jadi Strategi Pengembangan yaitu merupakan proses atau cara yang ditempuh dengan perencanaan yang cermat dalam kegiatan tertentu untuk mencapai satu tujuan.

Pada penelitian ini yang akan dilakukan yaitu menentukan strategi perencanaan pariwisata yang tepat untuk menjadikan obyek wisata Pantai Tanjung Belandang tetap menjadi tujuan wisata dan semakin diminati wisatawan.

1. Perencanaan Pariwisata

Menurut Muljadi (2012 : 68), perencanaan pariwisata berarti pengorganisasian secara menyeluruh pengembangan atau pembangunan fasilitas-fasilitas pariwisata, sehingga fasilitas-fasilitas itu secara efektif dapat memenuhi tugas-tugas sebagaimana mestinya.

Dengan demikian, perencanaan pariwisata merupakan bagian dari pengembangan atau pembangunan seluruhnya dan dapat menggunakan sumber-sumber kekayaan alam, kemampuan manusia, serta sumber-sumber keuangan dengan sebaik-baiknya.

Menurut Oka A. Yoeti dalam Muljadi (2012 : 68) mengatakan bahwa pertumbuhan kepariwisataan yang tidak terkendali sebagai akibat dari perencanaan yang tidak baik, pasti akan menimbulkan dampak yang tidak baik dan tentunya akan tidak menguntungkan semua pihak.

Selanjutnya Oka A. Yoeti dalam Muljadi (2012 : 69) menjelaskan bahwa aspek-aspek yang perlu diketahui dalam perencanaan pariwisata, yaitu:

- a. Wisatawan (*tourist*)
- b. Pengangkutan (*transportations*)

- c. Daya tarik wisata
- d. Fasilitas pelayanan (*services facilities*)
- e. Informasi dan promosi (*informations*)

Selain merencanakan strategi perencanaan yang tepat, sebuah obyek wisata haruslah memiliki daya dukung wisata yang menarik sehingga dengan adanya daya dukung dapat mempermudah dalam perencanaan strategi pengembangan obyek wisata tersebut.

Menurut Muta'ali (2015 : 229), daya dukung wisata adalah jumlah wisatawan yang dapat ditampung dengan kegiatannya yang dapat didukung secara berkelanjutan oleh suatu lokasi atau destinasi wisata. Kemudian menurut Soemarwoto dalam Muta'ali (2015 : 229), daya dukung lingkungan obyek wisata alam adalah kemampuan obyek wisata alam untuk dapat menampung jumlah wisatawan pada luas dan satuan waktu tertentu.

Selanjutnya Muta'ali (2015 : 230) menjelaskan bahwa daya dukung wisata berhubungan dengan aspek biogeofisika, sosial ekonomi dan sosial budaya dari suatu lokasi atau tapak wisata dalam menunjang kegiatan pariwisata tanpa menimbulkan penurunan kualitas lingkungan dan kepuasan wisatawan dalam menikmati lokasi dan tapak wisata.

Jadi dari pendapat diatas dapat dikatakan bahwa agar perencanaan strategi pengembangan wilayah dapat direncanakan dengan mudah, maka pantai Tanjung Belandang harus memiliki daya dukung wisata seperti luas wilayah yang dapat menampung wisatawan, adanya aspek biogeofisika, sosial ekonomi atau bahkan sosial budaya yang menarik.

2. Kebijakan dan Langkah-langkah Pengembangan Pariwisata

Pengembangan Pariwisata juga dapat dilihat dari kebijakan-kebijakan yang diambil oleh pemerintah daerah Kabupaten Ketapang.

Berdasarkan Rancangan Repelita VII Pariwisata dalam Muljadi (2012 : 72-80), diperlukan suatu strategi melalui kebijakan dan langkah-langkah yang harus dilaksanakan secara terus menerus. Kebijakan ini

ditetapkan sebagai suatu pedoman dalam penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia, kebijakan-kebijakan tersebut antara lain:

- 1) Menjadikan Pariwisata sebagai Penghasilan Devisa Utama
- 2) Menjadikan Pariwisata Nusantara sebagai Pendorong Pembangunan
- 3) Meningkatkan Ketangguhan Kepariwisataan Nasional
- 4) Peningkatan Sumber Daya Manusia Bidang Kepariwisataan
- 5) Peningkatan Kemitraan Masyarakat, Swasta, dan Media Massa
- 6) Peningkatan Kerja Sama Lintas Sektoral

Untuk menanggulangi berbagai permasalahan dan potensi yang telah disebutkan di atas, dengan tetap mengacu pada arah kebijakan pembangunan kepariwisataan yang telah disebutkan, perlu dilakukan serangkaian tindakan yang berbasis pada strategi:

- 1) Kebijakan Fiskal (*fiscal policy*)
- 2) Kebijakan Investasi (*investment policy*)
- 3) Pembangunan Infrastruktur
- 4) Pengembangan SDM
- 5) Koordinasi Lintas Sektor

Seluruh kondisi tersebut memerlukan pendekatan yang ditujukan untuk meningkatkan keunggulan daya saing (*competitive advantage*) yang dimiliki Indonesia dalam pengembangan kepariwisataan. Menurut Michael E. Porter dalam Muljadi (2012 : 80) menyebutkan bahwa *competitive advantage* membutuhkan faktor-faktor pembangunan, seperti:

1) *Cost Advantage*

Keunggulan atas biaya yang harus dikeluarkan dalam penyediaan produk dan pelayanan wisata merupakan faktor penting dalam membangun keunggulan kompetitif destinasi wisata.

2) *Differentiation*

Suatu destinasi pariwisata harus mampu menjadi berbeda dengan pesingnya ketika menghasilkan aksesibilitas, atraksi, dan amenitas yang unik dan berharga bagi wisatawan yang datang.

3) *Business Linkages*

Mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan merupakan suatu proses integratif dalam membangun keunggulan kompetitif kepariwisataan.

4) *Services*

Pelayanan yang konsisten semenjak wisatawan tiba di pintu masuk (entry point), pada saat berada di destinasi pariwisata sampai dengan kepulangannya.

5) *Infrastructures*

Kondisi prasarana dan sarana pendukung kepariwisataan yang terpelihara dan beroperasi dengan baik juga merupakan faktor penting pembangunan keunggulan kompetitif suatu destinasi pariwisata.

6) *Technology*

Penggunaan teknologi yang tepat dan mudah digunakan akan mampu memberikan dukungan bagi pelayanan kepada wisatawan yang datang selain mampu juga mendukung proses pengambilan keputusan dalam pengembangan, pengelolaan, dan pemasaran.

7) *Human Resource*

Kompetensi sumber daya manusia pelayanan dan pembinaan kepariwisataan menjadi kunci penting pelaksanaan berbagai faktor pembentuk keunggulan kompetitif tersebut di atas.

3. Pengaruh Pembangunan Kepariwisataan

Pembangunan kepariwisataan memerlukan perencanaan yang terpadu dan matang untuk dapat mengidentifikasi dampak positif dan negatif serta berusaha meminimalkan dampak negatifnya. Dampak tersebut pasti ada dan biasanya sangat dirasakan oleh masyarakat, antara lain dampak ekonomi, bida, dan lingkungan, serta lainnya. Keuntungan-keuntungan dan masalah-masalah akan memberikan latar belakang untuk dapat mengerti proses perencanaan dalam menetapkan

tujuan dan sasaran yang diharapkan, dan menilai keefektifan rencana dan program pengembangan secara keseluruhan. Pada umumnya jenis-jenis keuntungan pariwisata, jika dikembangkan dengan sebaik-baiknya, mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) Keuntungan-keuntungan ekonomi mencakup:
 - a. Memberikan pekerjaan dan penghasilan kepada masyarakat daerah setempat di lokasi pariwisata dikembangkan
 - b. Menghasilkan devisa bagi negara atau daerah yang bersangkutan
 - c. Sebagai perangsang bagi pengembangan aktivitas-aktivitas ekonomi lainnya, misalnya pertanian, pengrajin, dan lain-lain
 - d. Dapat membantu membiayai pembangunan prasarana yang mempunyai manfaat serba guna
- 2) Keuntungan-keuntungan budaya dan lingkungan hidup meliputi:
 - a. Merupakan perangsang dan barangkali dapat membantu membiayai pemeliharaan dan/atau pemugaran monumen-monumen budaya, misalnya Candi-candi, dan tempat-tempat bersejarah lainnya
 - b. Merupakan dorongan untuk melindungi dan kadang-kadang untuk menghidupkan kembali beberapa pola-pola budaya yang tradisional, misalnya sebagai kesenian, kerajinan tangan, tarian, musik, upacara-upacara adat, pakaian, dan lain-lain.
 - c. Memberikan dorongan untuk memperbaiki dan mempertahankan lingkungan hidup yang bersih dan menarik karena hal ini penting bagi berhasilnya pariwisata.
 - d. Dapat memberikan rangsangan untuk melindungi dan memelihara ciri khas lingkungan yang khusus misalnya pantai-pantai, taman-taman, pemandangan-pemandangan dan daerah-daerah alamiah dan rekreasi lainnya yang penting yang dapat digunakan dan dinikmati oleh penduduk juga oleh para wisatawan
- 3) Keuntungan-keuntungan lainnya bisa mencakup:

- a. Tukar menukar kebudayaan (antar wisatawan dan penduduk). Dari pihak wisatawan, mereka dapat mempelajari lebih banyak mengenai kebudayaan-kebudayaan dan lingkungan-lingkungan yang lainnya. Sedangkan dari pihak penduduk, mereka dapat mengetahui lebih banyak tentang orang-orang dan tempat-tempat lainnya melalui pembicaraan-pembicaraan dengan para wisatawan
- b. Berkembangnya pendidikan kejuruan dan pertukaran pendidikan
- c. Mengembangkan kemampuan teknis dan pengelolaan penduduk setempat dengan cara mempekerjakan mereka di sektor pariwisata. Beberapa dari keahlian-keahlian ini dapat digunakan dalam aktivitas-aktivitas ekonomi lainnya.

Jika pariwisata tidak dikembangkan dengan baik maka pariwisata dapat menimbulkan masalah-masalah yang meliputi :

- 1) Masalah ekonomi yang mencakup :
 - a. Investasi yang relatif tinggi untuk setiap karyawan di beberapa daerah
 - b. Banyak kecerobohan devisa (*leakages*), misalnya bahan yang dipakai dalam pengembangan dan operasi pariwisata diimpor, fasilitas-fasilitas pariwisata dimiliki atau dikelola orang asing, atau bahkan banyaknya staf asing yang dipekerjakan dalam pariwisata
 - c. Pengembangan pariwisata dapat mengakibatkan harga-harga yang itnggi di daerah-daerah setempat
 - d. Biaya pembangunan prasarana bisa menjadi sangat tinggi
- 2) Masalah budaya dan lingkungan yang meliputi :
 - a. Adanya pengunjung ke monumen-monumen budaya dan tempat bersejarah dapat merusak, dan hal ini menyebabkan penduduk tidak dapat menikmatinya
 - b. Lingkungan yang kotor seperti udara dan air yang tercemar, keadaan bising/ramai, gedung-gedung yang letaknya tidak rapi

dan indah, papan reklame yang merusak pemandangan, kemacetan lalu lintas, serta perusakan terhadap sistem ekologis.

3) Masalah-masalah lain dapat mencakup :

- a. Menimbulkan akibat tindakan berlebih-lebihan yang negatif yaitu memperkenalkan adat istiadat, pola-pola kebudayaan dan sikap-sikap yang berbeda yang tidak sesuai dengan daerah setempat, misalnya penggunaan narkotika, dan mode pakaian yang tidak pantas.
- b. Adanya pengembangan dan perubahan yang terlalu cepat bagi penduduk setempat untuk memahaminya dan menyesuaikan diri.
- c. Mendaratkan tenaga kerja dari luar negeri ataupun dari tempat-tempat lain di negara tersebut, yang mungkin dapat menimbulkan pertengangan-pertengangan sosial.
- d. Kurang cukupnya penyediaan perumahan-perumahan dan pelayanan-pelayanan masyarakat untuk karyawan pariwisata yang mungkin dapat mengakibatkan masalah-masalah kesehatan dan pertengangan sosial.

4. Pemasaran Pariwisata

Pemasaran pariwisata merupakan hal yang sangat kompleks sekali karena produk dari industri pariwisata mempunyai ciri khas dibandingkan produk berupa barang.

Menurut Muljadi (2012 : 87), pemasaran pariwisata adalah upaya mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan, serta menawarkan produk wisata yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan dengan maksud agar usaha pariwisata dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan.

a. Arti Penting Pemasaran Pariwisata

Ada tiga aspek penting dari produk pariwisata yang perlu mendapatkan perhatian dari para pengelola atau pemasar dalam bidang kepariwisataan, yaitu :

- 1) *Attraction*, yaitu segala sesuatu baik itu berupa daya tarik wisata alam dan budaya yang menarik bagi wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata. Hal ini antara lain meliputi daya tarik keindahan alam, pantai, atraksi wisata budaya, kebiasaan dan cara hidup masyarakat, keunikan alam dan budaya, atraksi-atraksi seni, pertemuan ilmiah, dagang, dan sebagainya.
- 2) *Accesibility* atau aksesibilitas, artinya kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata yang dimaksud melalui berbagai media transportasi baik berupa udara, laut maupun darat.
- 3) *Aminities*, maksudnya berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata. Hal tersebut antara lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan, dan lain-lain.

Ketiga aspek (3A) di atas harus dapat dikemas sedemikian rupa sehingga dapat menjadi lebih menarik, memberikan kenyamanan bagi calon wisatawan sesuai dengan maksud kunjungan dari para wisatawan tersebut.