

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan, termasuk bagi Indonesia. Indonesia memiliki potensi sumber daya yang melimpah, keanekaragaman hayati, kesenian, sosial budaya, serta karakteristik masyarakat yang beragam dapat menjadikan Indonesia unggul dalam sektor pariwisata. Berdasarkan hal tersebut, pariwisata memang menjadi sektor yang berperan dalam pembangunan di Indonesia. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, menyatakan bahwa pada tahun 2019, sektor pariwisata telah kontribusi terhadap PDB pada angka 4,7%. Kemudian terdapat bencana nonalam berupa pandemi COVID-19 pada tahun 2020, membuat pariwisata menjadi terdampak, dan hanya berkontribusi pada PDB sebesar angka 4,1%. Pada tahun 2019, devisa sektor pariwisata bagi negara mencapai US\$16,9 miliar. Namun, pada 2020, devisa sektor pariwisata turun drastis menjadi US\$3,54 miliar. Terlihat bahwa terdapat perbedaan yang cukup berbeda antara 2019 dan 2020 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Wisatawan selalu mencari sesuatu atraksi daya tarik wisata berbeda. Tidak hanya wisata penarik minat seperti pesona pegunungan atau pantai yang indah, wahana permainan di wisata buatan yang menarik minat wisatawan, atau bahkan *spot* berfoto yang menarik, namun hal baru yang dipandang menarik dan ingin diketahui lebih dalam lagi. Salah satu hal menarik yang dapat menjadi potensi daya tarik wisata yaitu permukiman kumuh (*slum area*). Diketahui bahwa wisatawan selalu mencari hal yang cenderung baru dan berbeda pada sebuah objek wisata. Hal inilah yang kemudian dirasa dapat menjadi unik untuk pengalaman berwisata yaitu berwisata di permukiman kumuh (*slum area*). Hadirnya kawasan *slum area* dirasa unik karena menawarkan pengalaman berbeda dengan kekhasan daya tariknya. Namun *slum area* yang akan dikunjungi wisatawan tentu tidak bisa disajikan secara alami sebagai objek pariwisata,

perlu adanya pengembangan pembangunan daerah, aksesibilitas yang memadai, dan fasilitas pendukung wisata yang mencukupi sehingga menjadi tempat wisata yang layak dikunjungi. Selain itu, yang menjadikan *slum area* sebagai tempat yang menarik untuk berwisata ialah karena dapat menawarkan ekspresi heterogenitas akan budaya kota, serta dapat menjadi perspektif komparatif antara budaya dan ruang dari wisatawan dengan kawasan *slum area* yang mereka kunjungi. Dalam hal ini, lalu apakah yang akan didapatkan wisatawan dari berwisata di *slum area*? Wisatawan tidak menangkap kemiskinan atau kekumuhan yang terjadi pada *slum area* tersebut, namun wisatawan hanya ingin menangkap fenomena dan pengalaman baru yang belum pernah ia alami sebagai upaya untuk belajar dan refleksi diri, seperti budaya dan karakteristik masyarakat yang tinggal di *slum area* sepanjang sempadan sungai (Kamelia, 2020).

Salah satu kota di Indonesia yang memiliki permukiman padat penduduk adalah Kota Jakarta. Kota Jakarta menyimpan segudang sejarah, mulai dari bangunan hingga kebudayaan dan karakteristik masyarakat yang merupakan peninggalan masa kolonial dan berkembang hingga masa kini. Banyak permukiman padat penduduk di Kota Jakarta yang berada di sepanjang sempadan sungai (kawasan *slum area*). Pada umumnya, sungai yang berada di perkotaan berkaitan langsung dengan permukiman di sekitarnya, karena pada dasarnya sungai dapat memiliki manfaat yang bagi kehidupan masyarakat perkotaan. Perkotaan memiliki daya tarik lebih besar dari berbagai kesempatan daripada daerah perdesaan, hal ini menjadikan adanya migrasi penduduk dari desa ke kota yang berakibat pada bertambahnya jumlah penduduk di perkotaan. Penduduk yang bertambah ini akan berpengaruh pada jumlah permukiman, sehingga kota menjadi semakin padat. Salah satunya alternatif untuk bermukim yaitu dengan menggunakan lahan di sempadan sungai yang kemudian dijadikan sebagai pengembangan daerah permukiman liar (*squatter settlements*) dan permukiman kumuh (*slum area*) (Himawan dan Santoni, 2019).

Diketahui bahwa peradaban permukiman masyarakat di Kota Jakarta tidak dapat terlepas dari peran keberadaan Ci Liwung sebagai sumber kehidupan masyarakat setempat dan titik awal pertumbuhan kota. Dahulu Ci Liwung dimanfaatkan oleh

masyarakat sebagai sumber kehidupan, yaitu untuk mencuci, kegiatan transportasi dan perdagangan, bahkan sarana hiburan seperti berenang di sungai. Namun kini, terjadi pergeseran fungsi sungai yang menyebabkan Ci Liwung terkesan ditinggalkan dan tidak berfungsi lagi untuk masyarakat, bahkan banyak masyarakat yang menganggap sungai ini sebagai *front* belakang atau hanya sebagai tempat pembuangan sampah saja. Setiap kali terjadi fenomena banjir di Jakarta, Ci Liwung selalu dikaitkan sebagai penyebab banjir. Namun, bencana yang sesungguhnya terjadi berasal dari akibat ulah manusia yang merusak ekosistem sungai dengan membuang sampah dan limbah secara sembarangan, sehingga merusak wilayah hijau sebagai areal resapan air ketika datang musim penghujan. Hal ini mengakibatkan munculnya permukiman kumuh (*slum area*) di sepanjang aliran sungai tersebut. Walaupun memang permukiman yang muncul di sepanjang aliran sungai sebenarnya sudah ada dari zaman prasejarah, yaitu sekitar 5.000 tahun yang lalu, peradaban Kota Jakarta berada di Ci Liwung (Chilmy dan Widyawati, 2013).

Perkembangan peradaban tidak dapat dipisahkan dari perkembangan hubungan manusia dengan alam, salah satu contohnya ialah hubungan manusia dengan sungai seperti peradaban yang terdapat di sepanjang Sungai Nil, Afrika. Begitu pula dengan peradaban masyarakat di Ci Liwung, dapat dikatakan bahwa faktor munculnya dan berkembangnya peradaban di Jakarta dahulu berasal dari Ci Liwung ini. Ci Liwung merupakan sungai lintas provinsi, karena sungai ini mengalir melewati dua provinsi di Indonesia, yaitu Provinsi Jawa Barat dan Provinsi DKI Jakarta. Ci Liwung dikaitkan dengan bencana banjir yang selalu dialami oleh masyarakat yang tinggal di Jakarta. Pada saat musim penghujan tiba, terdapat potensi besar terjadinya bencana banjir di Jakarta, dan akan berdampak pada permukiman sepanjang sempadan Ci Liwung. Oleh karena itu, saat ini Ci Liwung memiliki permasalahan yang sangat rumit dan memprihatinkan. Hal ini dikarenakan tidak dianggapnya sungai ini sebagai aset yang penting (Himawan dan Santoni, 2019).

Ci Liwung sebetulnya menjadi salah satu dari ruang publik dimana masyarakat dapat melakukan aktivitas mereka di area sempadan sungai. Hal ini menggambarkan

bahwa sungai dapat menjadi tempat relaksasi, tempat bersantai, tempat merenung, dan juga dapat dijadikan sebagai tempat untuk rekreasi, bahkan sungai dapat dijadikan salah satu sarana bagi masyarakat yang digunakan sebagai tempat melakukan aktivitas dan interaksi sosial (Yang dan Xu, 2012). Banyak fungsi yang dimiliki oleh sungai, seperti menyediakan koneksi antara lanskap dengan masyarakat dan sungai pun dapat membentuk persepsi masyarakat di sekitarnya memiliki gagasan yang sama untuk membuat lingkungan yang kreatif dan berkelanjutan. Maka sungai dapat menjadi tempat yang bermanfaat bagi masyarakat maupun lingkungan sekitarnya, hal tersebut jika sungai diperlakukan dengan baik dan dengan penataan yang sesuai. Namun pada faktanya, Ci Liwung masih terlantar dan saat ini tidak terlalu dimanfaatkan oleh masyarakat sekitarnya (Cengiz, 2013).

Berangkat dari masalah tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengangkat model pengembangan kawasan *slum area* sebagai daya tarik wisata minat khusus di permukiman RW 04 sempadan Ci Liwung, Kelurahan Manggarai, Kecamatan Tebet, Kota Jakarta Selatan. Penelitian ini akan difokuskan pada permukiman sempadan sungai (*slum area*) sepanjang RW 04 Kelurahan Manggarai yang dilewati oleh Ci Liwung. Alasan pemilihan RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai fokus penelitian, karena RW 04 yang memiliki jumlah 16 RT di dalamnya ini walaupun merupakan permukiman kumuh (*slum area*) yang ada di sempadan Ci Liwung, namun berdasarkan observasi peneliti, RW 04 Kelurahan Manggarai memiliki potensi untuk dijadikan daya tarik wisata *slum area* di perkotaan (*slum tourism*). Hal tersebut dikarenakan karakteristik masyarakat yang masih sangat erat kekeluargaannya dan sangat ramah jika ada pengunjung yang datang ke kawasan mereka bermukim. Karena terkadang banyak masyarakat yang tinggal di kawasan *slum area* tidak menerima kedatangan orang asing ke kawasan mereka tinggal, karena dianggap menjual kemiskinan masyarakat tersebut. Namun untuk masyarakat RW 04 Kelurahan Manggarai justru senang jika ada pengunjung datang melihat kehidupan sepanjang sempadan sungai. Selain itu, banyak kebudayaan atau kearifan lokal menarik yang masih hidup di tengah masyarakat, seperti adanya gotong royong saat ada bencana alam

maupun tetangga yang sakit, adanya rumah belajar dan sanggar untuk mengasah kreativitas anak-anak yang tinggal di RW 04 Kelurahan Manggarai tersebut, kemudian adanya masyarakat yang memelihara ayam sebagai kegiatan sehari-hari, serta banyaknya masyarakat yang berwirausaha kuliner. Selain itu, dari segi bentuk-bentuk rumah di kawasan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai ini sangat padat dan berdekatan, dan ada beberapa RT yang bahkan tidak terlalu mendapat pencahayaan matahari dikarenakan padatnya rumah masyarakat. Hal ini dapat menjadi daya tarik wisata *slum tourism* di tengah perkotaan, dimana wisatawan dapat mendapatkan pengalaman baru.

**Tabel 1.** Jumlah Kepala Keluarga (KK) dan Penduduk di RW 04 Kelurahan Manggarai.

No	RT	Jumlah KK	Jumlah Penduduk
1.	RT 001	180	461
2.	RT 002	115	377
3.	RT 003	104	387
4.	RT 004	41	160
5.	RT 005	38	134
6.	RT 006	75	301
7.	RT 007	84	206
8.	RT 008	86	275
9.	RT 009	111	357
10.	RT 010	64	326
11.	RT 011	75	238
12.	RT 012	49	176
13.	RT 013	52	203
14.	RT 015	64	218
15.	RT 016	64	176
16.	RT 017	66	208
	<b>Jumlah</b>	1.268	4.203

*Sumber: Data Sekretariat RW 04 Kelurahan Manggarai, 2021.*

Pengembangan kawasan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai produk wisata merupakan salah satu alternatif wisata perkotaan di Kelurahan Manggarai, tepatnya RW 04 untuk dapat memperkenalkan karakteristik dan budaya masyarakat yang tinggal di sepanjang sempadan Ci Liwung, hal ini agar wisatawan yang akan datang merasakan pengalaman untuk refleksi diri. Pengembangan kawasan

*slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai daya tarik wisata *slum tourism* juga memiliki tantangan yang cukup berat, karena selain harus membawa dampak ekonomi bagi masyarakat yang bermukim, namun juga memerlukan langkah-langkah pelestarian lingkungan di sempadan sungai. Contoh wisata permukiman kumuh (*slum tourism*) di Indonesia yang sukses menarik wisatawan lokal maupun mancanegara adalah Kampong Lampion di Kota Malang, serta contoh *slum tourism* terpopuler di Asia yaitu Dharavi di Mumbai, India.

Penelitian ini menguraikan model dalam pengembangan kawasan *slum area* di RW 04 Kelurahan Manggarai yang berada di sempadan Ci Liwung sebagai daya tarik wisata yang menarik minat wisatawan. Penelitian ini akan melihat model pengembangan seperti apa yang dapat diadaptasi untuk kawasan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai objek daya tarik wisata yang akan dianalisis terlebih dahulu untuk menguraikan potensinya berdasarkan konsep 4A pariwisata (*Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary*) sehingga dapat ditentukan model yang efektif menggunakan analisis SWOT untuk mengembangkan kawasan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai daya tarik wisata *slum area* di tengah perkotaan (*slum tourism*). Data dalam penelitian ini akan didapatkan dari informan kunci (pihak terkait) dan informan pendukung (calon wisatawan dan masyarakat RW 04) untuk dianalisis menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan paparan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji topik penelitian dengan judul “Model Pengembangan *Slum Area* sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Sempadan Ci Liwung Kelurahan Manggarai Kota Jakarta Selatan”.

## **B. Masalah Penelitian**

Berdasarkan fakta dan uraian pada latar belakang, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana model pengembangan *slum area* sempadan Ci Liwung RW 04 Kelurahan Manggarai yang menghasilkan strategi berdasarkan daya tarik wisata yang dimilikinya?

## **C. Fokus Penelitian**

Mengingat luasnya permasalahan yang ada serta keterbatasan kemampuan dan waktu peneliti, pembatasan masalah pada penelitian ini akan difokuskan kepada bagaimana model pengembangan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai daya tarik wisata minat khusus di tengah perkotaan yang ada di sempadan Ci Liwung, Kelurahan Manggarai.

## **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model pengembangan *slum area* di sempadan Ci Liwung yaitu RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai daya tarik wisata minat khusus di tengah perkotaan (*slum tourism*) di Kelurahan Manggarai.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk akademisi lainnya yang akan melakukan penelitian mengenai topik yang mengacu pada model pengembangan wisata *slum area* sebagai daya tarik wisata di permukiman RW 04 sempadan Ci Liwung Kelurahan Manggarai.
- b. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan informasi-informasi kepada pembaca bagaimana hasil analisis model pengembangan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai sepanjang

sempadan Ci Liwung sebagai potensi daya tarik wisata di tengah Kota Jakarta. Selain itu juga penelitian ini menjadi persyaratan menyelesaikan tugas akhir sehingga dapat memperoleh gelar sarjana pendidikan.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi Pemerintah, Masyarakat, dan Pihak Terkait

Hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai masukan, saran, ataupun acuan bagi pihak-pihak terkait, seperti pihak pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Kelurahan Manggarai, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta, pihak dari RW 04 Kelurahan Manggarai beserta masyarakatnya, dan pihak terkait lainnya dalam kajian strategi pengembangan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai potensi daya tarik wisata permukiman kumuh (*slum tourism*) di sempadan Ci Liwung Kelurahan Manggarai.

### b. Bagi Peneliti

Bagi peneliti sebagai yang menulis dan menjalankan penelitian, harapannya tentu untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan, serta refleksi diri bagi peneliti dan para pembaca mengenai kajian geografi pariwisata dan geografi budaya berupa model pengembangan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai potensi daya tarik wisata permukiman kumuh (*slum tourism*) di sempadan Ci Liwung.



## **F. Kerangka Konseptual**

### **1. Hakikat Pariwisata**

#### **a. Pengertian Pariwisata**

Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pada hakikatnya pariwisata didefinisikan sebagai seluruh kegiatan atau aktivitas yang berkaitan dengan pariwisata dan memiliki sifat multidimensi serta multidisiplin yang hadir sebagai bentuk wujud kebutuhan seseorang, negara, serta proses interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha. Secara etimologis, pariwisata terdiri dari dua kata, yakni kata “pari” yang diartikan sebagai berkeliling, berputar-putar, berkali-kali, atau lengkap dan kata “wisata” yang diartikan sebagai suatu perjalanan atau kegiatan bepergian. Atas dasar pengertian tersebut, pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali dari satu tempat ke tempat yang lain (Nurdin, 2005).

Berdasarkan pengertian di atas, pariwisata dikatakan memiliki sifat multidisiplin. Oleh karena itu, pariwisata dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan ilmu pengetahuan, banyak ahli yang berpendapat mengenai definisi pariwisata dari sudut pandang ilmu yang berbeda, walaupun dalam sudut pandang yang berbeda, namun masih memiliki makna yang sama. Pada hakikatnya pariwisata dikenal sebagai suatu proses bepergian sementara seseorang atau lebih menuju ke tempat lain diluar tempat tinggalnya, dengan dorongan atau motivasi bepergian karena berbagai kepentingan, misalnya karena motivasi ekonomi, sosial, sejarah, budaya, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lainnya seperti hanya ingin tahu, menambah pengalaman dan kesenangan, atau untuk menambah ilmu dan pengetahuan (Suwantoro, 2004).

Menurut Garter dalam Utama (2012) dalam Hary (2017), kegiatan pariwisata dapat didefinisikan sebagai suatu studi yang mempelajari perjalanan seseorang keluar dari lingkungannya, termasuk industri pariwisata yang merespons kebutuhan seseorang untuk melakukan sebuah perjalanan. Dalam hal ini, pariwisata tidak hanya sebuah

perjalanan seseorang mendapatkan hiburan sebagai seorang wisatawan, namun lebih jauh dari itu pariwisata mempelajari bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh pelaku pariwisata maupun industri yang bergerak di dalamnya terhadap lingkungan ekonomi, sosial budaya, maupun lingkungan fisik setempat.

Menurut Sya dan Zulkifli Harahap (2018) menyebutkan bahwa E. Guyer Freuler merumuskan pariwisata dalam suatu artian modern, yaitu pariwisata sebagai suatu fenomena dari zaman kini yang terjadi berdasarkan dengan kebutuhan seseorang akan kesehatan dan pergantian suasana hati, dengan sadar melakukan penilaian dan menumbuhkan rasa cinta dan kagum terhadap keindahan alam dan juga disebabkan oleh meningkatnya interaksi antarbangsa dan kelas masyarakat sebagai bentuk hasil dari perkembangan industri perdagangan dan penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan berupa alat transportasi.

Untuk negara yang menganggap bahwa pariwisata sebagai suatu industri yang dapat menghasilkan suatu produk berupa tujuan untuk berwisata, maka dianggap sebagai ekspor yang tidak kentara (*invisible exports*). Hal ini memberikan dampak yang berpengaruh positif dalam roda perekonomian, kebudayaan, serta kehidupan sosial masyarakat. Terdapat hal yang menjadi ciri dari perjalanan pariwisata, yaitu adanya beberapa faktor penting yang diharuskan ada dalam batasan suatu definisi pariwisata. Faktor-faktor tersebut ialah sebagai berikut:

- a) Perjalanan yang dilakukan tersebut untuk sementara;
- b) Perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya;
- c) Perjalanan tersebut walaupun berbentuk berbeda namun harus dikaitkan dengan adanya rekreasi wisata;
- d) Seseorang yang melakukan perjalanan berwisata tersebut tidak mencari nafkah atau keuntungan di tempat yang dikunjunginya, namun hanya sebagai konsumen di tempat tersebut (Sya dan Zulkifli, 2018).

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka dapat didefinisikan bahwa pariwisata merupakan suatu proses perjalanan atau bepergian yang dilakukan dalam

jangka waktu tertentu yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan tujuan untuk melakukan liburan, berbelanja, mendapatkan pengalaman, hiburan, pengetahuan, dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam, dimana pariwisata dapat berdampak pada perekonomian, sehingga dapat meningkatkan pendapatan pemerintah daerah maupun pendapatan pemerintah pusat (Yoeti, 2008).

### **b. Komponen Pariwisata**

Komponen pariwisata diartikan sebagai suatu komponen yang harus dimiliki oleh suatu daya tarik wisata. Istilah pariwisata ialah gabungan dari wisata, pariwisata, dan kepariwisataan. Pariwisata didefinisikan sebagai segala kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh wisatawan yang harus dilengkapi dengan sarana dan prasarana penunjang yang disediakan oleh pelaku pariwisata. Namun, terdapat unsur terpenting dalam suatu pengembangan pariwisata, yaitu adanya unsur daya tarik wisata. Objek daya tarik wisata dan fasilitas yang saling berhubungan menjadi alasan mengapa seorang wisatawan mengunjungi suatu tempat tertentu. Obyek daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga yaitu; (1) obyek wisata alam, (2) obyek wisata sosial budaya, (3) obyek wisata minat khusus (*special interest*) (Hadiwijoyo, 2012).

Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daerah tujuan wisata diartikan sebagai wilayah geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang turut berperan. Sebuah daerah yang akan menjadi objek wisata harus memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

- a) Daerah tersebut memiliki sesuatu yang disebut dengan istilah *something to see*, yaitu daerah tersebut harus memiliki banyak hal yang dapat dinikmati atau disaksikan para wisatawan, selain itu juga harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas rekreasi atau atraksi wisata (*amusements*), hal ini bertujuan agar para wisatawan lebih menikmati berwisata di daerah tersebut.

- b) Diperlukan ketersediaan sesuatu untuk dilakukan, yang disebut dengan istilah *something to do*, yaitu di daerah tersebut harus terdapat objek dan atraksi wisata yang memiliki daya tarik khusus.
- c) Daerah wisata harus memiliki atraksi wisata sebagai bentuk dari hiburan (*entertainment*) bagi wisatawan, maka daerah tersebut harus memiliki suatu yang dapat dibeli, yang memiliki istilah *something to buy*, yaitu daerah tersebut harus menyediakan fasilitas berbelanja (*shopping*) terutama *souvenir*, kerajinan, makanan, dan lain-lain sebagai bentuk cenderamata khas wilayah tersebut, fasilitas ini tentunya harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas pembantu seperti *money changer*, bank, dan lain sebagainya (Yoeti, 2008).

Berikut merupakan 3 (tiga) komponen pariwisata yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata untuk pengembangan potensi daya tarik wisata, yaitu:

a) Atraksi

Menurut Yoeti (1996) dalam Permana (2020), atraksi atau daya tarik diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, yaitu seperti daya tarik wisata alam (*nature*), budaya (*culture*), buatan manusia (*man made*), manusia atau masyarakat (*human being*). Atraksi wisata menjadi sesuatu yang unik, indah, dan memiliki nilai berupa keindahan dan kekayaan alam maupun budaya sebagai tujuan wisatawan berkunjung. Hal ini menjadikan atraksi sebagai motivasi atau penarik wisatawan untuk datang dan menikmati obyek wisata (Sya dan Zulkifli, 2018).

b) Aksesibilitas

Menurut Yoeti (1996) dalam Permana (2020), aksesibilitas diartikan sebagai suatu kemudahan dalam mencapai suatu daerah tujuan wisata, baik secara geografis maupun teknis, serta ketersediaan sarana transportasi dalam berbagai bentuk ke tempat tujuan wisata. Kondisi transportasi yang dimaksudkan seperti jalan, moda transportasi, terminal pemberhentian, tempat pengisian bahan bakar, dan sebagainya.

### c) Amenitas atau Fasilitas

Menurut Sugiama (2011), menyebutkan selama wisatawan berada di daerah tujuan wisata, amenities atau fasilitas merupakan bentuk sarana dan prasarana pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan, antara lain kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, tempat pertunjukan, tempat hiburan (*entertainment*), dan tempat perbelanjaan. Keberadaan fasilitas tersebut bukan merupakan faktor utama dalam menarik wisatawan, namun kenyamanan merupakan kondisi yang menentukan lama tinggal seorang wisatawan, dan kurangnya fasilitas akan membuat wisatawan menghindari destinasi tertentu.

## 2. Hakikat Pengembangan Wisata

### a. Potensi Wisata

Potensi merupakan suatu aset yang dimiliki suatu wilayah tujuan wisata atau aspek wisata yang dapat dimanfaatkan sebaik mungkin untuk kepentingan ekonomi dengan tidak mengesampingkan aspek sosial budaya. Secara umum, potensi wisata dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

- a) *Site Attraction*, merupakan suatu tempat yang dijadikan objek wisata seperti tempat-tempat tertentu yang menarik serta memiliki potensi.
- b) *Event Attraction*, merupakan suatu kejadian yang menarik untuk dijadikan momen kepariwisataan seperti pameran, pesta kesenian, upacara keagamaan, konvensi dan lain-lain (Yoeti, 1996).

Potensi wisata menjadi segala sesuatu yang terdapat di Daerah Tujuan Wisata (DTW) atau dalam istilah asing disebut dengan *Tourism Resort*. Daerah tujuan wisata ini merupakan daerah atau tempat yang dikarenakan memiliki potensi dari segi atraksinya, situasinya dalam hubungan lalu lintas, serta berbagai fasilitas kepariwisataan, maka menyebabkan daerah tersebut menjadi objek kunjungan wisatawan (Pendit, 1994). Maka secara garis besar, potensi wisata yang dapat dijelaskan dalam penjabaran sebagai berikut:

- a) Potensi Alamiah, merupakan potensi yang ada di sekitar masyarakat, seperti potensi lingkungan fisik dan geografis, seperti potensi alam.
- b) Potensi Budaya, merupakan potensi nilai yang tumbuh dan berkembang di masyarakat, seperti adanya kehidupan sosial budaya masyarakat, kesenian, adat istiadat, mata pencaharian, dan sebagainya.

Pada dasarnya, pengembangan pariwisata menjadi suatu proses yang berkelanjutan untuk mengkoordinasikan dan mempertahankan kesepakatan antara sisi penawaran dan permintaan dari sektor pariwisata yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini diketahui bahwa pengembangan potensi pariwisata memerlukan upaya untuk lebih meningkatkan sumber daya yang dimiliki sebuah objek daya tarik wisata dengan mengembangkan elemen fisik dan nonfisik dari sistem pariwisata dalam rangka meningkatkan produktivitas daerah wisata tersebut.

Potensi wisata menjadi segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata dan menjadi daya tarik agar para wisatawan ingin datang berkunjung ke objek wisata tersebut. Pengembangan potensi wisata menjadi alternatif yang diharapkan dapat secara baik mendorong potensi ekonomi maupun upaya pelestarian suatu objek wisata (Yoeti, 1996). Disamping itu untuk dapat melakukan pengembangan potensi wisata tentu diperlukan perhatian pada berbagai aspek, suatu potensi objek wisata yang akan dikembangkan harus memperhatikan syarat-syarat pengembangan potensi suatu tempat menjadi objek wisata yang dapat dikembangkan, yaitu:

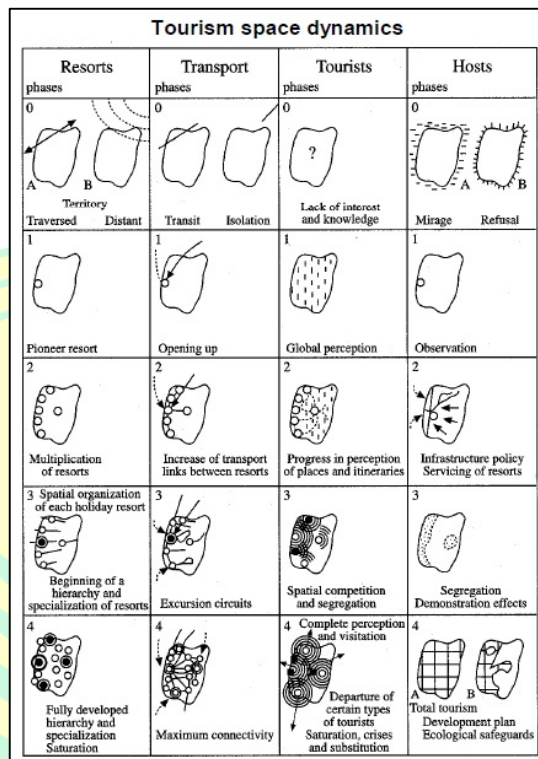
- a) Seleksi potensi, hal ini dilakukan untuk menyeleksi dan menentukan potensi objek wisata yang dapat dikembangkan sesuai dengan dana daerah yang tersedia.
- b) Evaluasi letak potensi objek wisata terhadap wilayah, hal ini dilatarbelakangi oleh ada atau tidaknya perselisihan atau kesalahpahaman antar wilayah administrasi terkait.

Pengukuran jarak antarpotensi objek wisata, ini berkaitan untuk mendapatkan informasi mengenai jarak antarpotensi, sehingga perlu adanya peta potensi objek wisata.

#### **b. Model Pengembangan**

Menurut Grede (2008) dalam Sanjaya (2018), strategi merupakan suatu metode model yang akan digunakan untuk bergerak dari posisi yang satu ke yang lainnya. Suatu model yang menghasilkan strategi sangat diperlukan dalam membangun sebuah destinasi wisata, agar dapat tercapainya visi dan misi. Kompetensi, ruang lingkup, dan alokasi menjadi hal yang sangat berkaitan dengan keefektifan strategi.

Secara khusus, pengembangan pariwisata didefinisikan sebagai upaya penyediaan atau peningkatan fasilitas dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Sedangkan secara umum definisi pengembangan pariwisata dapat mencakup dampak-dampak yang terkait seperti penyerapan atau penciptaan tenaga kerja dan perolehan atau peningkatan pendapatan masyarakat di sekitar objek wisata. Pengembangan pariwisata ini mencakup perubahan keruangan tempat dan model pengembangan pariwisata tersebut (Santoso, 2006). Dalam kajian pengembangan wisata, Miossec (1976) dalam Santoso (2006), menjelaskan terdapat empat unsur dasar yang perlu diperhatikan yaitu, (1) tempat objek wisata, (2) transportasi, (3) perilaku wisatawan, (4) sikap penduduk dan penentu kebijaksanaan daerah penerima wisata. Perkembangan dari salah satu unsur dasar tersebut akan berhubungan dengan pengembangan unsur wisata lainnya.



**Gambar 1.** Unsur Pengembangan Kepariwisata.

*Sumber: Miossec, 1976 dalam Santoso, 2006.*

Pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh manusia sebagai subjek untuk mengarahkan perubahan yang terjadi pada suatu objek. Pengembangan dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan ke arah yang kompleks (Bakaruddin, 2008). Alasan diperlukannya suatu pengembangan pariwisata atau objek wisata ialah karena alasan sebagai berikut:

- a) Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat luas, terutama yang tinggal di sekitar objek wisata.
- b) Pengembangan pariwisata lebih banyak bersifat nonekonomis, dikarenakan sebab motivasi utama wisatawan mengunjungi suatu kawasan objek wisata ialah untuk menyaksikan dan melihat keindahan potensi objek wisata yang dikunjungi.



- c) Untuk menghilangkan kepanikan berfikir, mengurangi salah pengertian dan mengetahui tingkah laku para wisatawan yang datang berkunjung, terutama bagi masyarakat di sekitar kawasan objek wisata yang bersangkutan (Yoeti, 1996).

Pengembangan suatu objek wisata yang dapat diandalkan potensinya ditentukan oleh berbagai produk wisata yang harus dimiliki objek wisata di daerah yang dimaksud tersebut, hal ini tentu berkaitan erat dengan adanya konsep 3A pembangunan pariwisata. Dalam hal ini faktor-faktor yang menentukan hal tersebut yaitu adanya objek yang disaksikan dan mempunyai daya tarik khusus (potensi) dengan ciri khas tertentu, adanya atraksi wisata yang disajikan, ada oleh-oleh khusus dari kawasan objek wisata yang dapat dibeli, serta didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai seperti restoran, penginapan, transportasi, komunikasi dan lainnya (Kodhyat, 1996). Untuk menjadi daerah tujuan wisata (DTW) yang baik, suatu daerah diharuskan mengembangkan tiga hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi para wisatawan, yakni:

- a) Adanya sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*), dalam hal ini yaitu keberadaan sesuatu hal yang menarik untuk dilihat dan keberadaan objek wisata yang berbeda dengan tempat-tempat lain (mempunyai karakteristik tersendiri). Selain itu, diperlukan juga perhatian terhadap atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai hiburan untuk dilihat dan dinikmati bila para wisatawan berkunjung.
- b) Adanya sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*), dalam hal ini terdapat suatu hal menarik untuk dibeli dan dijadikan sebagai buah tangan, sehingga perjalanan pariwisata itu memberikan makna untuk dikenang kembali karena adanya cenderamata. Maka pada objek wisata diperlukan adanya fasilitas tersebut yang didukung oleh fasilitas pendukung, seperti bank dan *money changer* (untuk mata uang asing).
- c) Adanya sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*), dalam hal ini yaitu suatu aktivitas di objek wisata tersebut yang dapat dilakukan oleh

para wisatawan yang dapat membuat banyak orang yang berkunjung merasa nyaman dan aman di tempat tersebut (Yoeti, 1996).

Berdasarkan paparan di atas, pengembangan pariwisata ditentukan oleh kemampuan dari berbagai pihak-pihak pengelola objek wisata yang bersangkutan. Suatu daerah dinyatakan berhasil atau tidak dalam mengembangkan suatu pariwisata sesuai dengan tujuan wisata yang dimaksud ini ditentukan oleh pihak pengelola objek wisata dan masyarakat yang tinggal di sekitar objek wisata, atau bahkan masyarakat yang turut serta mengembangkan objek wisata tersebut. Maka diperlukan adanya keterpaduan dan kerjasama yang baik antara unsur-unsur kepariwisataan dalam upaya pengembangan pariwisata yang sesuai dengan tujuan.

### **3. Hakikat Potensi Daya Tarik Wisata**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, potensi dapat diartikan sebagai kemampuan yang memungkinkan untuk dikembangkan, dapat juga diartikan sebagai kekuatan, kesanggupan dan daya. Menurut Yoeti (2008), daya tarik wisata merupakan suatu hal yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi daerah tertentu. Sedangkan menurut Ismayanti (2010), daya tarik wisata merupakan fokus utama yang menggerakkan pariwisata, yang memotivasi wisatawan untuk dapat mengunjungi suatu tempat. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai berupa keanekaragaman alam, budaya dan buatan manusia yang dapat menjadi kunjungan wisatawan. Berdasarkan pengertian tersebut, potensi daya tarik wisata merupakan segala sumber daya alam, budaya, dan buatan manusia yang dapat berpotensi untuk dapat dikembangkan menjadi sebuah daya tarik (Pujaastawa dan Ariana, 2015).

Suatu objek wisata harus memiliki empat komponen atau konsep utama pariwisata, yaitu disebut dengan istilah 4A yang berarti atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), amenitas (*amenities*), dan pelayanan tambahan (*ancillary*) (Cooper, dkk., 1995). Menurut Isdarmanto (2017), pariwisata memiliki unsur yang

sangat menentukan pengembangannya secara mutlak, yaitu unsur pengelolaan yang terdiri dari:

1) Daya Tarik Wisata (*Attraction*)

Setiap daerah tujuan wisata memiliki berbagai atraksi yang disesuaikan dengan potensinya. Terdapat jenis daya tarik wisata yang terdapat di suatu daerah tujuan wisata, diantaranya:

- a. Daya tarik wisata alam (*natural tourist attractions*), yaitu semua yang dimiliki alam yang dapat menjadi daya tarik wisata, seperti laut, gunung, pantai, air terjun, ngarai, sungai, hutan dan lain sebagainya.
- b. Daya tarik wisata buatan manusia (*man-made tourist attractions*), contohnya yaitu upacara adat, tarian, wayang, upacara ritual, serta daya tarik wisata yang berasal dari hasil dari karya manusia, seperti bangunan seni.

Daya tarik merupakan fokus produk utama dari suatu destinasi pariwisata yang selalu terikat dengan istilah “*what to see*” dan “*what to do*”, berkaitan dengan hal yang dapat dilihat dan dilakukan oleh wisatawan. Daya tarik atau atraksi dapat berupa keindahan, keunikan alam, budaya, peninggalan zaman dahulu, dan juga atraksi buatan, seperti sarana hiburan. Daya tarik atau atraksi harus memiliki nilai yang berbeda dan unik sebagai produk utama dari destinasi wisata.

2) Fasilitas dan Jasa Pelayanan Wisata (*Amenities*)

Fasilitas, pelayanan dan amenities wisata merupakan fasilitas penunjang yang dapat memenuhi seorang wisatawan selama ia melakukan perjalanan wisata. Hal ini mengacu pada adanya akomodasi, restoran atau rumah makan, tempat parkir, toilet umum, klinik, transportasi, dan fasilitas ibadah yang memadai pada sebuah objek wisata.

3) Kemudahan Mencapai Tempat Wisata (*Accessibility*)

Lebih dikenal dengan aksesibilitas, yaitu berupa sarana dan infrastruktur untuk dapat menjangkau tempat wisata, dapat berupa akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi serta rambu petunjuk jalan. Dalam hal ini tidak hanya akses jalan raya saja, melainkan juga ketersediaan transportasi umum yang aman dan nyaman.

4) Pelayanan Tambahan (*Ancillary*)

Pelayanan tambahan disini bermaksud pada pengelola, hal ini sangat penting karena apabila sebuah destinasi wisata dengan atraksi, amenitas dan aksesibilitas yang baik namun pengelolanya kurang baik maka akan mengakibatkan tempat wisata tersebut tidak terurus dan terbengkalai nantinya.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, daya tarik wisata didefinisikan sebagai sesuatu yang menjadi sasaran sebuah wisata, yang terdiri dari: (a) daya tarik wisata yang merupakan ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, wujudnya berupa keadaan alam, flora, dan fauna; (b) daya tarik wisata yang berupa hasil karya manusia berupa museum, seni dan budaya, wisata agro, wisata petualangan alam, serta taman rekreasi. (c) daya tarik minat khusus, misalnya seperti mendaki gunung, berburu, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan sungai dengan aliran yang deras, dan lain sebagainya.

#### **4. Hakikat Permukiman Kumuh (*Slum Area*)**

##### **a. Pengertian Permukiman Kumuh (*Slum Area*)**

Permukiman berasal dari kata *housing* yang berarti perumahan. Dalam hal ini, perumahan digambarkan memberikan kesan tentang kumpulan rumah beserta sarana dan prasarana lingkungan, sedangkan permukiman memberikan arti kumpulan pemukim beserta sikap dan karakteristik perilakunya di dalam lingkungan. Kawasan perkotaan pada awalnya berupa permukiman dengan skala kecil, dan mengalami perkembangan akibat adanya pertumbuhan penduduk, perubahan sosial ekonomi, serta

adanya interaksi antarkota, desa, maupun daerah *hinterland*. Jika pada sebuah kota terjadi pertumbuhan penduduk yang tidak diimbangi dengan pembangunan sarana dan prasarana kota dan peningkatan pelayanan perkotaan yang memadai, maka yang terjadi kawasan perkotaan dapat mengalami penurunan fungsi lingkungan yang berpotensi menciptakan *slum area* (kawasan kumuh). Akibat dari hal tersebut, muncul kawasan *slum area* di beberapa wilayah kota menjadi suatu hal yang tidak dapat dihindari, karena kawasan *slum area* (kumuh) ini tumbuh secara alami (Rindrojono, 2013).

Kumuh merupakan gambaran secara umum mengenai sikap dan tingkah laku yang rendah jika dilihat dari standar hidup dan penghasilan yang rendah. Dalam hal ini, kumuh dapat digambarkan sebagai tanda yang diberikan golongan atas yang sudah mapan kepada golongan bawah yang belum mapan. Menurut Undang-Undang No. 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, permukiman kumuh dinyatakan sebagai permukiman yang tidak layak huni, hal ini disebabkan oleh ketidakteraturan bangunan, kepadatan bangunan yang tinggi, kualitas bangunan dan sarana yang kurang baik, serta infrastruktur yang tidak memenuhi persyaratan. Permukiman kumuh disebut sebagai permukiman yang mengalami penurunan kualitas fungsi lingkungan sebagai ruang hidup. Dari sinilah dapat disimpulkan bahwa kumuh didefinisikan sebagai padat penduduk, sosial ekonomi yang rendah, akses infrastruktur tidak merata aksesnya, dan sewa tanah perumahan yang tidak stabil. Permukiman kumuh ini sering menemui beberapa permasalahan yang memengaruhi perkembangan kawasan sekitarnya, seperti adanya kepadatan (*overcrowded*), kekumuhan (*unhealthy*), keterbatasan sarana dan prasarana, serta tingkat kriminalitas yang tinggi (*unsafe*). Hal ini dapat memengaruhi perkembangan kawasan sekitarnya (Rindrojono, 2013).

#### **b. Pariwisata Kumuh (*Slum Tourism*)**

Pariwisata kumuh (*slum tourism*) dikenal juga sebagai “*poverty tourism*”, “*slumming*”, “*favela tours*”, “*township tours*”, atau “*reality tours*”. Pariwisata kumuh dianggap sebagai jenis wisata yang dapat berkontribusi menuju sebuah perubahan baik bagi suatu lingkungan kumuh atau bagi penduduknya. Pariwisata kumuh dipandang

sebagai cara untuk memerangi kemiskinan pada *slum area* tersebut, hal ini jika ditinjau dari beberapa contoh objek wisata *slum tourism* di beberapa negara. Faktor ekonomi dan kesejahteraan menjadi faktor yang mendasari keberadaan *slum tourism* di beberapa negara. Konsep *slum tourism* dikatakan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, hal ini karena semakin banyaknya wisatawan yang mengunjungi kawasan tersebut maka dapat meningkatkan perekonomian masyarakat yang menjual produk-produk khas lokal maupun jasa. *Slum tourism* pun dikatakan sebagai media pertukaran budaya, serta dapat membuka kesempatan kerja bagi masyarakat lokal (Ramadhany, 2017).

Pariwisata kumuh (*slum tourism*) merupakan suatu konsep umum mengenai jenis pariwisata yang mungkin diketahui oleh banyak orang. Pada awalnya, *slum tourism* dikenal dengan istilah “*slumming*” yang mana kata *slumming* pertama kali diakui oleh kamus dari Oxford University pada tahun 1884. Kata *slumming* menggambarkan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dengan mengunjungi daerah permukiman kumuh (*slum area*) di Kota London, Inggris dengan tujuan berwisata untuk melihat, mempelajari, serta mengamati cara hidup, kebiasaan, dan karakteristik masyarakat setempat yang tinggal di *slum area* tersebut. *Slum tourism* dikategorikan sebagai wisata budaya. Budaya yang dimaksud dalam pariwisata kumuh (*slum tourism*) berbeda dengan apa yang selama ini kita ketahui sebagai wisata budaya. Biasanya wisata budaya memiliki ciri khas dengan suku atau etnis tertentu yang masih memiliki cara hidup berdasarkan adat istiadat dan tradisi dari leluhur, namun pada *slum tourism* yang menjadi ciri khas adalah melihat bagaimana kondisi lingkungan kawasan *slum area*, cara hidup, kebiasaan, budaya yang masih ada, serta karakteristik masyarakat setempat (Munggaran dan Lugina, 2020).

Pariwisata kumuh (*slum tourism*) dianggap sebagai pengganti paradigma wisata konvensional. Diketahui bahwa konsep wisata konvensional yang dikemas dalam bentuk produk yang bersifat rekreasi tersebut diganti dengan jenis wisata yang berbeda dan lebih bersifat sebagai refleksi diri, pencarian pengalaman, bersifat individu dan tanpa memerlukan pembangunan fasilitas berbintang. Sebuah literatur menyebutkan bahwa studi motivasi wisatawan pada *slum tourism* di India,

menemukan adanya suatu ketertarikan wisatawan terhadap slum tourism, hal ini karena wisatawan ingin melihat sesuatu yang masih dalam kondisi *real* (asli) dan berbeda dari penyajian atraksi-atraksi wisata yang mereka lakukan pada umumnya. *Slum tourism* didasarkan pada ketertarikan individual dan digolongkan sebagai wisata minat khusus, yaitu wisata budaya (Ma, 2010).

## **5. Hakikat Sempadan Sungai**

Pada hakikatnya, sempadan sungai diartikan terletak antara ekosistem sungai dan ekosistem daratan (Poedjioetami, 2008). Merujuk Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 32 Tahun 1990 tentang Pengelolaan Kawasan Lindung, sempadan sungai dapat diartikan sebagai suatu kawasan sepanjang kiri dan kanan sungai, hal ini termasuk dengan sungai buatan, kanal, ataupun adanya saluran irigasi primer, yang mempunyai manfaat penting untuk mempertahankan fungsi sungai. Sempadan sungai terdiri atas ruang di kiri dan kanan palung sungai yang berada antara garis sempadan dan tepi palung sungai untuk sungai tidak bertanggul, atau di antara garis sempadan dan tepi luar kaki tanggul untuk sungai yang bertanggul. Kawasan sempadan sungai meliputi daerah bantaran sungai, yaitu salah satu bagian dari badan sungai yang hanya tergenang oleh air pada musim hujan dan daerah sempadan yang berada di luar bantaran yaitu daerah yang menampung luapan air sungai di musim hujan dan daerah ini memiliki kelembaban tanah yang lebih tinggi dibandingkan kelembaban tanah pada ekosistem daratan (Poedjioetami, 2008).

## **6. Hakikat Analisis SWOT**

Analisis SWOT diartikan sebagai suatu bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif terhadap suatu hal (memberi gambaran). Analisis SWOT menggambarkan bahwa situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Analisis ini dapat membantu dalam proses pengambilan suatu keputusan, sehingga dapat digunakan sebagai alat yang efektif dalam menganalisis faktor yang akan memengaruhi suatu objek, atau bisa juga dikatakan sebagai suatu proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi

yang efektif. Analisis SWOT terdiri dari 4 (empat) komponen, yaitu 1) *Strengths* (S), dikatakan sebagai faktor internal kekuatan yang dimiliki oleh suatu objek; 2) *Weaknesses* (W) diartikan sebagai faktor internal kelemahan yang dimiliki oleh suatu objek; 3) *Opportunities* (O) merupakan suatu faktor eksternal berupa sebuah peluang yang dapat dikembangkan; dan 4) *Threats* (T) yaitu suatu faktor eksternal berupa sebuah ancaman pada masa yang akan datang (Nuraini, 2016).

Menurut Kearns (1992), analisis SWOT memiliki kotak berupa faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman), dan kotak isu strategis yang muncul sebagai hasil analisis antara faktor-faktor internal dan eksternal yang memiliki strategi yang berbeda. Yaitu sebagai berikut:

- 1) Sel A: Didefinisikan sebagai suatu situasi yang sangat menguntungkan, yang mana suatu objek wisata memiliki posisi yang kuat dan strategis untuk mengambil kesempatan dari peluang yang telah ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini ialah *Comparative Advantages Strategy*.
- 2) Sel B: Diartikan sebagai suatu situasi interaksi antara ancaman dan kekuatan. Maka harus dilakukannya upaya mobilisasi sumber daya yang menjadi kekuatan objek wisata untuk meminimalisir ancaman tersebut, bahkan dapat mengubah suatu ancaman menjadi suatu peluang atau kekuatan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini ialah *Mobilization Strategy*.
- 3) Sel C: Didefinisikan sebagai suatu situasi dimana adanya interaksi antara kelemahan yang dimiliki objek wisata dan peluang yang ada. Kondisi ini sebetulnya memberikan peluang yang sangat meyakinkan, namun belum dapat dimanfaatkan dengan baik dikarenakan kekuatan yang dimiliki saat ini tidak cukup untuk mengembangkannya. Pilihan keputusan yang dapat diambil ialah dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalisir kelemahan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini ialah *Divestment or Investment Strategy*.
- 4) Sel D: Diartikan sebagai suatu situasi yang tidak menguntungkan untuk suatu objek. Karena merupakan pertemuan kelemahan dan ancaman. Dalam hal ini,



suatu objek menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan secara internal. Harus adanya pengendalian terhadap kerugian sehingga tidak menimbulkan kondisi yang lebih buruk. Maka strategi yang harus diterapkan ialah *Damage Control Strategy*, yaitu strategi yang menggambarkan bahwa suatu objek harus bertahan (defensif) dengan kelemahan dan ancaman yang ada.

### **G. Penelitian Relevan**

Pada penelitian relevan yang pertama oleh Aulia Ulfa Ridha (2020) dengan judul “Identifikasi dan Strategi Pengembangan Umbul Guyangan sebagai Objek Wisata di Desa Bendan Kabupaten Boyolali” menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengidentifikasi potensi dan merumuskan strategi pengembangan apakah yang sesuai untuk Umbul Guyangan sebagai objek daya tarik wisata. Hasil dari penelitian ini yaitu faktor internal yang menjadi kelebihan Umbul Guyangan yaitu dengan adanya daya tarik alam dan buatan, lokasi yang strategis dan aksesibilitas yang mudah dicapai. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi peluang yaitu dengan adanya program Desa Bendan yang terkait dengan pembangunan Umbul Guyangan sebagai destinasi wisata, selain itu adanya dukungan dan kesediaan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan wisata juga mempermudah. Hasil analisis SWOT menunjukkan strategi pengembangan objek wisata Umbul Guyangan yaitu dengan melakukan pengembangan wisata ke arah ekowisata, memperbaiki fasilitas yang ada, mengembangkan atraksi dan kegiatan wisata dengan membuat paket wisata, serta membentuk pengelola wisata yang melibatkan masyarakat.

Kemudian pada penelitian relevan yang kedua oleh Ni Ketut Sutrisnawati, A.A.A Ribeka Martha Purwahita, I Ketut Saskara, A.A. Sagung Ayu Srikandi Putri, dan Putu Bagus Wisnu Wardhana (2021) dengan judul “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kumbasari” menggunakan metode pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT yang dapat menjelaskan pengembangan pasar tradisional

Kumbasari sebagai salah satu alternatif tujuan wisata yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan analisis SWOT, pengembangan Pasar Kumbasari dapat menjadi suatu atraksi wisata dengan menyesuaikan kondisi yang ada dengan mengedepankan adanya kekuatan dan peluang serta meminimalisir adanya kelemahan dan ancaman yang ada dengan menggunakan pedoman revitalisasi pasar tradisional yang telah dicanangkan oleh pemerintah. Terdapat program yang dibentuk untuk pengembangan pasar ini. Keberhasilan pengembangannya tentu membutuhkan peran serta dari berbagai pihak. Diselenggarakannya program tersebut diharapkan pengembangan pasar tradisional Kumbasari menjadi alternatif tujuan wisata yang dapat memberikan manfaat dan pengalaman baru bagi masyarakat lokal Bali dan mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan.

Lalu pada penelitian relevan yang ketiga oleh Titing Kartika, Khoirul Fajri, dan Robi'al Kharimah (2017) dengan judul “Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Cimahi” menggunakan metode pendekatan kualitatif yang memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui potensi wisata *heritage* yang ada sehingga dapat menjadikan potensi wisata ini sebagai daya tarik wisata di Kota Cimahi. Hasil penelitian berupa analisis aspek 4A pariwisata yang menghasilkan aspek atraksi yang ditawarkan meliputi *something to see, do* dan *buy* yang ada di lokasi wisata belum marak ditawarkan kepada wisatawan. Lalu aspek aksesibilitas untuk memenuhi wisata *heritage* dirasakan cukup karena banyaknya transportasi serta jalan yang mudah. Aspek amenitas dirasa cukup, karena beberapa rumah makan dan tempat menginap tersedia. Aspek kelembagaan telah mendukung wisata *heritage*. Berdasarkan hasil penelitian, potensi wisata *heritage* di Kota Cimahi dapat dikembangkan menjadi suatu daya tarik wisata.

Selanjutnya pada penelitian relevan yang keempat oleh Rengga Akbar Munggaran dan Lugina Setyawaty Setiono (2020) dengan judul “Orientasi *Slum Tourism* Jakarta *Hidden Tour* sebagai Praktik Kosmopolitanisme” menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat studi kasus intrinsik. Memiliki tujuan untuk

mengetahui orientasi kegiatan praktik *slum tourism* yang dilakukan oleh Jakarta *Hidden Tour* sebagai suatu praktik kosmopolitanisme. Hasil penelitian menggambarkan perspektif paket wisata Jakarta *Hidden Tour* menciptakan praktik *slum tourism* sebagai rekonstruksi paradigma yang dimana mempertemukan penduduk lokal dan wisatawan untuk menghasilkan suatu perkembangan sosial dan budaya bagi masyarakat kumuh yang ada di Kampung Luar Batang. Jakarta *Hidden Tour* mengembangkan *slum tourism* yang berdasarkan hak keadilan (*cosmopolitan right*) sebagai suatu refleksi tentang kesadaran moral dan keterlibatan yang menyangkut hak kewarganegaraan.

Terakhir pada penelitian relevan yang kelima oleh Walbertus Mariano Lado Hikon (2019) dengan judul “Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengubah Permukiman Kumuh Menjadi Destinasi Wisata” menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana strategi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dalam mengubah permukiman kumuh menjadi suatu destinasi wisata serta menganalisis faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi pemberdayaan masyarakat dalam mengubah permukiman kumuh menjadi destinasi wisata di Kelurahan Jodipan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Hasil penelitian menggambarkan strategi pemberdayaan potensi masyarakat yang dilakukan di RW 02 Kelurahan Jodipan Kota Malang adalah dengan pemerintah Kelurahan Jodipan memberikan akses masuk kepada komunitas luar (Guys Pro dan PT. Indana) untuk melakukan suatu konsep pembangunan (pengecatan semua rumah) di kawasan tersebut. Konsep pembangunan diterima baik oleh masyarakat sehingga mereka turut berpartisipasi. Sebagai hasilnya masyarakat RW 02 Jodipan menikmati hasil pemanfaatan sumber daya secara bersama dan merata.

**Tabel 2. Penelitian Relevan.**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	Aulia Ulfa Ridha (2020)	Identifikasi dan Strategi Pengembangan Umbul Guyangan sebagai Objek Wisata di Desa Bendan Kabupaten Boyolali	Pendekatan kualitatif deskriptif	Hasil penelitian disimpulkan bahwa faktor internal yang menjadi kelebihan Umbul Guyangan. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi peluang Umbul Guyangan sebagai destinasi wisata. Analisis SWOT menunjukkan strategi pengembangan objek wisata Umbul Guyangan yaitu melakukan pengembangan wisata ke arah ekowisata, memperbaiki fasilitas, mengembangkan atraksi dan kegiatan wisata dengan membuat paket wisata, serta membentuk pengelola wisata yang harus melibatkan masyarakat.
2.	Ni Ketut Sutrisnawati, A.A.A Ribeka Martha Purwahita, I Ketut Saskara, A.A. Sagung Ayu Srikandi Putri, dan Putu Bagus Wisnu Wardhana (2021)	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kumbasari	Pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Pasar Kumbasari dapat menjadi suatu atraksi wisata dengan menyesuaikan kondisi yang ada dengan mengedepankan adanya kekuatan dan peluang yang ada dengan menggunakan pedoman revitalisasi pasar tradisional oleh pemerintah. Diselenggarakannya program tersebut diharapkan pengembangan pasar tradisional menjadi alternatif tujuan wisata yang dapat memberikan manfaat dan pengalaman baru bagi masyarakat lokal.
3.	Titing Kartika, Khoirul Fajri, dan Robi'al Kharimah (2017)	Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Cimahi	Pendekatan kualitatif	Hasil dianalisis menggunakan teori pengembangan yang mencakup aspek 4A. Aspek atraksi meliputi <i>something to see, do</i> dan <i>buy</i> yang ada di lokasi wisata belum banyak ditawarkan pada wisatawan, tetapi ada perencanaan menambahkan atraksi yang telah ada. Aspek aksesibilitas dirasa cukup karena banyak transportasi serta jalan yang mudah untuk mencapai lokasi tujuan. Aspek amenitas dirasakan

cukup, karena beberapa *restaurant* dan tempat menginap tidak jauh. Aspek kelembagaan saat ini telah mendukung dan merencanakan agar wisata *heritage* di Kota Cimahi dapat dinikmati oleh masyarakat dan wisatawan.

4.	Rengga Akbar Munggaran dan Lugina Setyawaty Setiono  (2020)	Orientasi <i>Slum Tourism</i> Jakarta Hidden Tour sebagai Praktik Kosmopolitanisme	Pendekatan kualitatif dan bersifat studi kasus intrinsik	Hasil penelitian memberikan gambaran yang menunjukkan perspektif paket wisata Jakarta <i>Hidden Tour</i> menciptakan praktik <i>slum tourism</i> sebagai rekonstruksi paradigma yang mempertemukan penduduk lokal dan wisatawan untuk menghasilkan suatu perkembangan sosial dan budaya bagi masyarakat kumuh yang ada di Kampung Luar Batang. Jakarta <i>Hidden Tour</i> mengembangkan <i>slum tourism</i> sebagai suatu refleksi tentang kesadaran moral dan keterlibatan yang menyangkut hak kewarganegaraan.
5.	Walbertus Mariano Lado Hikon  (2019)	Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengubah Permukiman Kumuh Menjadi Destinasi Wisata	Pendekatan kualitatif deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas Guys Pro bekerjasama dengan pemerintah Kelurahan Jodipan dalam memberdayakan masyarakat setempat. Dukungan masyarakat yang antusiasnya tinggi, maka proses pembangunan di daerah Jodipan berjalan lancar. Seperti saat ini, daerah Jodipan yang semula kumuh kini berubah menjadi suatu destinasi wisata dan memberikan banyak manfaat kepada masyarakat setempat.

Sumber: Pengolahan Peneliti, 2021.

## H. Kerangka Berpikir

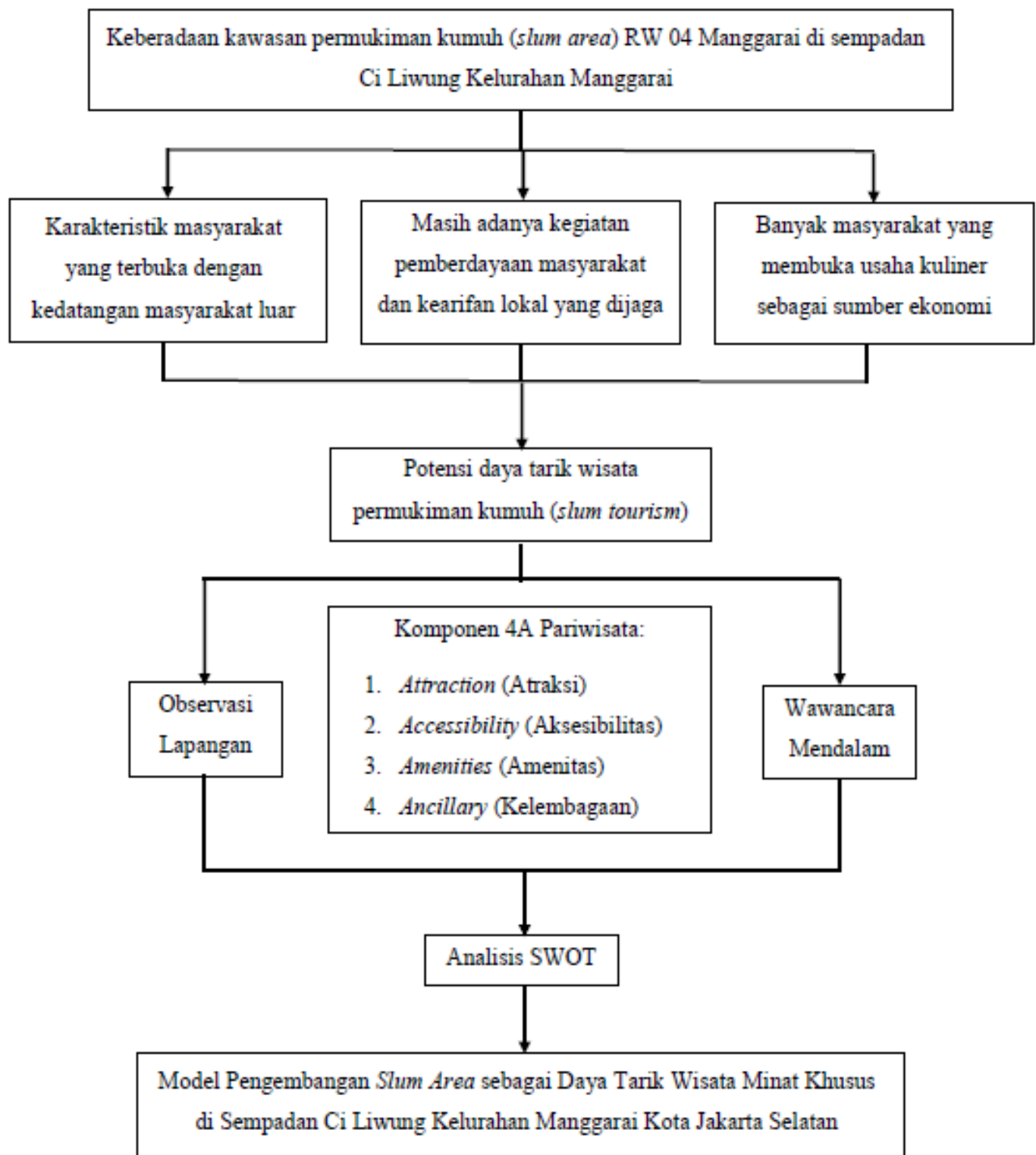
Pariwisata kumuh (*slum tourism*) merupakan salah satu potensi pengembangan wisata minat khusus yang berjenis wisata budaya, yaitu berupa berwisata di *slum area* RW 04 sempadan Ci Liwung, Kelurahan Manggarai, Kecamatan Tebet, Kota Jakarta Selatan. Pada dasarnya pariwisata kumuh atau *slum tourism* ini tidak berniat untuk memperlihatkan sisi gelap suatu permukiman sempadan sungai seperti sisi kekumuhan dan kemiskinan, namun adanya *slum tourism* ini bertujuan agar calon wisatawan dapat merasakan pengalaman baru berbeda dengan pengalaman wisata pada umumnya, yaitu dengan melihat cara hidup, kebiasaan, karakteristik dan budaya yang masih ada dalam masyarakat yang tinggal di kawasan *slum area* sempadan sungai. Hal ini akan membuat wisatawan merasakan refleksi diri dan pengalaman berkesan yang bernilai moral.

Peneliti menemukan dari keberadaan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai ini ditemukan karakteristik masyarakat yang masih terbuka dan senang menerima kedatangan masyarakat luar atau orang asing, kemudian masih adanya pemberdayaan masyarakat dan nilai-nilai kearifan lokal yang masih hidup di tengah masyarakat, yaitu seperti adanya gotong royong saat ada bencana alam maupun tetangga yang sakit, adanya rumah belajar dan sanggar untuk mengasah kreativitas anak-anak yang tinggal di RW 04 Kelurahan Manggarai tersebut, kemudian adanya masyarakat yang memelihara ayam sebagai kegiatan sehari-hari. Selain itu, banyak masyarakat yang memiliki usaha kuliner di kawasan *slum area* ini, seperti menjual pisang goreng tanduk yang sudah cukup terkenal di kawasan Manggarai. Dari adanya fenomena yang ditemukan pada *slum area* tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti kawasan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai ini untuk diketahui potensi daya tarik wisatanya sebagai *slum tourism* di tengah perkotaan. Tentunya dengan adanya pengembangan *slum tourism* diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar, dan dapat terjadinya proses pertukaran budaya lokal dengan luar.

Analisis daya tarik wisata akan menggunakan observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan informan kunci dan pendukung. Tentunya didukung dengan adanya studi literatur dan dokumentasi. Selain itu potensi daya tarik wisata ini

akan diketahui melalui komponen 4A pariwisata, yaitu Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan *Ancillary* (Pelayanan Tambahan). Jika seluruh data sudah terkumpul, maka akan dilakukan analisis menggunakan teknik analisis berupa analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Digunakannya analisis SWOT dikarenakan analisis ini merupakan analisis untuk menentukan sebuah model pengembangan. Berangkat dari hal tersebut, dalam alur kerangka berpikir penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan *slum area* RW 04 Kelurahan Manggarai sebagai potensi daya tarik wisata (*slum tourism*) di tengah perkotaan yang ada di sempadan Ci Liwung, Kelurahan Manggarai, Kecamatan Tebet, Kota Jakarta Selatan. Maka peneliti menyajikan alur tahapan penelitian yang tertera dalam kerangka berpikir sebagai berikut:





**Gambar 2.** Kerangka Berpikir.  
 Sumber: Pengolahan Peneliti, 2021.