

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan potensi yang besar hampir disegala sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Sebagai negara yang memiliki kekayaan alam yang melimpah, Indonesia memiliki banyak sekali tempat-tempat tujuan wisata yang dapat dikunjungi mulai dari Sabang sampai dengan Merauke. Kondisi alam nya yang di dominasi oleh perairan menjadikan salah satu destinasi tujuan wisata di Indonesia adalah pantai. Hal ini menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu prioritas pembangunan nasional bersama dengan sektor lainnya yaitu Infrastruktur, Energi, Pangan, Maritim, Pariwisata, Kawasan Industri & KEK.

Pariwisata merupakan salah satu kebutuhan yang sangat diperlukan dan banyak dilakukan oleh manusia, baik yang melakukan perjalanan wisata maupun masyarakat sekitar daerah tujuan wisata. Kebutuhan pariwisata sudah menjadi hal yang sangat melekat pada setiap masyarakat. Perjalanan wisata yang dilakukan pun ada yang berada wilayah dekat maupun berpindah wilayah lain. Hal ini diharapkan setiap manusia untuk mendapatkan kepuasan akan keinginannya, ingin melepas penat, dan memuaskan kebutuhan hiburan. Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu (Wijayanto, I.H, Suryono, 2013).

Dalam pengembangan suatu pariwisata, pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan cerminan nilai-nilai budaya yang dimiliki suatu daerah yang menjadi ciri khas suatu daerah maupun bangsa, memanfaatkan kekayaan alam yang ada, melakukan eksplorasi yang sesuai dengan aturan, melestarikan kebudayaan dan ciri khas, serta mengeksplorasi seluruh potensi kekayaan dan keindahan alam. Keberagaman alam sangat lah berbeda di setiap daerah, sehingga disitulah letak atau dasar dari adanya suatu pengembangan pariwisata pada suatu daerah. Oleh karena itu, pengelolaan pariwisata dipegang masing-masing oleh daerah itu tersebut. Hal ini pula yang dilakukan pada pengembangan pariwisata di Provinsi Banten dalam mengelola dan memanfaatkan kekayaan alam nya. Provinsi Banten memiliki banyak sekali objek wisata yang sudah terkenal. Baik para wisatawan domestik maupun mancanegara.

Tanjung Lesung merupakan salah satu dari “*the new Bali*” yang ditetapkan oleh Presiden secara konvensional, yang dikarenakan kunjungan wisatawan mancanegara setiap tahunnya di

dominasi oleh destinasi Bali yang mencapai hampir 40%. Padahal, tidak kalah banyak destinasi lain di luar Bali yang menarik untuk dikunjungi. Oleh karena itu, terdapat 10 destinasi prioritas di Indonesia (Kementerian Pariwisata RI, 2018) seperti Tanjung Lesung (Banten), Danau Toba (Sumatera Utara), Tanjung Kelayang (Belitung), Kepulauan Seribu dan Kota Tua (DKI Jakarta), Borobudur (Jawa Tengah) Bromo-Tengger-Semeru (Jawa Timur), Mandalika (Nusa Tenggara Barat), Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur), Wakatobi (Sulawesi Tenggara), dan Morotai (Maluku Utara) (Ahman Sya, 2019).

Destinasi Tanjung Lesung mewakili Pulau Jawa bagian Barat, yang secara fisiografis merupakan bagian dari zona Banten dengan karakteristik geologi yang khas, dan menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini yang menjadi salah satu faktor dijadikannya Tanjung Lesung sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). Dengan masuknya Tanjung Lesung sebagai destinasi prioritas, diharapkan dapat menjadi pusat perubahan bagi lingkungan di sekitar Tanjung Lesung, sehingga Tanjung Lesung memiliki visi dan misi dan mendapatkan perlakuan khusus. Visi di Tanjung Lesung yaitu Menciptakan kota modern yang mandiri yang setiap propinsi di Indonesia dan menyediakan lapangan pekerjaan untuk kehidupan yang lebih baik. Sedangkan misinya adalah berkolaborasi dengan pemerintah setempat dan mitra strategis guna mengembangkan dan menginovasi konsep-konsep investasi yang sejalan dengan perkembangan teknologi terkini, menyediakan sumber daya manusia dan sarana fisik infrastruktur untuk pembangunan kota, aktif mempromosikan ekspansi grup kepada perusahaan multinasional.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Wisatawan pada *Tanjung Lesung Beach Hotel & Vills* Periode Januari-Desember 2018 (sebelum bencana tsunami)

Bulan	Wisatawan		Total (orang)
	Domestik (orang)	Mancanegara (orang)	
Januari	2.615	58	2.673
Februari	2.510	46	2.556
Maret	2.762	62	2.824
April	2.847	41	2.888
Mei	2.575	84	2.659
Juni	3.088	84	3.172
Juli	2.542	68	2.610
Agustus	2.399	80	2.479
September	2.516	51	2.567
Oktober	2.916	54	2.970
November	2.233	199	2.432
Desember	58	20	1.860
Total	30.843	847	31.690

Sumber: Tanjung Lesung *Resort*, 2018.

Destinasi Tanjung Lesung telah menarik baik wisatawan nasional maupun internasional selama sepanjang tahun 2018, dengan total jumlah pengunjung mencapai 31.690 wisatawan. Dengan demikian, ditetapkan bahwa setidaknya jumlah pengunjung dapat meningkat hingga 6,1 juta wisatawan saat beroperasi penuh pada 2019 dikarenakan banyaknya wisatawan yang mengunjungi destinasi dan selalu ramai setiap bulannya.

Namun, target tersebut tidak tercapai. Terjadinya bencana tsunami yang terjadi pada 22 Desember 2018 di sekitar wilayah Banten dan Lampung mengakibatkan korban meninggal sebanyak 437 jiwa, 14.075 luka-luka, 10 orang menghilang. Sebanyak 2752 unit rumah rusak, 92 penginapan dan warung rusak, 510 perahu dan kapal rusak, 147 kendaraan roda empat rusak per Sabtu (2/1). beberapa tempat publik juga rusak seperti pelabuhan, dermaga, shelter (BNPB, 2019). Pada kejadian tsunami yang melanda Banten, tercatat bahwa daerah yang paling banyak memakan korban jiwa yaitu di daerah pesisir termasuk Destinasi Tanjung Lesung yang berkisar hingga 300 jiwa meninggal.

Dengan demikian, kejadian tersebut mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung secara drastis dengan jumlah pengunjung tertinggi terjadi pada bulan Januari 2019 sebanyak 2676 orang dan jumlah pengunjung terendah sebanyak 485 orang pada bulan Februari 2019.

Kejadian bencana alam yang mengakibatkan adanya kerusakan pada destinasi wisata, memerlukan adanya pemulihan dan pengembangan kembali destinasi wisata sehingga dapat dikunjungi kembali oleh wisatawan. Pemulihan yang dilakukan, memerlukan strategi pengembangan yang sesuai dengan destinasi wisata sehingga pengembangan dapat berjalan sesuai dengan rencana dan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan begitu, destinasi wisata dapat dikunjungi kembali oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara dengan rasa aman.

Sebagai salah satu kawasan KEK, pengelolaan pariwisata destinasi Tanjung Lesung harus memiliki dasar strategi-strategi pengembangan pariwisata yang matang dan dapat interpretasikan sehingga pengembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik dan dapat terus menarik minat wisatawan dengan memberikan kepatian kenyamanan dan keamanan selama berkunjung. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Untuk menjamin supaya pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi manusia dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul maka pengembangan pariwisata perlu didahului dengan kajian yang mendalam, yakni dengan melakukan penelitian terhadap semua sumber daya pendukungnya (Wardiyanta, 2006 : 47).

Belum mencapainya target pada pengembangan pariwisata menyebabkan masih kecilnya kepercayaan wisatawan untuk datang ke tempat pariwisata setelah pasca bencana tsunami. Oleh sebab itu, strategi pengembangan pariwisata sangat dibutuhkan agar target yang telah ditetapkan dapat tercapai dan dapat memberikan keuntungan bagi banyak *stakeholder* (Pemerintah setempat, pengelola destinasi, investor, media).

Pada kenyataannya, destinasi Tanjung Lesung tidak memiliki strategi pengembangan pariwisata dalam melakukan proses pengembangan wisata. Para pelaku pengembang destinasi wisata hanya berpacu kepada visi dan misi yang telah dibuat. Padahal, seharusnya strategi pengembangan pariwisata dapat menjadi alat bantu dalam mencapai visi dan misi yang memiliki tujuan-tujuan yang perlu dicapai.

Tidak adanya strategi pengembangan pasca bencana tsunami di destinasi Tanjung Lesung ternyata tidak ada perubahan maupun perbaikan yang dilakukan oleh pihak pengembangan. Oleh sebab itu, rasa aman wisatawan semakin tidak dapat dijamin yang akhirnya memberikan dampak menurunnya pengunjung di destinasi Tanjung Lesung ini.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap strategi pengembangan pariwisata pasca bencana tsunami di Destinasi Tanjung Lesung, Banten.

B. Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi destinasi wisata Tanjung Lesung pasca bencana tsunami dengan indikator daya tarik wisata, fasilitas dan jasa pelayanan, aksesibilitas serta keramahan?
2. Bagaimana strategi pengembangan yang dapat membantu pengembangan destinasi wisata Tanjung Lesung?

C. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada beberapa indikator guna mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian sehingga penelitian ini memiliki fokus dan tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Fokus penelitian tersebut yakni indikator dalam pengembangan pariwisata dan bagaimana strategi pengembangan pariwisata yang dapat diterapkan guna membantu pengembangan destinasi wisata Tanjung Lesung. Oleh karena itu, berdasarkan perumusan masalah tersebut, peneliti memfokuskan untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan

oleh pengelola pasca bencana tsunami di Pantai Tanjung Lesung Provinsi Banten, menurut Isdarmanto (2017) Indikator pengembangan pariwisata, yaitu:

1. Daya Tarik wisata
2. Fasilitas dan Jasa Pelayanan Wisata (*Amenities*)
3. Aksesibilitas
4. Keramahtamahan

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dapat diterapkan dalam mendorong pengembangan pariwisata di destinasi wisata Tanjung Lesung pasca bencana tsunami. Adapun kegunaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memperkaya kajian ilmu geografi keruangan khususnya dalam hal pariwisata.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan kepada para pihak yang terlibat dalam destinasi wisata Tanjung Lesung terkait dengan pengembangan destinasi wisata di Tanjung Lesung.

E. Kerangka Konseptual

1. **Hakikat Strategi**

Menurut Stiner dan Miner yang diterjemahkan oleh Ticoalu dan Agus Dharma (1997) mendefinisikan bahwa strategi berasal dari bahasa Yunani, “*strategos*”, yang memiliki arti jenderal. Oleh sebab itu, strategi secara harfiah berarti “seni pada jenderal”. Secara khusus, strategi adalah “penempatan” misi perusahaan atau organisasi, penempatan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan internal maupun eksternal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Menurut David (2011) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar.

Rangkuti (2013) mengemukakan bahwa strategi adalah strategi perencanaan induk yang komperhensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah di tetapkan berdasarkan misi yang telah di tetapkan sebelumnya.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas mengenai strategi, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu perencanaan yang telah disusun sedemikian rupa dengan tujuan untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

2. Hakikat Geografi Pariwisata

Menurut Wijayanto, I.H, Sunaryo (2013) Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.

Menurut Pandit dalam Khrisnamurti (2015:31) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu kegiatan seseorang berpergian ke atau tinggal di suatu tempat yang berada di luar lingkungannya yang biasa dan dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus-menerus, untuk kesenangan, bisnis, atau tujuan lain.

Geografi pariwisata menurut (Ahman Sya, 2019) adalah cabang ilmu geografi manusia (*human geography*) yang mengkaji suatu wilayah atau region di permukaan bumi secara komperhensif, baik aspek fisis maupun aspek manusianya. Region itu sendiri berarti wilayah di permukaan bumi yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat dibedakan dengan region atau wilayah permukaan bumi yang lain. Karakteristik dapat muncul bukan hanya berdasarkan kondisi faktor fisis geografis, namun juga sebagai akibat pola relasi atau hubungan antara manusia dengan alam lingkungan di wilayah yang bersangkutan. Geografi pariwisata mengedepankan perpaduan antara unsur fisis dan manusia yang memunculkan daya tarik secara atraktif, rekreatif, imajinatif, edukatif, atau religius. Dengan demikian ciri khas yang terdapat pada geografi pariwisata adalah lokasi, *site* dan *situation* suatu objek (destinasi) beserta relasi antar objek (destinasi) dengan manusia dalam suatu region maupun region lainnya.

Berdasarkan beberapa definisi mengenai pariwisata dan geografi pariwisata yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa geografi pariwisata adalah salah satu cabang ilmu geografi yang mengkaji baik unsur fisis dan aktivitas manusia serta relasi antar daya tarik dengan manusia.

3. Pengembangan Pariwisata

Sebuah destinasi dapat dikatakan akan melakukan pengembangan wisata jika sebelumnya sudah ada aktivitas wisata. Untuk dapat meningkatkan potensi pariwisatanya, yang perlu dilakukan adalah merencanakan pengembangan wisata agar dapat lebih baik dari sebelumnya. Purwanto dalam Moch. Prihatna Sobari (2006) mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, diantaranya adalah:

Kelangsungan ekologi, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan sesuai dengan proses ekologi, biologi, dan keragaman sumber daya ekologi yang ada. Prinsip ini menegaskan bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin terciptanya pemeliharaan dan proteksi terhadap sumber daya alam yang dijadikan daya tarik pariwisata, seperti lingkungan laut, pantai, hutan, sungai, danau.

Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakat sekitar dan sesuai dengan kebudayaan serta nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat tersebut.

Kelangsungan ekonomi, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan efisien secara ekonomi dan bahwa sumber daya yang digunakan dapat bertahan bagi kebutuhan di masa mendatang.

Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Dengan demikian, suatu pariwisata membutuhkan pengembangan yang benar-benar matang dan dapat mencerminkan prinsip-prinsip pengembangan yang seperti di atas. Sehingga, pengembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik dan dapat berjalan dengan baik.

4. Karakteristik Pariwisata

Dalam Khrisnamurti (2015:34), Pandit menjelaskan pula bahwa pariwisata memiliki karakteristik. Pariwisata merupakan gabungan dari beberapa produk barang dan jasa, sehingga memiliki suatu sifat yang sangat unik.

- a. *Intangible* (tidak berwujud): merupakan sesuatu yang tidak dapat dibawa untuk ditunjukkan pada orang lain, namun dapat dinikmati keberadaannya.
- b. *Perishable* (rapuh): dalam hal ini pariwisata sangat bergantung pada kondisi alam, seperti cuaca, SDA, musim dan lain nya.

- c. *Inseperable* (tidak dapat dipisahkan): artinya kegiatan wisata yang tidak bisa dipisahkan terhadap satu dan hal lain. Misal kegiatan wisata tidak bisa terjadi apabila tidak ada moda transportasi dan rumah makan, atau pelayanan wisata.
- d. *Seasonality* (musiman): kegiatan wisata akan dipengaruhi oleh musim liburan atau bukan.
- e. *No pretest* (tidak dapat dicoba): pariwisata merupakan kegiatan langsung dikonsumsi wisatawan tanpa mereka dapat mencoba atau mencicipi terlebih dahulu. Hal ini menyebabkan kegiatan wisata menjadi sangat mahal dan rentan terhadap kepuasan wisatawan.

5. Jenis-Jenis Pariwisata

Seorang wisatawan yang hendak melakukan wisata memiliki berbagai tujuan dan maksud untuk melakukan perjalanan wisata. Oleh sebab itu, kegiatan pariwisata dibedakan ke dalam beberapa jenis pariwisata.

a. Menurut Motif Tujuan Perjalanan

Menurut James (1987:28-31) jenis-jenis pariwisata adalah sebagai berikut:

- 1) **Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)**
Kegiatan yang termasuk kedalam jenis pariwisata ini adalah dimaksudkan dengan tujuan seorang wisatawan melakukan perjalanan untuk berlibur, bersantai di luar dari lingkungannya, mencari udara segar, memenuhi keingintahuan, menikmati keindahan alam, melihat sesuatu yang baru, dan mendapatkan kedamaian.
- 2) **Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)**
Wisatawan memiliki tujuan untuk melakukan rekreasi dengan tujuan memanfaatkan hari libur untuk beristirahat, memulihkan kesegaran baik jasmani dan rohani dan menyegarkan keletihan.
- 3) **Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)**
Wisatawan melakukan kegiatan perjalanan dengan tujuan untuk melakukan kegiatan riset, mempelajari budaya seperti adat-istiadat, mengunjungi museum-museum bersejarah, melakukan kegiatan di sebuah festival seni baik musik, lukis, tarian dan sebagainya.
- 4) **Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)**
Kegiatan ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu pariwisata olahraga seperti olimpiade, *Asian Games*, *Sea Games*, serta olahraga yang dilakukan para wisatawan yang ingin berlatih sendiri, seperti mendaki gunung, panjat tebing, berkuda, berburu, memancing, *rafting*.
- 5) **Pariwisata untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)**
Pariwisata untuk urusan usaha dagang umumnya dilakukan para pengusaha atau industrialis antara lain mencakup kunjungan ke pameran dan instalasi teknis.

6) Pariwisata untuk Berkonvensi (*Convention Tourism*)

Kegiatan perjalanan ini berhubungan dengan konferensi, simposium, sidang dan seminar internasional.

b. Menurut obyek yang dikunjungi

Menurut Pandit dalam Khrisnamurti (2015:31), wisata yang dilakukan dapat dibagi ke dalam dua kategori berdasarkan jenisnya yaitu:

1) Wisata Alam

Wisata alam terdiri dari wisata alam, cagar alam, buru dan argo.

2) Wisata budaya

Wisata budaya terdiri dari peninggalan sejarah, monument dan museum.

6. Indikator Pengembangan Staregi Pariwisata

Menurut Isdarmanto (2017:14), Pariwisata sangat membutuhkan indikator-indikator dalam proses pengembangan pariwisata, indikator tersebut diantaranya adalah:

a. Daya Tarik Wisata (*Attractions*)

Dalam kegiatan wisata, ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Pengembangan pariwisata bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya keragaman budaya, seni, dan alam (pesona alam). Pengembangan sumber daya tersebut dikelola melalui pendekatan peningkatan nilai tambah sumber daya secara terpadu antara pengembangan produk pariwisata dan pengembangan pemasaran pariwisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal dalam rangka pengembangan pariwisata.

Setiap destinasi pariwisata memiliki daya tarik berbeda-beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki. Jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan pada destinasi pariwisata yaitu:

- 1) Daya Tarik wisata alam, segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, misalnya: laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, ngarai, sungai, hutan.
- 2) Daya Tarik wisata buatan manusia, meliputi daya tarik wisata budaya seperti: tarian, wayang, upacara adat, lagu, upacara ritual dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, misalnya: bangunan, seni, seni pahat, ukir, lukis.

Objek wisata dan daya tarik wisata merupakan suatu keterkaitan antara objek yang merupakan sasaran/lokasi/tempat yang masih mempunyai potensi dapat mampu dikembangkan sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata di tempat tersebut. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan dari kunjungan wisatawan.

Objek wisata alam tidak hanya di kelola oleh pemerintah saja, namun sebagian ada yang dikelola oleh usaha atau perusahaan swasta yang diberikan wewenang oleh pemerintah untuk mengelola daerah wisata tersebut. Hal ini juga yang terdapat pada destinasi Tanjung Lesung dimana pemerintah melakukan kerja sama dengan pihak swasta untuk membantu dalam proses pengelolaan destinasi Tanjung Lesung. Selain daya tarik wisata alam dan buatan, penunjang yang dibutuhkan agar daya tarik wisata dapat terlihat yaitu dengan cara diadakannya atraksi wisata.

b. Fasilitas dan Jasa Pelayanan Wisata (*Amenities*)

Amenitas adalah fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain juga memungkinkan akan dibutuhkan oleh wisatawan seperti toilet umum, *rest area*, tempat parkir, klinik kesehatan, promosi dan sarana ibadah yang sebaiknya juga tersedia pada sebuah destinasi.

c. Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata (*Accessibility*)

Indikator yang juga sangat mempengaruhi pengembangan pariwisata yaitu faktor aksesibilitas, yang berarti kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata, sehingga secara umum dapat mempengaruhi biaya perjalanan wisatawan. Aksesibilitas juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi seberapa besar minat dan kepuasan wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu petunjuk jalan menuju destinasi wisata merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi.

Yang dimaksud dengan aksesibilitas adalah sarana yang memberi kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai tujuan, pengertian aksesibilitas tidak terbatas pada alat angkutan (transportasi) yang dapat membawa wisatawan dari tempat asal ke tempat lain dan kembali lagi ke tempat asalnya, namun juga meliputi semua aspek yang memperlancar dalam melakukan perjalanan.

Alat angkutan dapat dibedakan ke dalam dua kelompok dilihat dari sudut pandang pemakainya, yaitu angkutan yang dapat digunakan untuk penumpang umum maupun angkutan yang khusus digunakan untuk wisatawan.

1) Jenis Angkutan

Jenis angkutan dapat dibedakan ke dalam 3 jenis dilihat dari jenis angkutan, yaitu:

a) Angkutan darat (Kereta api, bus, angkot, becak, andong/delman, dsb).

b) Angkutan udara

Angkutan udara dikelompokkan ke dalam beberapa penerbangan. Penerbangan dapat dibedakan menjadi:

(1) *Schedule airlines*: penerbangan yang berjadwal, dengan tarif, rute, dan frekuensi yang tetap

(2) *Charter flight* : penerbangan yang beroperasi baik secara jadwal maupun tidak

(3) *Inclusive tour atau paid up air trip* : perjalanan dimana ongkos angkutan penerbangannya sudah termasuk biaya untuk akomodasi dan biaya-biaya lain yang diperlukan selama melakukan perjalanan wisata.

(4) Angkutan laut (Kapal Ferry, Tongkang, *Speed Boat*, *Cruiseship*).

d. Keramahtamahan

Keramahtamahan berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut. Ini menjadi indikator yang juga penting sebab walaupun destinasi sudah memiliki atraksi, aksesibilitas dan amenities yang baik, namun jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka destinasi pasti akan terbengkalai. Organisasi sebuah destinasi akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan. Hal ini dikelola agar dapat memberikan keuntungan baik kepada pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat sekitar, wisatawan lingkungan dan para *stakeholder* lainnya. Dengan demikian indikator keramahtamahan ini sangat penting agar dapat memberikan kesan dan nilai kepuasan bagi wisatawan dan dapat menciptakan citra positif sebagai pengembangan pemasaran.

7. Hakikat Manajemen Strategi

Menurut Fred R. David (2004:5) dalam Taufiqurokhman (2016;15) , Manajemen strategi adalah ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Menurut Husein Umar (1999:86) dalam Taufiqurokhman (2016;15) , manajemen strategi sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) , dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya pada masa mendatang.

Sehingga, dari beberapa pengertian mengenai manajemen strategi diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah suatu susunan pengambilan keputusan dengan tujuan menentukan program kerja baik panjang maupun dalam program jangka pendek yang didasari dalam hal pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*).

8. Hakikat Pengembangan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002, Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (*evolution*) dan perubahan secara bertahap.

Pada hakikatnya pengembangan merupakan upaya baik formal maupun non formal yang dilakukan secara terencana, terarah, teratur dan memiliki tujuan dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuan, sebagai bekal atas praksara sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusawi yang optimal serta pribadi mandiri (Iskandar Wiryokusomo, 2011).

Menurut Seels & Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan dilakukan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Sedangkan menurut Tessmer dan Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan.

Dengan beberapa pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan merupakan usaha yang dilakukan secara sadar, terencana dan terarah baik dalam membuat maupun memperbaiki suatu kondisi, sehingga menjadi suatu tujuan dalam rangka menghasilkan suatu produk yang bermutu dan memiliki kualitas.

9. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (tantangan). Analisis SWOT merupakan cara yang sistematis dalam mengidentifikasi tantangan dan kesempatan agar dapat membedakan lingkungan yang akan datang sehingga dapat ditemukan masalah yang ada. Analisis SWOT mengevaluasi keunggulan strategis untuk mengetahui kekuatan serta kelemahan yang terjadi serta dapat merumuskan strategi yang cocok untuk digunakan dalam pengoptimalan strategi daya saing (Dewi, 2011).

Menurut Sumihardjo (2008:8) daya saing merupakan kemampuan suatu perusahaan menguasai, meningkatkan dan mempertahankan posisi dalam pasar. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan bersaing bila memiliki kelebihan dari para pesaingnya dalam menarik konsumen, dan mempertahankan diri atas kekuatan pesaing yang mencoba menekan perusahaan. Kelebihan tersebut dapat berupa: produk yang mampu bertahan dan bersaing di pasar, memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan harga yang terjangkau, memiliki lokasi yang strategis, teknologi yang memadai dan memasarkan produk dengan cepat.

F. Penelitian Relevan

Tabel 2. Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ardhika Sukmasakti/2012	Strategi Pengembangan Kawasan Obyek Wisata Batik Kota Pekalongan	Metode Penelitian Kualitatif	Objek wisata batik di Kotak Pekalongan menurun jumlah wisatawannya setiap tahun. Kriteria yang tepat untuk mengembangkan obyek wisata batik di Kota Pekalongan adalah dari aspek promosi, yang kedua dari aspek infrastruktur dan yang terakhir adalah aspek kelembagaan.
2	Epi Syahadat/2005	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Gede Pangango (TGNP)	Metode Penelitian Kualitatif	Faktor pelayanan, sarana prasarana, ODTWA dan keamanan secara simultan mempunyai pengaruh pada jumlah pengunjung akan tetapi tidak signifikan. Secara parsial dari keempat faktor tersebut hanya satu yang mempunyai pengaruh yang signifikan, yaitu faktor keamanan.
3	Said Keliwar/2011	Studi Pengembangan Kebun Raya Unmul Samarinda (KRUS) Sebagai Salah Satu Obyek Wisata Alam di Samarinda	Metode Penelitian Survey	Pemerintah dan pengelola KRUS agar memaksimalkan pengembangan produk atraksi wisata yang tersedia, dengan cara mengevaluasi dan mengidentifikasi kembali terhadap potensi maupun atraksi wisata untuk dapat dikembangkan. Pemerintah perlu mendukung dana untuk perbaikan fasilitas yang sudah ada, pengembangan produk atraksi maupun akses jalan yang rusak. Pemerintah dapat memberikan pendidikan dan pelatihan kepada petugas KRUS untuk meningkatkan pemahaman bagaimana cara merawat satwa dengan baik serta pendidikan pariwisata seperti bahasa inggris dan pemandu wisata.

Diversifikasi produk wisata sangat penting dilakukan untuk menambah lama kunjungan wisatawan di KRUS yang pada akhirnya berdampak kepada bertambahnya pengeluaran pengunjung di obyek wisata KRUS.

Pada penelitian pertama dengan judul Strategi Pengembangan Kawasan Obyek Wisata Batik Kota Pekalongan yang ditulis oleh Ardhika Sukmasakti (2017). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan. Perbedaan

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	Iman Mukhroman, dkk/2014	Permasalahan, solusi dan model komunikasi Humas dalam Pengembangan KEK Pariwisata Tanjung Lesung	Metode Penelitian Kualitatif	Permasalahan yang muncul pasca ditetapkannya KEK Tanjung Lesung lebih dikarenakan kurangnya koordinasi dan sinkronisasi kerja di antara pihak terkait pada pengembangan Tanjung Lesung.
5	Dedi Nurhayadi, dkk/2018	Potensi KEK Tanjung Lesung Sebagai Destinasi Pariwisata Unggulan di Kabupaten Pandeglang	Metode Penelitian Deskriptif	Potensi yang dimiliki KEK Tanjung Lesung adalah aspek daya tarik wisata pantainya, yang di dukung pemerintah pusat dan daerah melalui kemudahan berinvestasi bagi investor di bidang <i>fiskal</i> dan <i>non fiskal</i> . Permasalahan pengembangan KEK Tanjung Lesung adalah masih terbatasnya sumber daya modal untuk mengembngkan kawasan karena minimnya investor. Fasilitas yang masih belum lengkap serta tingkat kesesuaian pembangunan yang sudah sesuai (12,5%).
6	Fathun, dkk/2018	Arahan Pengembangan Pariwisata di Kawasan Tanjung Lesung Berdasarkan Partisipasi Masyarakat	Metode penelitian deskriptif	Faktor berpengaruh dalam pengembangan pariwisata pantai Tanjung Lesung berbasis partisipasi masyarakat adalah keberadaan daya tarik wisata, aksesibilitas, prasarana, sarana, sdm, promosi, pemasaran serta pengelolaan lingkungan. Sedang bentuk partisipasi yang bisa dilakukan masyarakat untuk ke-6 faktor diatas adalah partisipasi ide pemikiran, tenaga, harta benda dan <i>skill</i> keterampilan.

penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti teliti terletak pada metode strategi pengembangan dimana pada penelitian Ardhika metode strategi pengembangan menggunakan analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*) sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*).

Penelitian yang kedua yaitu di tulis oleh Epi Syahadat (2005) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Gede Pangango (TGNP). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di Taman Nasional Gede Pangango (TGNP). Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti teliti terletak pada variabel dimana variabel yang digunakan pada penelitian terbagi menjadi dua variabel yaitu dependen dan independen. Selain itu penelitian yang ditulis oleh Epi menggunakan metode analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*).

Penelitian yang ketiga ditulis oleh Said Keliwar (2011) dengan judul Studi Pengembangan Kebun Raya Unmul Samarinda (KRUS) Sebagai Salah Satu Obyek Wisata

Alam di Samarinda. Perbedaan pada penelitian ini yaitu untuk menghasilkan temuan potensi yang menjadi daya tarik wisata, fasilitas serta infrastruktur yang tersedia untuk dikembangkan menjadi salah satu obyek wisata alam di Samarinda serta mengetahui profil pengunjung yang berkunjung ke KRUS. Selain itu penelitian Said menggunakan penelitian survey dengan pendekatan deskriptif, sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan survey.

Penelitian yang keempat ditulis oleh Iman Mukhroman,dkk (2014) dengan judul Permasalahan, solusi dan model komunikasi Humas dalam Pengembangan KEK Pariwisata Tanjung Lesung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi pasca ditetapkannya Peraturan Pemerintah (PP) No. 26 Tahun 2012 tersebut, solusi apa yang terkait masalah tersebut, serta model komunikasi seperti apa yang tepat untuk bisa diimplementasikan terkait pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Tanjung Lesung. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti teliti yaitu terletak pada fokus penelitian dimana pada penelitian ini fokus penelitian berada pada komunikasi sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti terletak pada fokus penelitian pengembangan pariwisata.

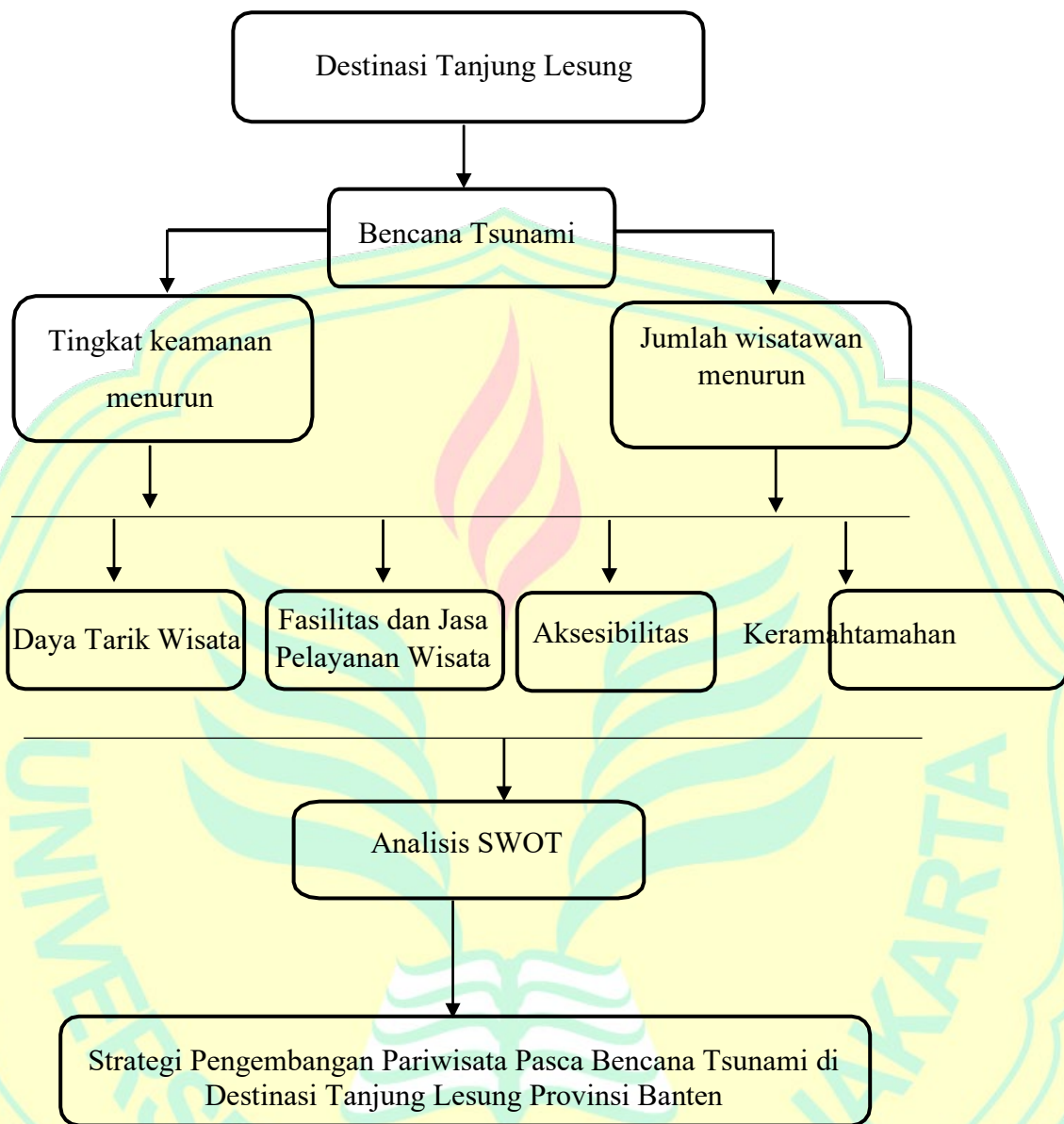
Penelitian yang kelima yaitu Potensi KEK Tanjung Lesung Sebagai Destinasi Pariwisata Unggulan di Kabupaten Pandeglang yang ditulis oleh Dedi Nurhayadi, dkk (2018) ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi destinasi dan mengidentifikasi permasalahan pada destinasi pariwisata unggulan serta mengidentifikasi tingkat kesesuaian *masterplan* pariwisata unggulan eksisting di KEK Tanjung Lesung. perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terletak pada fokus penelitian dimana pada penelitian ini fokus penelitian terletak pada tingkat kesesuaian *masterplan* Tanjung Lesung sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti terletak pada fokus penelitian pengembangan pariwisata. Perbedaan selanjutnya yaitu penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian yang keenam yaitu Arahan Pengembangan Pariwisata di Kawasan Tanjung Lesung Berdasarkan Partisipasi Masyarakat yang ditulis oleh Fathun Qolbi dan Arwi Yudhi K (2018). Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan arahan pengembang kawasan wisata Tanjung Lesung berbasis partisipasi masyarakat yang ada di kawasan tersebut. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti teliti yaitu terletak pada variabel penelitian dimana penelitian ini berfokus pada variabel partisipasi masyarakat sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti berfokus pada strategi pengembangan pariwisata. Selain itu,

metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

G. Kerangka Berpikir

Pariwisata merupakan suatu aspek yang penting bagi suatu daerah, dimana pariwisata juga dijadikan sebagai salah satu unsur yang paling diandalkan dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Selain itu, pariwisata juga dapat menjadi tulang punggung terhadap pendapatan asli daerah tersebut seperti destinasi Tanjung Lesung yang mana dijadikan pula sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Tanjung Lesung sebagai penghasil pendapatan daerah terbesar bagi Kabupaten Pandeglang dan menjadi daerah yang diandalkan Indonesia dalam membantu peningkatan ekonomi negara. Pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Tanjung Lesung merupakan suatu upaya yang dilakukan pemerintah dan *stakeholders* lain dengan tujuan utamanya adalah mencapai *income* atau pendapatan daerah maupun negara, untuk itu tentu diperlukannya suatu strategi pengembangan untuk mencapai target tersebut, dalam penelitian terkait strategi pengembangan Pariwisata Tanjung Lesung ini akan menggunakan analisis SWOT.



Gambar 1. Alur Kerangka Berpikir. Sumber : Data Olahan Peneliti (2019)