

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia, tercatat hingga saat ini, terdapat 17.508 pulau yang membentang dari ujung Sabang hingga Merauke. Dengan banyaknya jumlah pulau yang dimiliki Indonesia, tentu saja hal itu sangat mempengaruhi sektor pariwisata yang beragam. Tercatat sebanyak 2.552 perusahaan yang bergerak di sektor pariwisata serta di kelola secara komersial. Jumlah initerbagi menjadi 6 kelompok utama objek wisata, yaitu: daya tarik wisata alam, daya tarik wisata buatan, daya tarik wisata budaya, daya tarik wisata tirta, kawasan pariwisata, serta taman hiburan dan rekreasi (Badan Pusat Statistik, 2020)

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara dilakukan secara perorangan maupun kelompok, sebagai usaha untuk mencari keseimbangan dan keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya juga alam dan ilmu (Mudrikah, 2014). Menurut UNWTO (*United Nation of World Tourism Organization*), bahwa sekitar 40% wisatawan global melakukan perjalanan wisata dengan tujuan mencari keanekaragaman budaya dan mengunjungi situs-situs bersejarah lainnya. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sumber devisa bagi negara yang bersifat *non-destructive*, artinya tidak merusak secara masif seperti kegiatan berbasis sumberdaya alam lainnya dan cenderung meningkat dari tahun ketahun. Wisata berbasis budaya adalah salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objeknya (Yoeti, 1996). Menurut *Passenger Exit Survey* tahun 2014, pariwisata berbasis budaya menyumbang devisa paling besar dengan portofolio pasar dan wisatawannya sebesar 60% (Badan Pusat Statistik, 2014).

Kawasan Pecinaan merupakan salah satu kawasan yang didiami oleh mayoritas penduduk keturunan Tionghoa yang ada di DKI Jakarta. Kawasan Pecinan Glodok memiliki peranan dan fungsi yang strategis bagi kegiatan ekonomi sosial dan budaya. Selain menjadi pusat perdagangan dan pertokoan, kawasan ini juga merupakan pemukiman warga Tionghoa yang cukup lama karena masyarakat Tionghoa yang dulunya terbatas untuk dapat meninggali dalam kota dari Batavia sehingga menjadi pemukiman bagi masyarakat Tionghoa hingga turun temurun, dan Kawasan Pecinan Glodok banyak dikunjungi oleh wisatawan karena memiliki potensi dan daya tarik tersendiri karena memiliki sejarah serta bukti peninggalan seperti bangunan tua, situs sertabudaya yang masih tetap terjaga.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan DKI Jakarta Tahun 2022

Tahun	Wisatawan Lokal	Wisatawan Mancanegara	Total
2016	31.080.070	2.512.005	33.592.075
2017	33.384.985	2.658.055	36.043.040
2018	32.222.616	2.813.411	35.036.027
2019	32.982.472	2.421.124	35.403.596
2020	4.792.342	435.888	5.228.230
2021	5.039.107	119.362	5.158.469

Sumber : Badan Pusat Statistik DKI Jakarta 2022

Berdasarkan pada Tabel 1, terjadi perubahan jumlah kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara yang fluktuatif pada tahun 2016 hingga 2021. Pada tahun 2016 jumlah total kunjungan wisatawan adalah 33.592.075 orang. Pada tahun 2017 terjadi peningkatan jumlah total kunjungan wisatawan sebanyak 36.043.040 orang. Namun, pada tahun 2018 terjadi penurunan jumlah total kunjungan wisatawan menjadi 35.036.027 orang. Total jumlah kunjungan wisatawan kembali meningkat hingga sebanyak 35.403.596 orang pada tahun 2019. Pada tahun 2020, total jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan drastis menjadisebanyak 5.228.230 orang akibat adanya pandemi covid-19 yang membuat sebagian besar objek wisata ditutup atau dibatasi. Total jumlah kunjungan wisatawan terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2021 sebanyak 5.158.469 orang.

Secara prinsip, pariwisata didasarkan pada keunikan, kekhasan, dan keaslian alam serta budaya yang ada dalam suatu masyarakat di suatu daerah. Konsep dasar dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata, terutama di Indonesia, adalah menciptakan keseimbangan yang meliputi hubungan antara manusia, antara manusia dengan masyarakat, serta antara manusia dengan lingkungan alam, termasuk sumber daya alam dan geografi. Pengembangan destinasi pariwisata merupakan bagian dari suatu rencana untuk memajukan dan meningkatkan kondisi daerah lokal, memberikan nilai tambah bagi masyarakat setempat, wisatawan, dan pemerintah daerah. Seperti yang dijelaskan oleh Holloway(1995), pariwisata harus mencakup tiga komponen penting yaitu atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas. Atraksi, sebagai salah satu komponen utama, merupakan elemen krusial dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan serta dalam upaya meningkatkan nilai dan daya tarik suatu tempat atau produk pariwisata. Demikian juga Amenitas dan Aksesibilitas yang berperan penting dalam pembentukan Pariwisata.

Pecinan Glodok adalah kawasan yang terletak di Kelurahan Glodok, Kecamatan Tamansari, Jakarta Barat, yang dikenal sebagai pusat budaya Tionghoa di Jakarta. Kawasan ini memiliki banyak keunikan khas sejarah Tionghoa seperti arsitektur bangunan, kuliner Tionghoa, serta pusat perbelanjaan barang-barang antik, dan barang kebutuhan sehari-hari. Pecinan Glodok juga merupakan tempat penting bagi komunitas Tionghoa Jakarta dalam aktivitas keagamaan dan kebudayaan, dengan klenteng-klenteng yang menjadi pusat peribadatan dan kegiatan keagamaan. Kawasan ini juga kaya akan sejarah, dengan banyaknya bangunan bersejarah seperti rumah-rumah tua dan struktur arsitektur tradisional.

Pengembangan destinasi wisata diperlukan di Kawasan Pecinan Glodok karena masih banyak fasilitas-fasilitas yang perlu dikembangkan guna memaksimalkan pengalaman wisata bagi pengunjung, yaitu berupa penunjuk arah jalan, fasilitas toilet umum, sarana parkir, dan sarana ruang hijau . Adanya pengembangan destinasi wisata di Kawasan Pecinan Glodok diharapkan dapat mengidentifikasi ketersediaan fasilitas wisata di kawasan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

dengan judul **“Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Kawasan Pecinan Glodok, Kelurahan Glodok, Kecamatan Taman Sari, Kota Jakarta Barat”** untuk mempermudah wisatawan dalam melakukan wisata budaya yang nyaman, dan memberikan pengalaman wisata yang berkesan.



B. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian ini adalah: Bagaimana strategi pengembangan destinasi wisata Kawasan Pecinan Glodok, Kelurahan Glodok, Kecamatan Taman Sari, Kota Jakarta Barat?

C. Fokus Penelitian

Mengingat luasnya permasalahan yang ada, maka fokus penelitian ini adalah strategi pengembangan destinasi wisata Kawasan Pecinan Glodok, Kelurahan Glodok, Kecamatan Taman Sari, Kota Jakarta Barat.

D. Tujuan & Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memaksimalkan atraksi, amenities, dan aksesibilitas Kawasan Wisata Pecinan Glodok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak. Adapun kegunaan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk masukan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang geografi pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi bagi akademisi yang akan melakukan penelitian mengenai topik tersebut di masa yang akan datang dan sebagai saran serta masukan bagi pemerintah setempat maupun pengelola untuk mengkaji dan melakukan pengembangan pada wisata budaya di Kawasan Pecinan Glodok, Kelurahan Glodok, Kecamatan Taman Sari, Kota Jakarta Barat

E. Kerangka Konseptual

1. Strategi Pengembangan

Strategi adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu atau merupakan sebuah rencana permanen untuk sebuah kegiatan dimana di dalamnya berisi formulasi tujuan dan kumpulan rencana kegiatan (Prawira, 2003). Sedangkan strategi menurut Rangkuti (2006) merupakan perencanaan yang bersifat komprehensif dan menjelaskan bagaimana perusahaan mencapai semua tujuan yang ditetapkan.

a. Fungsi Strategi

Fungsi strategi POAC berfungsi untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi suatu organisasi dalam mencapai tujuan (Terry, 1968).

- 1) *Planning*, yaitu menetapkan tujuan dan mencari cara untuk mencapai tujuan tersebut.
- 2) *Organizing*, yaitu memastikan setiap sumber daya atau kebutuhan tersedia untuk mencapai tujuan.
- 3) *Actuating*, yaitu peran manajer untuk mengarahkan pekerja yang sesuai dengan tujuan organisasi.
- 4) *Controlling*, yaitu memastikan bahwa kinerja telah sesuai dengan rencana.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan berasal dari kata "kembang", yang berarti mekar, menjadi besar, menjadi tambah sempurna, dan proses, cara, atau perbuatan untuk mengembangkan sesuatu. Menurut Budiharsono (2002) dan Sembiring (2012), pengembangan adalah proses mengubah potensi yang terbatas untuk menciptakan potensi yang baru. Ini termasuk mencari peluang di berbagai kelompok yang memiliki potensi yang berbeda. Kata pengembangan identik dengan keinginan untuk memperbaiki keadaan disertai dengan kemampuan untuk mewujudkannya.

Berdasarkan kedua pengertian diatas maka dapat di simpulkan bahwa strategi pengembangan merupakan kumpulan rencana yang bersifat komprehensif guna mengembangkan potensi atau menambah nilai dari suatu hal.

2. Pariwisata

Secara etimologis, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu pari dan wisata. Pari memiliki arti banyak atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti pergi atau perjalanan. Oleh karena itu, pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Dalam bahasa Inggris, pariwisata disebut dengan tour, sedangkan untuk pengertian jamak, kata kepariwisataan disebut dengan *tourisme* atau *tourism* (Yoeti, 1996).

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan kepariwisataan merupakan bentuk jamak dari pariwisata yang berarti keseluruhan kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, n.d.).

Menurut Wahab (1992) dalam *An Introduction on Tourism Theory*, mengemukakan bahwa pariwisata mengandung tiga unsur, yaitu manusia (*man*) sebagai pelaku kegiatan pariwisata, tempat (*place*) yakni daerah dimana terdapat kegiatan pariwisata, dan waktu (*time*) yakni waktu yang ditempuh selama perjalanan dan menetap di tempat wisata. Berdasarkan ketiga unsur tersebut dijelaskan bahwa menurut Wahab (1992), pariwisata merupakan aktifitas manusia yang dilakukan secara sadar dan mendapatkan pelayanan secara bergantian untuk orang-orang yang berada di dalam negara itu sendiri maupun diluar negeri untuk sementara waktu, seperti bermukim di suatu tempat secara sementara untuk mencari berbagai kepuasan yang berbeda dengan di tempat asalnya (Sya & Harahap, 2019).

Terdapat batasan-batasan yang menjadi faktor penting dalam perjalanan pariwisata, yaitu perjalanan dilakukan untuk sementara waktu, perjalanan dilakukan dari satu tempat ke tempat lain, perjalanan harus selalu berkaitan dengan kegiatan bertamasya atau rekreasi, dan orang yang

melakukan perjalanan tidak bertujuan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi (Sya & Harahap, 2019).

a. Komponen Pariwisata

Komponen-komponen pariwisata terdiri dari:

1) Destinasi Wisata

Destinasi wisata menurut Pitana dan Diarta (2009) adalah suatu wilayah geografis yang memiliki hukum batas yang jelas dan terdapat sekumpulan aktifitas pariwisata seperti sumber daya alam yang dikelola sebagai aset wisata dan sumber daya manusia yang mengelola kekayaan alam beserta bisnis-bisnis pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Destinasi wisata berada dalam satu atau beberapa wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Sya & Harahap, 2019). Menurut Yoeti (1985), terdapat tiga faktor yang membuat destinasi wisata layak dikunjungi:

- *Something to see*, berkaitan dengan atraksi atau sesuatu yang dapat dilihat dan mempunyai daya tarik tersendiri yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung.
- *Something to do*, berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan di destinasi wisata.
- *Something to buy*, berkaitan dengan cinderamata yang dibeli di destinasi wisata sebagai memorabilia bagi wisatawan.

Untuk menentukan tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di suatu destinasi dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara persepsi hasil suatu produk dengan standar yang diharapkan wisatawan (Payangan, 2014). Persepsi wisatawan dalam mengonsumsi produk wisata dipengaruhi oleh perbedaan fasilitas, daya tarik wisata, dan pelayanan di masing-masing destinasi (Rosyidah et al., 2017). Terdapat tiga komponen yang perlu diperhatikan dalam menawarkan sebuah produk pariwisata yang terdiri dari (Priono, 2012):

(1) Atraksi

Atraksi adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung (Yoeti, 1996). Atraksi menjadi motivasi

utama bagi seseorang untuk mengunjungi suatu tempat. Wisatawan akan mengunjungi suatu tempat untuk menikmati hal-hal yang tidak didapatkan di tempat asal mereka.

Atraksi dapat dibagi menjadi atraksi wisata alam dan atraksi wisata buatan manusia. Atraksi wisata alam memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam dan keindahan alam kawasan tersebut, seperti danau, hutan, taman, pantai, air terjun, dan gua. Sedangkan atraksi buatan manusia terdiri dari kebudayaan, sejarah, upacara keagamaan, cara hidup masyarakat setempat, tata cara pemerintahan, dan tradisi masyarakat baik di masa lalu maupun di masa sekarang. Sumber daya yang tidak atau belum dikembangkan tidak dapat dikatakan sebagai atraksi wisata, tetapi hanya sebagai sumber daya potensial, hingga dilakukan pengembangan terhadap aksesibilitas, amenities, dan aktivitas wisata. Suatu daerah hanya dapat dikatakan sebagai destinasi wisata apabila memiliki segala sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata (Shafiraet al., 2020).

(2) Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan pariwisata karena berkaitan dengan pengembangan lintas sektoral. Aksesibilitas merupakan akses atau pintu masuk utama menuju destinasi wisata. Aksesibilitas mencakup sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata, seperti transportasi, rute atau pola perjalanan, jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, bandara, pelabuhan, dan stasiun kereta api.

Suatu tempat dikatakan memiliki tingkat aksesibilitas tinggi apabila ketersediaan sistem jaringan di wilayah tersebut memadai. Selain itu, apabila antara kedua tempat memiliki waktu tempuh yang singkat maka dapat dikatakan bahwa tempat tersebut memiliki aksesibilitas tinggi. Semakin sedikit biaya yang dikeluarkan menuju tempat wisata maka perjalanan tersebut memiliki tingkat kemudahan yang baik (Tamin, 1997). Oleh karena itu, perkembangan suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh tingkat kemudahan pencapaian

menuju destinasi wisata tersebut (Yoeti, 1996).

(3) Amenitas

Amenitas adalah fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. Setiap wilayah memiliki destinasi wisata yang berbeda sehingga ketersediaan sarana dan prasarana harus disesuaikan dengan destinasi wisata yang ada guna melayani kebutuhan wisatawan.

Yoeti (1990) mengemukakan definisi sarana dan prasarana dalam pariwisata sebagai:

(a) Sarana kepariwisataan, meliputi perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan. Sarana wisata terdiri dari:

- Sarana pokok, yakni perusahaan-perusahaan yang sangat bergantung pada wisatawan, seperti agen travel, transportasi, akomodasi, dan restoran.
- Sarana pelengkap, yakni perusahaan-perusahaan yang menyediakan fasilitas rekreasi, seperti fasilitas olahraga
- Sarana penunjang, yakni perusahaan-perusahaan penunjang sarana pokok dan sarana pelengkap, seperti pusat perbelanjaan.

(b) Prasarana kepariwisataan, meliputi semua fasilitas yang mendukung agar sarana kepariwisataan dapat berkembang dan memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang beragam.

Prasarana wisata terdiri dari:

- Prasarana umum terdiri dari jalan, air bersih, terminal, lapangan udara, komunikasi, dan listrik.
- Prasarana yang menyangkut ketertiban dan keamanan agar kebutuhan wisatawan terpenuhi, seperti apotek, kantor pos, bank, rumah sakit, polisi, dan lain-lain.

b. Jenis Pariwisata

Jenis-jenis pariwisata terdiri dari:

(1) Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*leisure tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh sekelompok orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, mendapatkan kedamaian, ketenangan, dan sebagainya di berbagai tempat wisata.

(2) Pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh sekelompok orang yang

memanfaatkan hari liburnya untuk beristirahat, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, serta ingin menyegarkan diri dari keletihan dan kelelahannya.

(3) Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh sekelompok orang yang memiliki motivasi untuk mengetahui kebudayaan lokal, mempelajari adat istiadat, cara hidup suatu masyarakat, mengunjungi monument bersejarah, melakukan penelitian, mengunjungi pusat kesenian, dan lain-lain.

(4) Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*) Jenis pariwisata ini dibagi menjadi:

- a) Big sport events, yaitu kegiatan olahraga besar yang menarik perhatian olahragawan dan penggemarnya, seperti olimpiade dan kejuaraan dunia lainnya.
- b) Sport tourism for the practitioners, yaitu pariwisata olahraga yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk berlatih dan mempraktikkan sendiri, seperti pendakian gunung, naik kuda, berburu, memancing, dan lain-lain.

3. Kawasan Pecinan

Pecinan merupakan bentuk kawasan permukiman yang diciptakan oleh kelompok masyarakat Tionghoa. Pecinan diciptakan melalui aspek spiritual dan sejarah dari komunitas dan membentuk struktur ruang bermasyarakat yang berlapis (Kautsary, 2015). Kawasan Pecinan di banyak kota dikenal sebagai permukiman kota yang memiliki peran yang sangat penting dalam aspek perdagangan dan sebagai pusat pertumbuhan (Kautsary, 2015).

Asal mula nama Glodok berawal dari kata Grojok, yang merupakan sebutan dari bunyi air yang jatuh dari pancuran air. Pancuran air yang berasal dari semacam waduk penampungan air dari Kali Ciliwung, air dari waduk di alirkan dari sebuah pancuran kayu setinggi 3 meter. Lalu lidah orang Tionghoa yang tidak bisa menyebut kata Grojok mengganti dengan nama Glodok untuk memudahkan dalam pengucapan. Menurut Portal Resmi Provinsi DKI Jakarta bahwa nama Pancoran berasal dari kata Pancuran. Diambil dari dua pipa kayu di ujung utara Molenvliet (merupakan sebuah kanal) yang menyemburkan air minum. Di kawasan tersebut pada tahun 1670 dibangun semacam waduk, tempat penampungan air dari Kali Ciliwung,

yang dilengkapi dua buah pancuran terbuat dari batang kayu yang dilubangi. Kedua pancuran itu mengucurkan air dari ketinggian kurang lebih 10 kaki. Dari sana air diangkut dengan perahu oleh para penjaja yang menjajakannya barangnya di sepanjang saluran-saluran di kota. Dari tempat itu pula awak kapal biasa mengangkut air untuk kapal-kapal yang berlabuh agak jauh di lepas pantai, karena di pelabuhan Batavia kapal tidak bisa merapat. Karena banyak yang mengambil air dari sana, sering kali mereka harus antri berjam-jam. Tidak jarang kesempatan itu mereka manfaatkan untuk menjual barang-barang yang mereka selundupkan.

Kawasan Pecinan Glodok merupakan salah satu pecinan terbesar di Batavia yang sudah melalui masa pemerintahan kerajaan Hindu-Sunda, Kesultanan Islam, masa pemerintahan VOC dan Hindia-Belanda, hingga masa kemerdekaan Indonesia. Awalnya pada abad ke-9 kedatangan masyarakat Tiongkok Pesisir Tenggara untuk berniaga dan berdagang. Namun dikarenakan pelayaran yang bergantung pada angin musim menyebabkan sebagian pedagang memutuskan untuk menetap dan menikahi wanita setempat. Pada abad ke-14 hingga 15, mayoritas masyarakat tionghoa tinggal di sebelah timur sungai Ciliwung untuk memudahkan aktivitas perdagangan (Fatimah, 2014). Namun pada tahun 1619, VOC mulai membangun Kota Batavia dan terjadi kerusuhan akhirnya dibentuk pecinan yang terletak di luar benteng Kota Batavia untuk mempermudah VOC mengontrol masyarakat Tionghoa. Setelah kemerdekaan Indonesia, Pancoran tumbuh dengan identitas baru sebagai kawasan wisata kuliner. Kawasan sekitar yang merupakan area perdagangan mendapatkan dampak positif sehingga terjadinya ekspansi perekonomian di Pecinan Glodok yang membuat Glodok terkenal dengan wisata kuliner, toko obat dan elektronik (Albert, 2022). Budaya diwujudkan dalam bentuk fisik (*tangible*) dan non-fisik (*intangible*).

F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan pertama berjudul Strategi Pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan oleh Ahmad Saeroji (2022). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi arsip, dan studi Pustaka.. Hasil penelitian berupa strategi untuk menciptakan *branding*, pembuatan profil museum, pembuatan merchandise dan souvenir yang menarik.

Penelitian relevan kedua berjudul Strategi Pengembangan Objek Wisata Namatota Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Di Kecamatan Kaimana Kabupaten Kaimana Provinsi Papua Barat oleh Calvin Isaskar Raubaba (2023) dengan metode penelitian data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2019). Dalam mengumpulkan data, penulis melakukan wawancara mendalam terhadap 9 orang Informan yang terdiri dari Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kaimana, Sekertaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kaimana, Kepala Bidang Pariwisata, Kepala Seksi Pemasaran dan Promosi Pariwisata, Kepala pengelolaan objek wisata Namatota, Ketua Yayasan Econusa, Ketua POKDARWIS, Masyarakat sekitar Objek Wisata, Wisatawan lapangan, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian berupa pemanfaatan SDM sekitar, penetapan tarif retribusi daerah wisata, menarik investor lokal maupun mancanegara untuk berinvestasi di wisata Namatota.

Penelitian relevan ketiga berjudul Strategi Pengembangan Wisata Bersepeda Berdasarkan Karakteristik Motivasi Pesepeda Urban (Pada Grup Sepeda TOC dan JGC-SCAM) oleh Adinda Laksmana , Heryadi Rachmat , Rusdin Tahir (2020) dengan metode penelitian data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, penyebaran kuesioner, dan studi literasi. Hasil penelitian berupa pengadaan event marathon bersepeda untuk berbagai kelompok bersepeda, diskon untuk pembelian, produk tertentu, serta penukaran sampah yang dapat ditukarkan dengan poin *fintech*.

Penelitian relevan keempat adalah Strategi Pengembangan Wisata Halal di DKI Jakarta oleh Juliannes Cadith , Maulana Yusuf , Rina Yulianti (2022) dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data

yang dilakukan melalui wawancara (depth-interview), observasi langsung serta study literatur. narasumber ditentukan secara purposive yaitu pihak – pihak yang dianggap paling mengetahui dan memahami potensi wisata di DKI Jakarta. Hasil penelitian mengemukakan bahwa destinasi potensial di DKI Jakarta dapat dibagi menjadi tiga aktivitas wisata yaitu: Wisata Budaya, Wisata Alam dan Buatan. Pemilihan destinasi potensial ini dapat dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun domestik, serta kesiapan oleh pengelola destinasi dalam berinovasi di dalam pengembangan produk Wisata Halal.

Tabel 2. Penelitian Relevan

Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
Amad Saeroji (2022)	Strategi Pengembangan Museum Tosan Aji Purworejo dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan	Deskriptif Kualitatif	Pembuatan kemasan paket wisata pedesaan berjudul “Village Tracking Tour” dan “Penglipuran Rural Cycling tour” yang kedua paket tersebut sudah diwujudkan dalam bentuk brosur. Strategi yang dilakukan berupa penciptaan <i>branding</i> , pembuatan profil museum, pembuatan <i>merchandise</i> dan souvenir khas yang menarik, pemaksimalan promosi melalui <i>website</i> dan sosial media, menjalin kerjasama dengan pihak transportasi serta menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan daerah dengan menjadikan museum sebagai wisata edukasi dan sejarah.

Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
Calvin Isaskar Raubaba (2023)	Strategi Pengembangan Objek Wisata Namatota oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kecamatan Kaimana, Kabupaten Kaimana, Provinsi Papua Barat	Deskriptif Kualitatif	Memaksimalkan sumber daya manusia dalam promosi berbasis teknologi informasi, memberikan sosialisasi kepada masyarakat sekitar dalam ketertiban guna mendukung kenyamanan dalam berwisata, menciptakan spot foto yang menarik yang nantinya dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan melalui media sosial, pemeliharaan dan pengembangan segitiga karang dunia khususnya <i>soft corals</i> menjadi sebuah daya tarik wisata utama bagi para penyelam, dan memberikan kesempatan bagi investor untuk investasi di tempat wisata.
Adinda Laksmana, Heryadi Rachmat, dan Rusdin Tahir (2020)	Strategi Pengembangan Wisata Bersepeda Berdasarkan Karakteristik Motivasi Pesepeda Urban (Pada Grup Sepeda TOC dan JGC-SCAM)	Deskriptif Kualitatif	Hasil yang didapatkan yaitu kekuatan utama pada pesepeda urban adalah golongan usia muda dan berdomisili di wilayah perkotaan, sedangkan kelemahan terbesarnya terdapat pada golongan orang-orang yang hanya punya satu sepeda namun digunakan beramai-ramai. Solusinya adalah mengadakan event marathon agar semua kalangan dapat berpartisipasi, penukaran sampah yang dikumpulkan pesepeda guna mendapatkan poin-poin yang bisa ditukarkan dengan hadiah, serta diskon dari gerai-gerai produk bisnis untuk pesepeda urban yang mencapai target jarak tempuh tertentu.

Juliannis Cadith, Maulana Yusuf, Rina Yulianti (2022)	Strategi Pengembangan Wisata Halal di DKI Jakarta	Deskriptif Kualitatif	DKI Jakarta memiliki potensi menjadi pusat pariwisata Halal Indonesia, bahkan menjadi <i>World Class Halal Tourism Destination</i> . Hal ini dapat terwujud dengan beberapa hal, yakni Peningkatan kualitas dan kapasitas program maupun kegiatan yang variatif dan inovatif dalam upaya melakukan sosialisasi, promosi, branding, positioning dan investasi, memberdayakan masyarakat sekitar destinasi wisata unggulan, khususnya peningkatan kapasitas pribadi untuk turut mendukung pelayanan pariwisata, serta mengintensifkan event event festival halal seperti Festival kuliner halal Betawi dan Festival Ramadhan sebagai daya tarik wisata tambahan bagi wisatawan muslim dunia
---	---	-----------------------	---

Sumber: Olah Data Penelitian, 2023

Berdasarkan keempat penelitian relevan pada tabel 2, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian relevan tersebut dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Persamaan tersebut adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan tersebut terletak pada lokasi penelitian, dimana penelitian ini berlokasi di Kawasan Pecinan Glodok, Kelurahan Glodok, Kecamatan Taman Sari, Kota Jakarta Barat.

G. Kerangka Berpikir

Kawasan Pecinan Glodok merupakan salah satu atraksi wisata utama di Jakarta Barat. Kawasan wisata ini memiliki daya tarik berupa budaya Tionghoa yang kental dari sejarah, bentuk bangunan, kuliner, hingga kegiatan perekonomian yang di dominasi oleh perdagangan barang-barang khas Tionghoa. Dengan banyaknya aspek menarik dari Kawasan Pecinan Glodok, tentu perlu dilakukan strategi pengembangan guna memaksimalkan potensi wisata Pecinan Glodok. Strategi ini di analisa berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan), dan faktor eksternal (peluang, dan ancaman) dari Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas. Berdasarkan uraian tersebut, maka dibuatlah kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Berpikir

