

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ciliwung merupakan sungai bersejarah. Sejak dari jaman Kerajaan Pajajaran hingga masa Kolonial Belanda, sungai ini memainkan peranan penting bagi kehidupan masyarakat. Salah satunya dimanfaatkan oleh masyarakat lokal sebagai akses transportasi untuk melakukan transaksi perniagaan di atas air, mulai dari bisnis kayu jati, bambu, pasir, meubel dan sebagainya. Air dari sungai Ciliwung dahulunya di manfaatkan sebagai sumber daya air yang dapat diminum untuk keberlangsungan hidup masyarakat sekitar sungai Ciliwung. Tidak hanya mewarisi sumber daya alam, tetapi sungai Ciliwung juga mewarisi budaya – budaya sehingga sungai Ciliwung menjadi pusat peradaban. Sungai ini yang memiliki banyak manfaat, yang dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai salah satu destinasi wisata Kedung Gede.

Sungai Ciliwung tidak hanya memiliki nilai historis dan ekologis, tetapi juga telah diakui oleh para ahli sebagai kawasan yang potensial untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata. Penelitian yang dilakukan oleh Rosmalia dan Nurisjah menyusun sebuah model pengembangan ekowisata perkotaan di sepanjang aliran Sungai Ciliwung. Dalam model ini, wilayah sekitar sungai dibagi menjadi beberapa zona fungsional, yakni zona ekowisata alami, zona semi-natur, dan zona pendukung (Rosmalia & Nurisjah, 2009). Pembagian ini bertujuan untuk menciptakan pengelolaan wisata yang terstruktur dan berkelanjutan. Para peneliti tersebut juga menekankan pentingnya perbaikan infrastruktur fisik, pembangunan fasilitas pendukung wisata, pelestarian keanekaragaman hayati, serta penguatan sistem utilitas ramah lingkungan. Salah satu elemen kunci yang ditekankan dalam strategi pengembangan ini adalah partisipasi aktif masyarakat, yang menjadi landasan penting dalam praktik ekowisata modern.

Senada dengan itu, Maesti dan rekan melalui kajian mereka mengidentifikasi bahwa Sungai Ciliwung memiliki daya tarik sebagai objek wisata alam. Keindahan lanskap hijau di sepanjang aliran sungai, serta pemandangan riparian yang memukau, menjadikan kawasan ini sangat potensial untuk dijadikan destinasi ekowisata (Diajeng Putri Maesti dkk., 2022). Mereka merekomendasikan model pengembangan yang bersifat kolaboratif dan berkelanjutan, yang melibatkan kerjasama antara pemerintah, komunitas lokal, akademisi, dan sektor swasta dalam menjaga kelestarian kawasan serta meningkatkan kualitas pengalaman wisata. Lebih jauh, pendekatan yang dikemukakan para peneliti ini sejalan dengan prinsip ekowisata berbasis konservasi dan pendidikan lingkungan, yang tidak hanya menekankan eksplorasi alam, tetapi juga pembelajaran sosial dan ekologis. Oleh karena itu, keberadaan Sungai Ciliwung sebagai objek wisata tidak hanya bersifat potensial, tetapi sudah didukung oleh studi ilmiah dan praktik di lapangan.

Kedung Gede merupakan sebuah objek wisata saung yang menarik para wisatawan dengan pemandangan dan suasana di pinggir sungai Ciliwung. Wisata Kedung Gede ini terletak di Kelurahan Lenteng Agung, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan. Letaknya yang berdekatan dengan sungai Ciliwung yang merupakan sungai yang memiliki sejarah dari zaman pra sejarah hingga sekarang, hal tersebut menjadikan banyak peninggalan leluhur yang masih terdapat di sekitar sungai Ciliwung.

Wisata Kedung Gede menjadi menarik karena berdekatan dengan sungai Ciliwung yang merupakan salah satu sungai utama di Jakarta, pada objek wisata Kedung Gede ini menyediakan tempat untuk bersantai dengan suguhan pemandangan serta suasana di pinggir sungai. Wisata Kedung Gede ini sering sekali menjadi *spot* untuk acara wisata rekreasi seperti: kumpul – kumpul, reuni, dan wisata memancing. Pada objek wisata Kedung Gede juga memiliki wisata budaya yang menarik dan unik. Wisata Kedung Gede yang terletak di 106° 51' 26" BT dan 6° 18' 25" LS yang memiliki luas lahan 4 hektar menjadi salah satu

objek wisata di Ciliwung. Wisata Kedung Gede merupakan sebuah objek wisata yang dibangun oleh masyarakat sekitar Ciliwung terutama karang taruna RT.1/RW.4, Lenteng Agung, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota yang mengelola wisata Kedung Gede ini sebagai salah satu objek wisata yang ada di Ciliwung. Dibangunnya objek wisata Kedung Gede di pinggiran Ciliwung ini merupakan salah satu usaha masyarakat Ciliwung untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki Ciliwung sehingga dapat kembali dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar Ciliwung, Selain memaksimalkan pemanfaatan Ciliwung dengan adanya wisata Kedung Gede ini juga sebagai pengingat masyarakat sekitar Ciliwung untuk kembali menjaga Ciliwung agar tetap dilestarikan.

Pada awal 2020 tepatnya bulan febuari, terjadi bencana Pandemi COVID-19, Bencana alam yang berupa penyakit virus ini melanda Indonesia dan penyebarannya sangat cepat. Pandemi COVID-19 ini memiliki dampak yang luas. Menurut Keppres No. 12 Tahun 2020 Menyatakan bencana Non-Alam yang diakibatkan oleh penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sebagai bencana nasional. *Coronavirus* atau COVID19 merupakan virus yang sedang marak penyebarannya di tahun 2020 ini. COVID19 menyerang para – paru manusia sehingga manusia mengalami kesulitan bernapas bahkan dapat berujung kepada kematian (Amrita dkk., 2021). Seperti yang kita tahu bahwa dampak dari virus COVID19 ini tidak hanya pada bidang kesehatan saja. melaikann banyak bidang yang terdampak seperti ; bidang Ekonomi, Politik Sosial dan Pariwisata. Hal tersebut membuat pemerintah menerbitkan beberapa kebijakan – kebijakan agar penyebaran COVID19 dapat di hentikan seperti pelarangan masyarakat Indonesia untuk mudik.

Pemerintah daerah provinsi DKI Jakarta menyatakan untuk menjalankan protokol kesehatan pada masa Pandemi COVID-19 ini atau dikenal dengan sebutan PSBB dan PPKM. Kebijakan PSBB dan PPKM ini menghimbau masyarakat untuk tidak berpergian apabila tidak memiliki kepentingan darurat

dan mengajurkan untuk diam di rumah atau kita kenal dengan bahasa *Stay at Home*. Hal ini tentu saja berdampak pada perekonomian masyarakat provinsi DKI Jakarta menjadi turun drastis karena PSBB dan PPKM ini mengurangi laju perdagangan sehingga pedagang mengalami kerugian. Seperti yang kita tahu bahwa PSBB dan PPKM ini menerapkan kebijakan *social distancing* yang berarti berjaga jarak aman antara manusia dengan manusia lainnya yang berarti menutup tempat keramaian seperti pasar, mall dan tempat pariwisata (Amrita dkk., 2021).

Penerapan kebijakan ini memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap wisata di Kedung Gede. Pembatasan aktivitas menghentikan kegiatan pariwisata di Kedung Gede sehingga menurunkan produktivitas pariwisata di Kedung Gede. Dampak yang diakibatkan oleh pandemi terhadap pariwisata sangat luas dan berkepanjangan. Menurut BPS data jumlah perjalanan wisata nusantara 2018-2020, pada 2020 indonesia mengalami penurunan dengan jumlah perjalanan wisata hanya 515.588.926 perjalanan di dibandingkan dengan tahun 2019 yang lebih besar jumlahnya sebanyak 722.158.733 dari pada tahun 2018 (Badan Pusat Statistik, 2020). Dari data tersebut dampak pandemic COVID-19 terasa hingga perjalanan pariwisata nusantara mengalami penurunan 28,5% pada tahun sebelumnya.

Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki panorama pemandangan yang indah dan unik di setiap daerahnya. Dengan pesona alamnya yang sangat indah membuat indonesia sering dikunjungi oleh para wisatawan baik itu lokal maupun wisatawan mancanegara. Tidak hanya wisata alamnya saja yang menjadi buruan para wisatawan namun, dengan bentuk negara yang berkepulauan ini menjadikan indonesia memiliki beragam budaya yang menjadi daya tarik para wisatawan. Sektor pariwisata merupakan salah satu dari berbagai sektor yang strategis apabila dimanfaatkan untuk pembangunan dan pengembangan kepariwisataan yang merupakan bagian dari pembangunan nasional (Hasriadi dkk., 2023).

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan pemasukan devisa terbesar untuk negara Indonesia. Menurut Databoks, yang bersumber dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia, pada 2015 mencapai US\$ 12,23 miliar atau setara Rp 169 triliun. Jumlah tersebut berada di urutan ke empat sebagai penyumbang devisa terbesar pada 2015 (Kemenparekraf, 2021). Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam meningkatkan pengembangan wilayah, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi tingkat kemiskinan dan menciptakan lapangan pekerjaan. Menurut laporan yang dipublikasi oleh World Travel and Tourism Council (WTTC), pariwisata yang juga merupakan salah satu sektor penting ini pada tahun 2010 memperkerjakan kurang lebih 235 juta orang yang ada di seluruh dunia (Kemenparekraf, 2021).

Pengembangan pariwisata memiliki dampak yang sangat luas dan signifikan untuk pengembangan ekonomi. Pengembangan pariwisata yang sejalan dengan dilakukannya upaya pelestarian lingkungan hidup di sekitar lokasi pariwisata, dalam hal ini nantinya akan berdampak terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat terutama masyarakat lokal yang ada di sekitar lokasi pariwisata. pengembangan pariwisata memiliki kontribusi yang besar terhadap pendapatan di suatu daerah. Dalam pengembangan pariwisata juga sekaligus berfungsi untuk menjaga kelestarian sumber daya alam dan juga sumber daya hayati yang ada di sekitar lokasi pariwisata. Dengan mengarahkan pembangunan pariwisata di suatu daerah sesuai dengan kriteria pembangunan berkelanjutan membuat hal tersebut menjadi relevan terhadap arti dari pembangunan berkelanjutan yang menitik beratkan pada kepentingan ekologi dalam jangka panjang sehingga dalam pembangunan pariwisata di suatu daerah tidak mengorbankan lingkungan hidup (Piagam Pariwisata Berkelanjutan, Khofif Duhari Rahmat, 2021).

1.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka pembatasan masalah pada penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pengembangan Kedung Gede sebagai objek wisata pendukung di Ciliwung

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1.3.1 Apa yang menjadi faktor penghambat dan faktor pendorong upaya pengembangan Kedung Gede sebagai objek wisata pendukung di Ciliwung?

1.3.2 Bagaimana strategi alternatif dalam pengembangan Kedung Gede sebagai objek wisata pendukung di cil liwung ?

1.4 Manfaar Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan untuk memiliki manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk masyarakat lokal maupun pemerintah apabila ingin mengembangkan Kedung Gede sebagai wisata serta mengoptimalkan potensi wisata yang terdapat di Kedung Gede.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian mengenai pengembangan Kedung Gede diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengembangan Kedung Gede sebagai objek wisata

Intelligentia - Dignitas

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Konseptual

2.1.1 Hakikat strategi

Strategi merupakan kata yang berasal dari *Strategos* adalah Bahasa Yunani yang merupakan sebuah gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Strategi mempunyai dasar atau rencana untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi juga ialah seni yang menggunakan kecapakan dan sumber daya dalam suatu organisasi untuk membuat rencana atau skema agar dapat mencapai suatu sasaran dengan cara yang efektif dan cara yang paling menguntungkan (Sesra Budio, 2019).

Strategi merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan yang berjangka Panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sebuah sumber daya alam

2.1.2 Hakikat Pariwisata

2.1.2.1 Pengertian Pariwisata

Secara etimologis, Kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari memiliki arti banyak, berkali – kali, berputar – putar, lengkap. Sedangkan kata wisata memiliki arti yaitu perjalanan atau bepergian. Maka dari itu pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar – putar, dari suatu tempat ketempat lainnya (Ahman Sya & Farid Said, 2020).

Wisata merupakan suatu keseluruhan rangkaian kegiatan wisata yang berkaitan dengan aktivitas manusia yang sedang melakukan suatu perjalanan wisata atau persinggahan sementara dari tempat asalnya di beberapa tempat tujuan wisata yang didasari motif untuk memenuhi beberapa keperluan tanpa adanya maksud untuk mencari nafkah (Ulva dkk., 2022).

A. Tujuan Pariwisata

Menurut Soemarwoto (Dalam Mirna Yunita & Edwar, 2017) pariwisata bertujuan untuk mendapatkan rekreasi. Rekreasi berarti re-kreasi secara harfiah diciptakan kembali. Melalui rekreasi, orang ingin diciptakan kembali atau memulihkan kekuatan dirinya baik fisik maupun spritual. Tujuan berekreasi umumnya untuk bermain-main, berolah raga, belajar, beristirahat atau kombinasinya. Oleh karena itu, maka wisatawan akan berharap untuk mendapatkan tujuannya ketika berekreasi.

B. Objek Wisata

Objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa:

“segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan wisatawan daerah yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata”.

Objek dan daya tarik wisata berhubungan erat dengan travel *motivation* dan travel *fashion*, karena wisatawan yang ingin berwisata ingin mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya. Menurut UU RI No 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, dinyatakan bahwa objek dan daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi sebuah sasaran pembangunan objek wisata dan daya tarik wisata, yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola dan membuat objek-objek baru sebagai objek wisata dan daya tarik wisata. Pada undang-undang tersebut yang termasuk dalam objek wisata dan daya tarik wisata terdiri dari :

1. Objek wisata dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, dengan wujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam,

- panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
2. Objek wisata dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian, wisata tirta, wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya
 3. Sasaran wisata khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industry dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat zizrah, dan lain-lain.
 4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek wisata dan daya tarik wisata serta usaha – usaha yang terkait di bidang tersebut.

Menurut Muljadi (Devia & Diyah Setiyorini, 2012) dalam sebuah destinasi wisata harus memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan. Dengan adanya objek daya tarik wisata yang kuat maka menjadi magnet untuk menarik para wisatawan. Pengembangan kepariwisataan haruslah bertumpu pada unsur – unsur penting produk pariwisata, yaitu:

1. Atraksi

Merupakan pusat dari industri pariwisata. Maksudnya atraksi mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri- ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah; Keindahan alam, Iklim dan cuaca, Kebudayaan, dan Amenitas

Merupakan berbagai fasilitas penunjang para wisatawan untuk berwisata ke suatu daerah tujuan wisata dengan kenyamanan dan kepuasan tersendiri. Hal tersebut antara lain lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan dan lain-lain.

2. Aksesibilitas

Berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian suatu objek wisata. Serta unsur pendukung lainnya (pelaku industri

pariwisata, masyarakat dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan wisatawan.

3. SDM

Menurut Mubarak (Dalam Lianto Rihardi, 2021), Sumber daya manusia merupakan salah satu sumber yang menjadi bagian terpenting dalam sebuah perusahaan pariwisata, mempengaruhi secara langsung terhadap daya saing dan keberlangsungan hidup dari pariwisata. Sumber daya manusia memiliki peran sebagai penghubung antara semua sumber daya yang dimiliki oleh suatu objek wisata, sehingga diperlukan sumber daya pariwisata dengan kualitas untuk menanggapi tantangan kompetitif pada lingkungan bisnis pariwisata.

4. Pemasaran

Menurut Donohoe (Dalam Soehardi & Sherlito C. Sable, 2019) manajemen pemasaran pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam mendapatkan dukungan dan keterlibatan para pemangku kepentingan, mitra dan masyarakat sekitar tentang adanya sebuah pariwisata.

Menurut Arens and Wigold (Dalam Soehardi & Sherlito C. Sable, 2019), dalam bukunya yang berjudul *Contemporary Advertising*, Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsep harga, promosi dan distribusi sebuah ide, barang dan jasa untuk menciptakan sebuah pertukaran yang memuaskan kebutuhan.

Promosi merupakan kegiatan yang intensif dalam waktu yang relatif singkat. Promosi juga termasuk kedalam faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu program pemasaran. Walaupun sebuah produk memiliki kualitas yang tinggi, namun apabila konsumen tidak mendengar informasi tersebut maka hal tersebut menjadi sia-sia.

2.1.2.2 Pengembangan Objek Wisata.

Pengembangan merupakan sebuah proses atau cara untuk menjadikan sesuatu hal menuju kearah yang lebih baik, maju, sempurna dan berguna (KBBI, 2005). Pengembangan memiliki arti sebuah proses/aktivitas dalam rangka memajukan sesuatu yang dianggap perlu untuk ditata sedemikian rupa dengan cara meremajakan atau memelihara kembali hal yang sudah berkembang agar dapat menjadi lebih menarik dan berkembang. Pengembangan pariwisata merupakan usaha dalam rangka peningkatan atau melengkapi fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan oleh wisatawan agar pengalaman berwisatanya dapat menyenangkan dan merasa nyaman pada suatu tempat wisata.

Pengembangan objek wisata memiliki tujuan yaitu untuk memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun keuntungan bagi masyarakat sekitar objek wisata tersebut. Berkembangnya suatu objek wisata pada suatu daerah akan mendatangkan manfaat baik bagi wisatawan dan masyarakat sekitar objek wisata. Bagi masyarakat sekitar objek wisata tentunya mendapatkan manfaat dari bidang ekonomi, sosial dan budaya. Namun apabila dalam pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik maka hal tersebut dapat menimbulkan berbagai macam masalah yang sangat merugikan wisatawan dan masyarakat sekitar objek wisata. Maka untuk menjamin agar pengembangan objek wisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat baik bagi wisatawan maupun masyarakat perlu pengkajian secara mendalam terhadap unsur dan sumber daya pendukung objek wisata.

Pengembangan objek wisata selaras dengan pembangunan pariwisata berkelanjutan, menurut Undang – Undang No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan pasal 5 menyatakan bahwa Pembangunan Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola, dan membuat objek-objek baru sebagai objek dan daya tarik wisata. Kemudian pada

pasal 6 menyatakan bahwa pembangunan sebuah objek wisata dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan:

- A. Kemampuan dalam mendorong peningkatan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya.
- B. Nilai-nilai agama, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat.
- C. Kelestarian budaya dan lingkungan hidup.
- D. Keberlangsungan pariwisata itu sendiri.

Dalam penelitian ini pengembangan objek wisata Kedung Gede dengan keindahan dan keasrian alam yang dimiliki berupa suasana tepi sungai yang asri. Daya tarik wisata merupakan sebuah kekuatan yang penting untuk mendatangkan wisatawan. Suatu objek wisata mempunyai potensi untuk menjadi daya tarik wisatawan atau tempat wisata, tetapi untuk menjadikan objek wisata tersebut agar memiliki daya tarik maka diperlukan unsur-unsur pariwisata seperti aksesibilitas, atraksi, amenitas, pemasaran, serta SDM yang mendukungnya.

2.1.2.3 Strategi Pengembangan Objek Wisata

A. Tahapan Pengembangan Objek Wisata

Perumusan strategi merupakan pengembangan rencana Panjang untuk manajemen efektif dalam sebuah kesempatan dan ancaman lingkungan, yang dilihat dari kekuatan dan kelemahan suatu organisasi. Pada perumusan strategi terdiri dari; menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan (Hunger & Wheelen, 2014). Dalam Strategi pengembangan kepariwisataan dengan tujuan untuk mengembangkan produk serta pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap. Langkah-langkah pokok yang diambil dalam strategi pengembangan kepariwisataan (Wiwin Sulastr dkk., 2024):

1. Dalam waktu jangka pendek menitikberatkan pada optimasi, terutama agar: mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan, meningkatkan mutu tenaga kerja, meningkatkan mutu pengelolaan, Memanfaatkan produk yang ada, dan memperbesar pangsa saham dari pasar pariwisata yang telah dibuat.
2. Dalam waktu jangka menengah menitikberatkan pada konsolidasi, terutama pada bagian memantapkan strategi kepariwisataan Indonesia, mengkonsolidasikan kemampuan dalam pengelolaan, mengembangkan dan diversifikasi produk, dan mengembangkan jumlah serta kualitas tenaga kerja.
3. Dalam waktu jangka panjang menitikberatkan pada pengembangan serta penyebaran dalam pengembangan kemampuan pengelolaan, pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan, pengembangan pasar pariwisata baru, pengembangan jumlah dan kualitas tenaga kerja.

Umumnya pengembangan pariwisata selalu beriringan dengan dengan siklus hidup pariwisata sehingga dapat menentukan posisi pariwisata yang akan dikembangkan. Menurut Cooper dan Jakson (1997:121) Dalam (Vicky Febrian.T & Yahdi Qolbi, 2024). Tahapan tersebut terdiri dari :

1. Tahap Eksplorasi (*exploration*) yang berhubungan dengan *discovery* adalah suatu tempat sebagai potensi wisata baru ditemukan oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah. Biasanya memiliki jumlah kunjungan yang sedikit, wisatawan yang tertarik pada daerah yang belum tercemar dan sepi, berlokasi yang sulit dijangkau namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru berminat karena belum ramai dikunjungi.
2. Tahap keterlibatan (*involvement*) yang diikuti oleh kontrol lokal, yang pada biasanya dilakukan oleh masyarakat lokal. Pada tahap ini terdapat inisiatif oleh masyarakat lokal, objek wisata mulai dipromosikan oleh para wisatawan, jumlah wisatawan meningkat, dan infrastruktur mulai dibangun.
3. Tahapan pengembangan (*development*) dengan terdapatnya kontrol lokal menunjukkan adanya sebuah peningkatan pada jumlah kunjungan wisatawan

secara drastic. Pengawasan oleh Lembaga lokal agak sulit membuahkan hasil, masuknya industry wisata dari luar dan kepopulerannya pada Kawasan wisata menyebabkan kerusakan lingkungan alam dan social budaya sehingga diperlukan adanya keikutsertaan dalam kontrol penguasa lokal maupun nasional.

4. Tahapan Konsolidasi (*consolidation*) pada tahap ini ditujukan pada penurunan tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan. Pada Kawasan wisata dipenuhi oleh berbagai industry pariwisata berupa tempat hiburan dan berbagai manam atraksi.
5. Tahap Kestabilan (*stagnation*) jumlah wisatawan tertinggi telah dicapai dan Kawasan wisata ini mulai ditinggalkan karena tidak menarik lagi, kunjungan ulang dan para pebisnis memanfaatkan fasilitas yang ada. Pada tahapan seperti ini terdapat upaya dalam menjaga jumlah wisata secara intensif dilakukan oleh industri pariwisata itu sendiri dan Kawasan pariwisata ini kemungkinan besar mengalami sebuah masalah besar yang terkait lingkungan alam maupun sosial budaya.
6. Tahap Penurunan Kualitas (*decline*) Hampir semua parawisatawan telah mengalihkan kunjungannya pada daerah tujuan wisata lainnya. Pada Kawasan ini telah menjadi obejk wisata yang dengan kunjungan yang kecil sehari ataupun pada akhir pekan saja. Bebearapa fasilitas pariwisata yang tersedia telah diubah bentuknya dan fungsinya menjadi tujuan lain. Dengan demikian pada tahap ini diperlukan sebuah upaya pemerintah untuk meremajakannya kembali kawasan pariwisata tersebut.
7. Tahapa Peremajaan Kembali (*rejuvenate*) dalam tehapan ini perlu dilakukan kembali sebuah pertimbangan mengubah pemanfaatan Kawasan pariwisata menjadi pasar baru, mebuat saluran iklan atau pemasaran baru, dan mereposisi atraksi wisata kedalam bentuk lain. Maka dari itu diperlukan modal baru atau sebuah Kerjasama anantara pemerintah dengan pihak swasta dalam hal tersebut. Pada setiap tahap sebuah pengembangan pariwisata diperlukan

pertimbangan matang pada faktor-faktor yang dapat mendukung maupun yang menghambat proses sebuah pengembangan pariwisata sehingga nantinya dalam menetapkan dan melaksanakan program pengembangan pariwisata dapat dengan mudah memaksimalkan potensi Kawasan pariwisata untuk dikembangkan.

B. Kebijakan Pengembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata

1. Penyiapan rencana sistem tata letak dan tata ruang Kawasan wisata.

Memberi arahan dengan jelas dalam pengembangan pariwisata berdasarkan Karakteristik keruangan melalui zonasi pengembangan. Untuk mempermudah pembangunan dan pengelolaan yang nantinya perlu dilakukan adalah pengelompokan objek daya tarik wisata pada Satuan Kawasan Wisata (SKW). Pada kawasan wisata tersebut adalah kawasan yang memiliki pusat kegiatan wisatawan agar terjadi keterkaitan antara pelaku pariwisata. Dengan melakukan urutan prioritas dalam pengembangan satuan kawasan wisata yang memperhatikan dampaknya terhadap perkembangan suatu objek wisata.

2. Meningkatkan aksesibilitas ke Kawasan wisata.

Fasilitas fisik merupakan sarana yang disediakan oleh pengelola objek wisata dalam memberikan pelayanan atau kesempatan kepada wisatawan untuk menikmatinya. Tersedianya sarana dapat mendorong calon wisatawan untuk berkunjung serta menikmati objek wisata dalam waktu yang relative lama. Saran dan pelayannya juga akan memudahkan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata yang diinginkan serta pergerakan di lokasi objek wisata (Leylita Novita Rossadi & Endang Widayati, 2024).

Pada akses informasi. Dengan adanya kemajuan teknologi yang dapat menyalurkan segala bentuk informasi yang diinginkan menjadikan dunia ini sebagai suatu tempat tanpa adanya batas. Masuknya informasi yang lengkap tentunya akan menyebabkan para wisatawan semakin mudah dalam

menyeleksi Kawasan wisata yang akan dikunjungi. Informasi tersebut dapat berupa promosi dan publikasi. Maka dalam pengadaan sebuah promosi yang tepat harus memperhatikan kelengkapan informasi komponen – komponen pariwisata baik itu atraksinya maupun fasilitasnya. Informasi tersebut harus lengkap dengan memperhatikan sarana dan prasarana yang tersedia dalam sebuah objek wisata tersebut. Sedangkan publikasi dilakukan dengan lebih berurusan untuk menyesuaikan produk dengan permintaan pasar, dengan begitu publikasi dapat menciptakan permintaan atau dapat mempengaruhi permintaan dengan menonjolkan kecocokan produk pariwisata terhadap permintaan baik itu berupa pamflet, brousor, dan konten yang di unggah di media masa.

Kondisi akses jalan menuju sebuah objek wisata harus berhubungan langsung dengan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas pada suatu objek wisata. Aksesibilitas merupakan faktor penting suatu objek wisata. Ketersediaan terminal terdekat dan tempat parkir menjadi suatu syarat penting suatu objek wisata yang mana kebutuhan tersebut sesuai dengan harapan kedatangan dan jenis serta jumlah kendaraan yang sudah diperkirakan akan digunakan oleh para wisatawan.

3. Pemenuhan Standar Fasilitas di Kawasan wisata sesuai dengan kebutuhan;

Prasarana wisata merupakan sumber daya alam serta sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh para wisatawan yang melakukan perjalanan wisatanya seperti; jalan listik air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya. Maka dari itu untuk perlu dibangun dengan disesuaikan lokasi dan kondisi objek wisata tersebut (Aditya Bonavasius Purba dkk., 2015).

Pada pembangunan prasarana wisata harus memperhatikan lokasi dan kondisi dalam meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang nantinya akan meningkatkan daya tarik objek wisata tersebut. Selain berbagai kebutuhan yang telah disebutkan, objek wisata harus memperhatikan kesediaan

bank, apotik, rumah sakit, pom bensin, pusat-pusat pembelanjaan dan sebagainya.

Dalam melakukan pembangunan prasarana wisata harus memperhatikan koordinasi yang matang antara instansi terkait dengan instansi pariwisata di berbagai tingkatan. Dukungan instansi yang berkaitan dengan pariwisata sangat diperlukan dalam membangun prasarana wisata bagi pengembangan pariwisata tersebut. Koordinasi pada tingkat perencanaan dan koordinasi pada tingkat pelaksanaan merupakan modal utama untuk membangun sinergi dalam mensukseskan pembangunan pariwisata.

Pemerintah memiliki peran lebih dominan dalam pembangunan prasarana pariwisata karena dapat mengambil manfaat ganda dalam pembangunan tersebut, seperti dalam meningkatkan arus informasi, arus lalu lintas ekonomi, arus mobilitas manusia antara daerah sehingga dapat meningkatkan kesempatan berusaha dan bekerja.

4. Menarik investor dalam membangun akomodasi dan fasilitas untuk menunjang objek wisata.

Memberikan kesempatan pihak swasta dalam berinvestasi, serta Dinas Pariwisata Jakarta Selatan dalam melakukan promosi objek wisata dan menyatakan objek wisata ciliwung sebagai Kawasan yang terbuka untuk pihak swasta berinvestasi. Investasi pada sektor pariwisata memiliki peran penting dalam perkembangan industri pariwisata, pertumbuhan ekonomi, penyediaan lapangan pekerjaan dan solusi kemiskinan. Investasi dalam pariwisata selain dapat menyuntikkan modal untuk membangun infrastruktur baru, juga dapat membantu menarik wisatawan. Selain itu juga dengan menonjolkan eksistensi pada karakteristik budaya yang ada dan dapat menjadi sebuah daya tarik sendiri bagi para wisatawan yang berkunjung.

C. Faktor pendukung dan Penghambat Pengembangan Objek Wisata

1. Faktor Pendukung Pengembangan Objek Wisata

Untuk dapat mengidentifikasi faktor pendukung yang dimiliki dengan jelas maka perlu dijabarkan kedua elemen tersebut menjadi : Kekuatan dan peluang (Pearce, 2008 dalam Aditya Bonavasius Purba et al., 2015), kekuatan yang merupakan sumber daya dan kapabilitas yang dapat dikendalikan dan tersedia bagi perusahaan untuk dikelola sehingga perusahaan tersebut relative lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya.

Kepariwisata memiliki modal yaitu suatu potensi yang dapat dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata, sedangkan atraksi wisata berkaitan dengan motif perjalanan wisata. Maka dalam menemukan potensi kepariwisataan pada suatu daerah harus berpedoman dengan apa yang dicari oleh para wisatawan. Tiga modal atraksi penting yang dapat menarik kedatangan wisatawan diantaranya; Modal dan Potensi alam, Modal dan potensi kebudayaannya, Modal dan potensi Manusia (Soekadijo dalam Lucky Setiawan & Ida Ayu Suryasih, 2016)).

Dalam proses pengembangan suatu objek wisata tidak lepas dalam kondisi maupun pihak yang dapat menghambat proses pengembangan pariwisata di suatu daerah maupun negara.

2. Faktor Penghambat Pengembangan Objek Wisata

Faktor penghambat merupakan hal atau kondisi yang dapat menghambat suatu usaha, kegiatan atau produksi, Faktor – faktor penghambat pengembangan objek wisata seperti :

- a. Kurangnya peran serta masyarakat dalam sektor pariwisata

- b. Kurangnya prioritas pembangunan pemerintah kabupaten terhadap sektor pariwisata
- c. Kurangnya kuantitas dan spesialisasi sumber daya manusia pada Dinas terkait
- d. Kurangnya kerja sama dengan investor
- e. Belum terdapat sistem promosi yang menarik
- f. Keterbatasan sarana dan prasarana kerja pada dinas terkait dan objek wisata
- g. Keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang objek wisata.

Untuk dapat mengidentifikasi faktor penghambat secara jelas maka hal tersebut dapat dijabarkan kedalam dua elemen yaitu; kelemahan dan ancaman (Pearce, 2008 dalam Aditya Bonavasius Purba dkk., 2015). Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam suatu sumber daya atau kapabilitas perusahaan dalam meneuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.

2.2 Penelitian yang Relevan

Penelitian relevan digunakan oleh peneliti sebagai referensi dalam rangka penyusunan skripsi ini. Adanya penelitian relevan ini mempunyai maksud dan tujuan untuk mencari kesamaan dan perbedaan serta kebaruan dari penelitian serta untuk menambah wawasan pengetahuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

Intelligentia - Dignitas

Tabel 1 Penelitian Relevan

Nama	Judul Penelitian	Metode	Hasil
Mirna Yunita, Edwar	Revitalisasi Objek Wisata Pantai Kualo Kecamatan Muara Bangkahulu Kota Bengkulu	Meggunakan Metode Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Analsis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.	-Pada objek wisata pantai kualo kecamatan muara terdapat bentang alam yang sangat indah dan memiliki keunikan tersendiri yang menjadi salah satu potensi wisata yang menjadi kekuatan (<i>strange</i>) -Untuk merevitalisasi objek wisata pantai kualo diperlukan penyusunan rencana ataupun strategi yaitu;



Rahmi Setiawati	Program Revitalisasi Situ Rawa Besar Sebagai Daya Tarik Wisata Air Di Kota Depok	Menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data yang melalui wawancara, observasi dan studi kepustakaan.	-Terdapat kendala pada keramba ikan yang berada di lokasi wisata yang mencemari lingkungan sekitar wisata. -Meningkatkan promosi wisata dengan membuat beberapa spot foto agar wisata situ rawa besar dapat lebih terkenal kepada masyarakat luar.
Nurfajri Ulva	Revitalisasi kawasan bersejarah sebagai objek wisata di	Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif	-Pada objek wisata di kecamatan sombaopu kabupaten gowa



	kecamatan sombaopu kabupaten gowa	dengan studi kasus	diperlukan di adakannya revitalisasi guna mengoptimalkan potensi kawasan sejarah yang memiliki nilai historis. -Perlu diadakannya peningkatan dalam infrastruktur, promosi, SDM dalam pelayan wisata serta pelestarian objek wisata historis konsep preservasi, rehabilitasi, konservasi, rekonstruksi dan replikasi.
Ropi Duyansyah	Optimalisasi Pengelolaan Objek Wisata Air	Pada Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	-Pada Objek wisata dukuh batuah ini masih

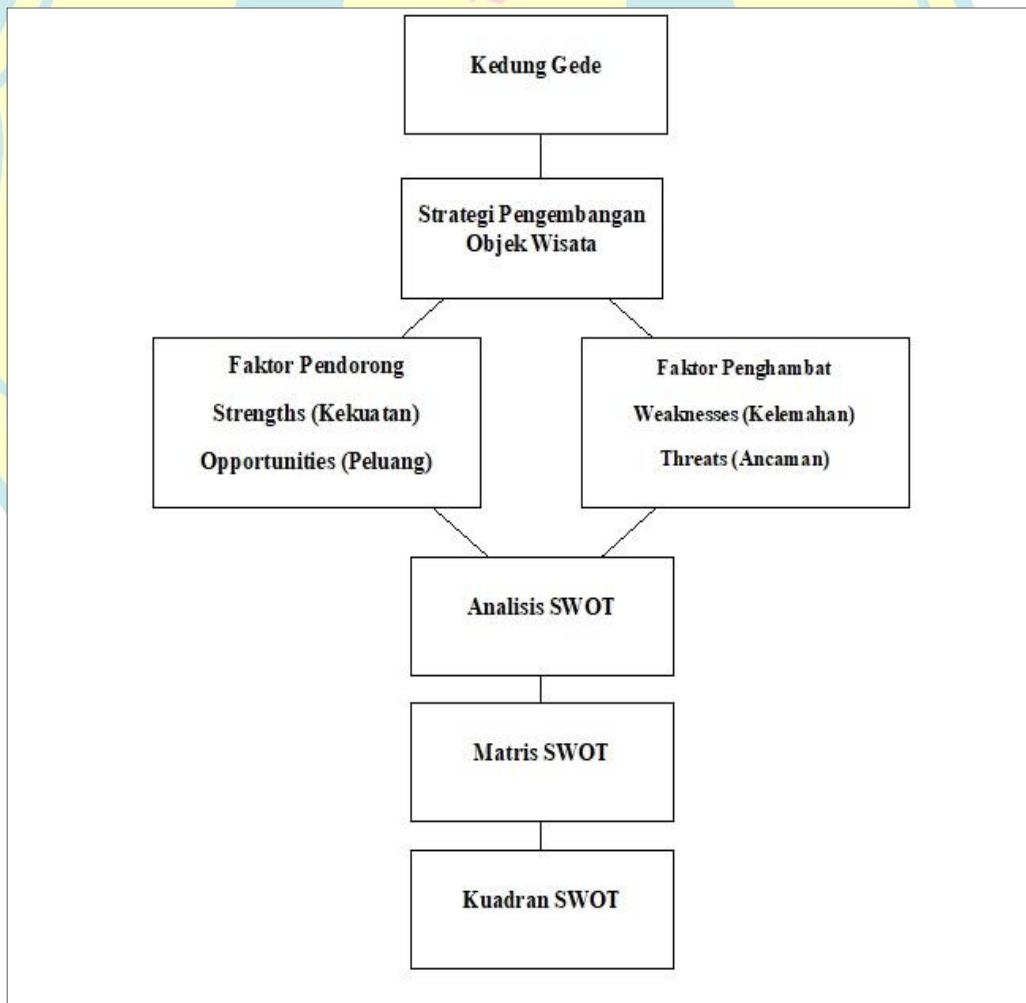
	Terjun Dukun Batuah Di Desa Rantau Suli Kabupaten Merangin Provinsi Jambi	deksriptif. Data yang dihasilkan dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan naturalistik.	diperlukan bantuan dari pemerintah untuk pengembangan obejk wisata air terjun batuah agar dapat teroptimalisasi dengan baik.
--	--	--	--



Intelligentia - Dignitas

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan suatu alur atau gambaran dari sebuah penelitian untuk mengungkapkan gagasan penelitian. Penelitian ini disusun berdasarkan suatu alur pemikiran yang sistematis dan logis guna merumuskan strategi pengembangan Objek Wisata Kedung Gede. Untuk mencapai tujuan tersebut, digunakan pendekatan analisis SWOT yang dapat menggambarkan hubungan antara faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan destinasi wisata



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Penelitian ini berawal dari pengamatan terhadap potensi dan tantangan yang dimiliki oleh Objek Wisata Kedung Gede. Kawasan ini dipilih sebagai subjek penelitian karena dinilai memiliki prospek pengembangan wisata yang memerlukan strategi yang tepat dan terarah.

1. Perumusan Strategi Pengembangan Objek Wisata

Tujuan utama dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan yang dapat diterapkan pada destinasi tersebut agar menjadi lebih optimal, kompetitif, dan berkelanjutan. Untuk merumuskan strategi tersebut, diperlukan pemetaan kondisi objek wisata secara menyeluruh.

2. Identifikasi Faktor Pendorong dan Penghambat

Proses awal dalam analisis adalah mengidentifikasi:

- a. Faktor Pendorong, yaitu kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan destinasi.
- b. Faktor Penghambat, yaitu kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) yang berpotensi menghambat keberhasilan strategi pengembangan.

3. Analisis SWOT

Seluruh faktor yang telah diidentifikasi dianalisis menggunakan pendekatan SWOT, guna melihat keterkaitan antar faktor internal dan eksternal serta dampaknya terhadap arah pengembangan yang dapat diambil.

4. Penyusunan Matriks SWOT

Analisis selanjutnya dituangkan ke dalam matriks SWOT, yang menyajikan kombinasi strategi:

- a. Strategi SO (*Strength–Opportunity*)
- b. Strategi ST (*Strength–Threat*)
- c. Strategi WO (*Weakness–Opportunity*)

d. Strategi WT (*Weakness–Threat*)

Matriks ini menjadi dasar dalam menghasilkan berbagai alternatif strategi pengembangan.

5. Penentuan Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil skor dan pemetaan dalam matriks, posisi strategis Kedung Gede ditentukan dalam kuadran SWOT. Setiap kuadran menunjukkan jenis strategi utama yang dapat digunakan, misalnya strategi pertumbuhan, stabilitas, diversifikasi, atau bertahan.

Dengan menggunakan kerangka berpikir ini, penelitian disusun untuk menghasilkan strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi aktual objek wisata, berbasis pada potensi dan tantangan yang nyata. Hasil akhirnya diharapkan menjadi kontribusi dalam pengelolaan objek wisata yang lebih efektif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Intelligentia - Dignitas