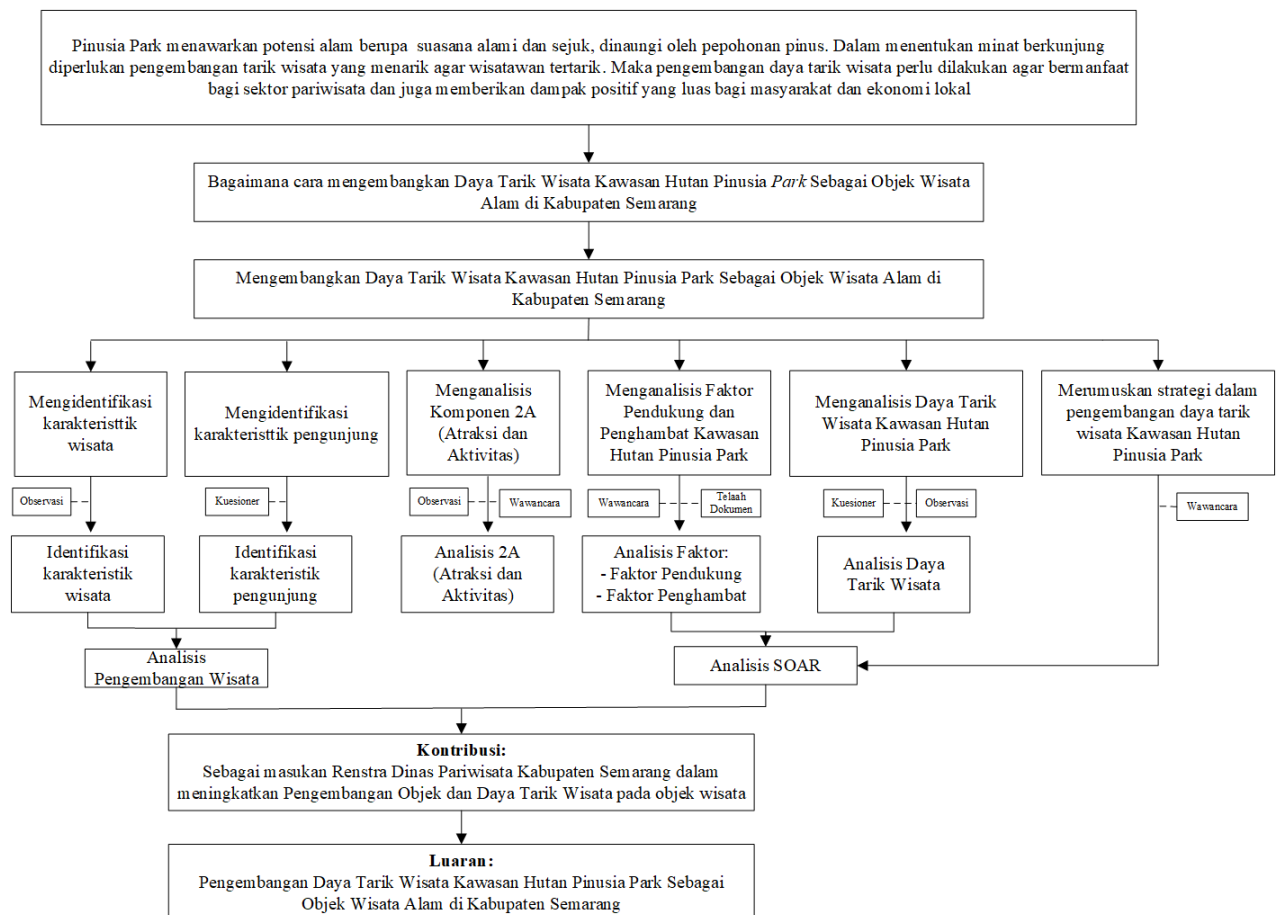


BAB 2 KONSEP PERENCANAAN

2.1 Konsep Perencanaan

Konsep perencanaan merupakan proses yang sangat penting dalam pembangunan, termasuk dalam pengembangan pariwisata. Secara umum, perencanaan adalah penentuan tujuan utama beserta langkah-langkah untuk mencapainya. Perencanaan pariwisata merupakan proses sistematis yang bertujuan untuk mengarahkan pengembangan destinasi wisata agar berjalan secara terstruktur, berkelanjutan, dan memberikan manfaat optimal bagi berbagai pihak. Perencanaan yang matang, destinasi wisata dapat berkembang secara optimal, memberikan pengalaman terbaik bagi wisatawan, serta mendukung kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitarnya. Berikut merupakan konsep perencanaan yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir:



Sumber: Hasil Analisis, 2025

Gambar 2. 1 Bagan Konsep Perencanaan

2.2 Kajian Literatur Perencanaan

2.2.1 Pariwisata

Pariwisata adalah sebuah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, di mana aktivitas ini dilakukan baik secara individu maupun dalam kelompok, serta sebagai upaya untuk mencapai keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam bidang alam, sosial, dan budaya (Herdiansya, 2019). Kelompok pariwisata alam mengatakan pariwisata adalah perjalanan ke daerah alam dengan tujuan melestarikan lingkungan dan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat (Samosir & Novira, 2024). Menurut undang-undang kepariwisataan Nomor 10 Tahun 2009, Kepariwisata adalah kekayaan alam, flora, dan fauna yang diberikan Tuhan, bersama sebagaimana tercantum dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, peninggalan purbakala, sejarah, seni dan budaya adalah sumber daya dan modal.

Pengembangan objek wisata merupakan usaha untuk meningkatkan atau meningkatkan objek wisata atau menjadi lebih baik dan lebih menarik bagi pengunjung, baik dari segi lokasi maupun objeknya. Menurut (Anindita, 2015) ada empat prinsip dasar harus menjadi dasar dalam pengembangan industri pariwisata, yaitu:

1. Kelangsungan Ekologi

Pengembangan pariwisata harus memastikan pemeliharaan dan perlindungan sumber daya alam yang menarik bagi pariwisata seperti, lingkungan laut, hutan, pantai, danau, air terjun, dll

2. Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya

Pengembangan pariwisata harus memiliki kemampuan untuk meningkatkan peran masyarakat dalam mengawasi tata kehidupan melalui sistem nilai yang dianggap sebagai identitas masyarakat lokal

3. Kelangsungan ekonomi

Memiliki kemampuan untuk menciptakan kesempatan kerja bagi setiap orang yang ingin berpartisipasi dalam ekonomi melalui sistem ekonomi yang stabil dan pesaing

4. Memberikan kesempatan kepada masyarakat setempat untuk berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata akan memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

Pengembangan pariwisata berkelanjutan harus didukung oleh rencana yang matang dan mencerminkan tiga aspek penting, sektor pariwisata, daya dukung lingkungan, dan komunitas lokal dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup.

2.2.2 Potensi Wisata

Potensi pariwisata adalah keanekaragaman sumber daya yang dimiliki oleh wilayah yang dapat dimanfaatkan untuk menjadi destinasi wisata yang menarik untuk keuntungan keuangan dengan mempertimbangkan aspek lain (Potensi Wisata Alam, 2013). Potensi wisata merupakan elemen kepariwisataan yang memiliki keunggulan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tertentu (Kristiana et al., 2018). Potensi wisata yang unik didalam objek wisata yang dapat dikembangkan, dimanfaatkan, dan dikelola untuk suatu tujuan di industri pariwisata. Menurut (Kiriman et al., 2023) jenis potensi wisata terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Potensi Wisata Alam

Keberagaman sumber daya alam seperti berbagai macam flora dan fauna, pantai, hutan, dan pegunungan adalah contoh keberagaman sumber daya alam yang menarik dan dapat dikembangkan dan dimanfaatkan

2. Potensi Wisata Kebudayaan

Adat istiadat, kesenian, dan peninggalan cagar budaya adalah hasil dari sumber daya manusia yang menghasilkan cipta, rasa, dan karsa

3. Potensi Wisata Buatan

Potensi ini berasal dari gagasan bahwa manusia adalah makhluk hidup dan telah berkembang menjadi tradisi atau kebiasaan turun temurun, seperti pertunjukan seni, tarian, atau seni masyarakat lokal.

Menurut (Darmawan & Rahmawati, 2022) potensi wisata adalah segala sesuatu yang dapat dinikmati saat berkunjung ke daerah yang sedang berkembang menjadi daya tarik wisata. Wisata alam sebagai pengembang pariwisata dan pengelola daya tarik wisata, diharapkan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya. Potensiwisata mengacu pada semua hal menarik turis, seperti keunikan, keindahan, dan nilai yang memberikan pengalaman berharga

2.2.3 Karakteristik Wisata dan Pengunjung

Menurut Undang-Undang No 9 Tahun 1990, Karakteristik objek wisata adalah ciri unik dari segala sesuatu yang memiliki nilai, keunikan, dan yang berasal dari keanekaragaman produk buatan manusia, budaya, dan kekayaan alam tempat wisata. Produk wisata memiliki fitur yang tidak akan pernah habis jika dinikmati atau dikonsumsi oleh wisatawan, pariwisata dapat dianggap sebagai industri yang abadi. Dalam memastikan bahwa produk pariwisata selalu dinikmati oleh wisatawan, diperlukan perencanaan yang

tepat. Hal ini karena pariwisata memiliki dua sisi dari kegiatan berupa manfaat positif dan manfaat negatif (Ardian, 2020).

Wisatawan yang datang ke tempat wisata memiliki karakteristik dan motivasi yang berbeda. Karakteristik wisatawan yang mengunjungi suatu objek wisata dibedakan dalam psikografi berdasarkan gaya hidup dan kelas sosial meliputi, wisatawan berdasarkan usia, pendidikan, pendapatan, jenis kelamin, siklus keluarga, dan geografis berdasarkan daerah asal mereka. Karakteristik wisatawan ini juga berkaitan dengan kebudayaan yang berkembang (Maharani & Utomowati, 2024). Menurut (Suryadana, 2019) indikator karakteristik wisatawan, sebagai berikut:

1. Karakteristik sosio-demografis

Merupakan karakteristik wisatawan yang digunakan pengelola wisata dalam perencanaan dan pemasaran. Karakteristik ini berkaitan satu dengan yang lain secara tidak langsung. Berikut yang termasuk dalam karakteristik sosio-demografis seperti, usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan, status perkawinan.

2. Karakteristik geografi

Karakteristik ini membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya dibedakan menjadi desa-kota, provinsi maupun negara asalnya. Kedekatan tempat tinggal menyebabkan selera yang sama dan kemudahan akses ke penyedia jasa.

3. Karakteristik psikografis

Karakteristik ini wisatawan dibagi menjadi kelompok berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan karakteristik pribadi. Pendangan pribadi dan gaya hidup wisatawan tersebut menjadi acuan dalam karakteristik ini. Berikut yang termasuk dalam karakteristik psikografis seperti teman perjalanan, jumlah kunjungan, moda transportasi, informasi tempat wisata.

2.2.4 Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Faktor Pendukung

Faktor yang dapat mendorong atau meningkatkan suatu kegiatan, usaha, atau produksi disebut faktor pendorong (Wibowo et al., 2021). Suatu tempat hanya menjadi tujuan wisata jika kondisinya berubah menjadi atraksi wisata yang disebut modal atau sumber pariwisata. Unsur-unsur pendukung dalam produk wisata (bagian penyediaan

pariwisata) (Sunaryo, 2013), yang biasanya terdiri dari rangkaian destinasi pariwisata dan terdiri dari setidaknya beberapa komponen utama, yaitu:

1. Daya tarik pariwisata dapat berasal dari atraksi alam, budaya, atau ketertarikan khusus
2. Penyediaan tempat tinggal atau fasilitas, aksesibilitas, dan sarana transportasi (udara, darat, laut)
3. Infrastruktur publik
4. Fasilitas yang membantu pariwisata
5. Peran masyarakat sebagai pengunjung wisata

Komponen sebagai faktor pendukung pariwisata adalah pariwisata yang selalu meningkat dan besarnya potensi pariwisata Indonesia. Pariwisata tidak dapat berkembang tanpa lingkungan hidup. Artinya, selain memiliki kemampuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, industri juga tidak merusak lingkungan, sebaliknya merasa mendorong pelestarian lingkungan hidup (Lazarus, 2016:27).

Faktor Penghambat

Hal atau kondisi yang dapat menghambat atau menggagalkan suatu kegiatan, usaha atau produksi disebut faktor penghambat (Wibowo et al., 2021). Unsur-unsur penghambat dalam produk wisata (bagian penyediaan pariwisata) (Sunaryo, 2013), yang biasanya terdiri dari rangkaian destinasi pariwisata dan terdiri dari setidaknya beberapa komponen utama, yaitu:

- a. Pemerintah masih gagal mengendalikan relevansi dan pengembangan prasarana dan fasilitas masih tidak teratur, yang pada akhirnya dapat membantu meningkatkan pariwisata di daerah tersebut
- b. Anggaran yang kurang untuk memajukan sektor pariwisata menyebabkan keterbatasan prasarana dan fasilitas, serta pengelolaan potensi wisata masih belum mencapai tingkat optimal

Menurut (Ummah, 2019) tidak diragukan lagi, berikut merupakan faktor-faktor yang berkontribusi pada perkembangan objek wisata yang menarik, sebagai berikut:

1. Partisipasi masyarakat dalam sektor pariwisata yang kurang memadai
2. Pemerintah kabupaten kurang memprioritaskan pengembangan sektor pariwisata
3. Keterbatasan sumber daya manusia di dinas terkait dalam hal jumlah dan kompetensi spesifik
4. Kerjasama yang kurang efektif dengan pihak investor
5. Ketidakterdapatnya strategi pemasaran yang efektif dan menarik

6. Kendala terkait infrastruktur dan sarana kerja di dinas terkait dan tempat wisata
7. Kondisi terbatas dan kurangnya usaha untuk memelihara fasilitas pendukung di lokasi wisata

Pengembangan atraksi wisata juga dapat mengalami kendala karena lokasinya, seperti dalam hal atraksi alam yang dapat dipengaruhi oleh bencana alam atau masalah status kepemilikan lahan yang dapat menghambat upaya pengembangannya. Situasi ini terjadi hambatan karena kolaborasi ini bermanfaat dalam hal dana, merupakan bagian penting dari pelaksanaan program yang direncanakan secara bersama.

2.2.5 Daya Tarik Wisata

Kegiatan pariwisata sangat bergantung pada daya tarik wisata. Daya tarik wisata merupakan komponen yang dapat mendorong pengunjung untuk mengunjungi tujuan wisata (Sukaesih & Miswan, 2021). Menurut (Gusriza, 2022) indikator-indikator daya tarik wisata terdiri dari:

1. Daya Tarik Wisata Alam

Termasuk pemandangan daratan, lautan, pantai, iklim, hutan, maupun aspek lain yang menjadi ciri khas dari tempat wisata.

2. Daya Tarik Wisata Bangunan

Termasuk bangunan arsitektur bersejarah, monument, pusat pertemuan, arkeologi, museum, dan sebagainya.

3. Daya Tarik Wisata Budaya

Wisata Budaya mencakup sejarah, agama dan seni, teater, music, tari-tarian, dan festival dan drama bersejarah.

4. Daya Tarik Wisata Sosial

Mencakup gaya hidup masyarakat lokal dan aktivitas sehari-hari.

Menurut (Sukaesih & Miswan, 2021), umunya daya tarik wisata tergantung pada:

1. Komponen yang dapat menyebabkan timbul rasa senang, indah, dan nyaman
2. Objek wisata alam sebagai atraksi yang sangat menarik karena keindahan alamnya
3. Kelengkapan fasilitas sebagai sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan yang hadir

2.2.6 Analisis SOAR

SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspiration, Results*) merupakan pendekatan dengan strategi yang berfokus pada keunggulan utama. Mengutamakan partisipasi dalam analisis SOAR, pengembangan dan perubahan organisasi strategis, dan menggunakan

kerangka berbasis kekuatan (Kurniansah, 2023). Proses yang paling penting untuk mencapai kesempurnaan dalam bidang untuk semua organisasi adalah proses membuat keputusan strategis. Empat pilar utama strategi SOAR adalah sebagai berikut: (1) menentukan kekuatan dan aset terbesar organisasi serta tujuan yang ingin dicapai, (2) menentukan kesempatan terbaik yang tersedia bagi anggota organisasi untuk mencapai tujuan, dan (4) mengidentifikasi bagaimana hasil yang diukur (Septia et al., 2022). SOAR menurut Stavros dan Hinrichs dalam (Senjawati et al., 2020) yaitu suatu kerangka kerja perencanaan strategis dengan pendekatan yang berfokus pada kekuatan dan berusaha untuk memahami seluruh sistem dengan memasukkan suara pihak terkait. SOAR membantu menemukan strategi pengembangan yang tepat dengan mengidentifikasi kekuatan, menciptakan peluang untuk kreativitas, memberikan stakeholder mengatakan tentang tujuan dan menetapkan ukuran atau hasil signifikan

Model analisis SOAR, terbagi menjadi empat yaitu *Strengths* (Kekuatan), *Opportunities* (Peluang), *Aspiration* (Aspirasi), dan *Results* (Hasil). SOAR berkonsentrasi pada hal-hal berikut:

a. *Strengths* (Kekuatan)

Segala sesuatu yang merupakan kekuatan atau kemampuan yang paling kuat oleh individu atau usaha. Untuk mengetahui kekuatan dalam usaha, seseorang harus menghargai semua hal baik yang dimiliki dan akan selalu dimiliki oleh orang dan organisasi

b. *Opportunities* (Peluang)

Merupakan komponen lingkungan luar yang perlu dianalisis untuk memaksimalkan peluang

c. *Aspiration* (Aspirasi)

Berupa motivasi keberhasilan di masa yang mendatang. *Aspiration* dalam SOAR mendorong tim untuk mempelajari nilai-nilai, visi, dan misi serta menetapkan tujuan dan sasaran strategis. Hal ini membantu mereka dalam menemukan aspirasi masa depan terbaik dan apa yang diharai oleh para stakeholder organisasi

d. *Results* (Hasil)

Merupakan ukuran hasil yang ingin dicapai. Hasil SOAR akan menghubungkan perumusan dan implementasi strategi dengan fokus pada hasil yang terukur dan bermanfaat

Metode SOAR berfokus pada kekuatan perusahaan, peluang pasar, dan bagaimana kekuatan ini dapat digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan

Pendekatan pada analisis SOAR bersifat positif dan membangun, sehingga strategi yang dihasilkan lebih mengedepankan potensi dan keunggulan yang sudah ada, bukan hanya mengatasi kelemahan atau ancaman. Selain itu, SOAR mendorong kolaborasi antar pemangku kepentingan, seperti masyarakat, pemerintah, dan pengunjung, untuk merumuskan visi bersama dan target yang jelas dalam pengembangan pariwisata.

Berikut perbedaan utama antara analisis SWOT dan SOAR dalam analisis strategi:

- **Fokus Analisis**

SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) menyeimbangkan antara faktor positif (kekuatan, peluang) dan negatif (kelemahan, ancaman), sedangkan SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspiration, Results*) hanya menyoroti aspek positif, yaitu kekuatan dan peluang, serta menambahkan unsur aspirasi dan hasil yang ingin dicapai

- **Pendekatan**

Analisis SOAR menekankan pada kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil yang ingin dicapai, sehingga fokusnya adalah pada hal-hal positif dan potensi yang dimiliki destinasi wisata. Ini berbeda dengan SWOT yang juga menyoroti kelemahan dan ancaman, yang dapat menghambat motivasi stakeholder

- **Unsur yang di analisis**

SWOT menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. SOAR mengganti kelemahan dan ancaman dengan aspirasi (visi/tujuan masa depan) dan hasil (indikator pencapaian), sehingga lebih menekankan pada pertumbuhan dan pencapaian tujuan

- **Tujuan penggunaan**

SWOT cocok untuk organisasi yang ingin memahami posisi kompetitif saat ini dan mengatasi tantangan jangka pendek. SOAR lebih sesuai untuk organisasi yang ingin melakukan transformasi, pertumbuhan, atau perubahan besar dengan melibatkan aspirasi bersama dan perencanaan jangka panjang

- **Keterlibatan stakeholder**

SOAR cenderung melibatkan lebih banyak kolaborasi dan partisipasi stakeholder dalam merumuskan aspirasi dan hasil, sedangkan SWOT lebih bersifat analisis internal dan eksternal yang sistematis

Analisis SOAR lebih menekankan pada penguatan potensi yang sudah ada, peluang yang bisa dikembangkan, serta membangun aspirasi dan hasil yang diinginkan bersama. Analisis ini cocok untuk destinasi wisata seperti Pinusia *Park* yang ingin menonjolkan keunikan, menciptakan event wisata, membangun branding, dan mendorong keterlibatan masyarakat serta stakeholder dalam pengembangan wisata yang inovatif dan berkelanjutan (Kurniansah, 2023)

2.2.7 Analisis Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan usaha untuk memperbaiki atau memajukan objek wisata agar menjadi lebih baik dan menjadi lebih menarik bagi wisatawan, baik dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya (Prabowo, 2021). Tujuan agar mendorong lebih banyak wisatawan yang datang, lebih lama tinggal, memenuhi kebutuhan wisatawan, dan menjaga lingkungan destinasi. Mata rantai terpenting dari kegiatan wisata adalah potensi dan daya tarik objek wisata. Hal ini karena potensi dan daya tarik objek wisata adalah faktor utama yang menarik pengunjung atau wisatawan ke lokasi objek wisata (Sakinah, 2020). Sangat penting untuk merencanakan pengembangan pariwisata agar pengembangan dapat berjalan sesuai rencana dan mencapai sasaran. Tujuan utama pengembangan pariwisata adalah untuk meningkatkan ekonomi daerah atau negara secara keseluruhan (Salsabila et al., 2024).