

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara ASEAN yang memiliki wilayah yang terbentang Samudra Hindia dan Samudra Pasifik sepanjang 3.977 mil. Negara Indonesia terbagi atas banyak pulau sehingga Indonesia memiliki julukan sebagai negara kepulauan yang besar yang memiliki luas daratan sebesar 1,922.570 km², dan luas perairan 3.257.483 km². Pulau yang dimiliki oleh Indonesia, yaitu 17.504 yang terbagi atas pulau besar dan kecil yang menyebar pada garis khatulistiwa. Pulau besar dan kecil ini dibagi secara administratif menjadi dari 34 provinsi yang terdapat di 5 pulau besar dan 4 kepulauan, yang terbagi atas 514 Kabupaten dan Kota, 81.626 desa, dan 7.024 kecamatan.

Letak geografis Negara Indonesia yang sangat strategis merupakan salah anugerah diberikan untuk masyarakat indonesia sehingga negara ini memiliki limpahan kekayaan alam yang beragam yang berada di daratan maupun lautan. Kekayaan alam ini dapat dikelola oleh masyarakat menjadi sebuah sektor industri jasa yang bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Sektor industri jasa yang dapat dikembangkan oleh masyarakat melalui pemanfaatan kekayaan alam atau sumber daya ialah sektor industri pariwisata. Pariwisata menurut UU No

10 tahun 2009 adalah kegiatan wisata yang terdiri dari berbagai jenis yang memiliki fasilitas wisata yang disediakan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, masyarakat, pengusaha sehingga dapat menjadi sektor untuk masyarakat yang mencari penghasilan apabila dilakukan pengembangan yang optimal.

Pemanfaatan kekayaan alam untuk pengembangan sektor pariwisata dilaksanakan melalui upaya pemerintah dengan tujuan meningkatkan peran sektor pariwisata nasional. Pemerintah pusat telah melakukan upaya pengembangan melalui pembuatan rencana program pembangunan pariwisata yang dilakukan dengan berbagai strategi seperti memperluas market wisatawan, memperluas kerjasama pada pemasaran sektor wisata, dan meningkatkan promosi pariwisata. Upaya ini membuahkan sebuah keberhasilan pengembangan sektor pariwisata yang dapat dilihat melalui pertumbuhan jumlah wisatawan, peningkatan kontribusi terhadap PDB, meningkatnya penerimaan devisa, pendapatan daerah yang bertambah, penerimaan investasi dan tenaga kerja yang meningkat, perluasan pasar usaha di wilayah Indonesia, dan meningkatkan nilai sosial budaya dan lingkungan di Indonesia.

Pertumbuhan wisatawan mancanegara di Indonesia berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik terus mengalami peningkatan. Pertumbuhan wisatawan mancanegara di Indonesia pada tahun 2014 sebesar 9,43%, tahun 2015 sebesar 10,23%, tahun 2016 sebesar 11,52%, tahun 2017 sebesar 14,04%, dan tahun 2018 sebesar 15,18%. Pertumbuhan wisatawan mancanegara ini membuat aktivitas wisatawan di Indonesia semakin meningkat dan beragam. Aktivitas yang

dilakukan oleh wisatawan memberikan dampak langsung terhadap perekonomian negara. Berdasarkan laporan kinerja Kementerian Pariwisata, sektor pariwisata terus memberikan kontribusi yang meningkat terhadap Produk Domestik Bruto. Pada tahun 2016 sektor pariwisata menyumbang sebesar 4,13%, pada tahun 2017 sebesar 5%, dan pada tahun 2018 sebesar 5,25%. Sektor pariwisata juga memberikan kontribusi terhadap devisa negara, pada tahun 2015 menyumbang sebesar 144 triliun, pada tahun 2016 menyumbang sebesar 176,23 triliun, pada tahun 2017 menyumbang sebesar 202,13 Triliun dan pada tahun 2018 menyumbang sebesar 224 Triliun. Sektor pariwisata juga menyerap banyak tenaga kerja di Indonesia, pada tahun 2018 sektor pariwisata berhasil menyerap tenaga kerja sebesar 12,7 juta orang di Indonesia.

Keberhasilan pengembangan sektor pariwisata di Indonesia didukung oleh kinerja pemerintah daerah yang terlibat langsung dalam pengembangan sektor pariwisata. Keterlibatan pemerintah daerah dalam pengembangan sektor pariwisata didasarkan pada UU No 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah. Pemerintah pusat memberikan kebebasan otonomi yang besar dan luas kepada daerah dengan harapan kesejahteraan masyarakat menjadi cepat terwujud melalui kualitas pelayanan yang meningkat dan pemberdayaan masyarakat daerah. Pemberian otonomi ini diberikan melalui kewenangan yang dapat dipergunakan oleh daerah untuk mengelola dan mengembangkan potensi sumber daya yang dimiliki dengan optimal untuk kepentingan masyarakat. Pemerintah daerah mengelola potensi sumber daya daerah melalui pengembangan sektor pariwisata

yang ada di daerah dengan memperhatikan kepentingan masyarakat. Provinsi Jawa Tengah merupakan provinsi yang memiliki kewenangan untuk melakukan pengembangan di bidang pariwisata. Pengembangan sektor pariwisata dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dengan meningkatkan daya tarik wisata agar wisatawan berkunjung ke Provinsi Jawa Tengah. Menurut UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisata adalah seseorang atau kelompok yang melakukan kegiatan untuk mengunjungi sebuah tempat dengan jangka waktu sementara untuk melaksanakan rekreasi, dan mempelajari ciri khas daya tarik wisata. Berikut ini merupakan tabel daya tarik wisata di Provinsi Jawa Tengah

Tabel 1.1 Jumlah Objek Wisata di Provinsi Jawa Tengah 2015-2019

Tahun	Alam	Budaya	Buatan	Khusus	Lain-lain	Jumlah	Persentase Peningkatan Jumlah Objek Wisata
2015	160	82	131	27	77	477	0%
2016	182	110	146	31	82	551	13%
2017	209	127	173	32	74	615	10%
2018	240	132	199	43	76	692	11%
2019	284	153	249	59	89	834	17%
Total	1075	604	898	192	398	3169	51%

Sumber: Statistik Pariwisata 2019

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, jumlah objek wisata di Provinsi Jawa Tengah terus meningkat dari tahun 2015 hingga 2019. Pada tahun 2016 jumlah peningkatan objek wisata sebesar 13%, tahun 2017 sebesar 10%, tahun 2018 sebesar 11% dan tahun 2019 sebesar 17%. Objek wisata di Provinsi Jawa Tengah

mengalami peningkatan jumlah sebesar 51% dari tahun 2015 hingga 2019. Penyebab peningkatan jumlah daya tarik wisata karena pemerintah Provinsi Jawa Tengah bekerjasama dengan pemerintah daerah kabupaten atau kota yang mengembangkan objek tarik wisata lokal. Pengembangan daya tarik wisata yang dilakukan memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan lokal yang berkunjung di Provinsi Jawa Tengah. Berikut ini merupakan tabel jumlah lokal yang berwisata di Provinsi Jawa Tengah:

Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Lokal di Provinsi Jawa Tengah 2015-2019

Tahun	Jumlah Wisatawan Lokal	Persentase Kenaikan Wisatawan Lokal
2015	33.030.843	0%
2016	36.889.776	10%
2017	40.118.470	8%
2018	48.943.607	18%
2019	57.900.863	15%
Total	216.883.559	52%

Sumber: Buku Saku Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019

Berdasarkan data dari tabel 1.2 jumlah wisatawan lokal yang berwisata di Provinsi Jawa Tengah dari tahun 2015 hingga 2019 mengalami peningkatan sebesar 52%. Pertumbuhan wisatawan yang terus meningkat di Provinsi Jawa Tengah disebabkan oleh kontribusi pemerintah kota atau pemerintah kabupaten yang terus melakukan pengembangan di sektor pariwisata.

Salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang berkontribusi dalam pengembangan pariwisata di Provinsi Jawa Tengah adalah Kabupaten Rembang. Kabupaten Rembang telah mengembangkan pariwisata lokalnya dan menjadikan pengembangan pariwisata sebagai salah satu misi yang digunakan untuk mewujudkan visi dalam Rencana Pembangunan Jangka Daerah tahun 2016-2021. Visi Kabupaten Rembang pada tahun 2016-2021 yang ingin diwujudkan dalam lima tahun mendatang ialah terwujudnya masyarakat Rembang yang sejahtera, melalui peningkatan perekonomian dan sumber daya manusia, yang dilandasi semangat kebersamaan, pemberdayaan masyarakat dan kewirausahaan. Untuk mencapai visi yang telah ditentukan diperlukan sebuah misi yang sesuai, Kabupaten Rembang memiliki tujuh misi yang dilaksanakan selama lima tahun. Salah satu misi yang terdapat dalam RPJMD Kabupaten Rembang ialah meningkatkan investasi serta mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif. Misi ini memiliki sasaran, yaitu meningkatnya kontribusi pariwisata terhadap perekonomian daerah. Kontribusi pariwisata terhadap perekonomian daerah ini terdiri dari persentase pertumbuhan pendapatan objek daerah tujuan wisata dan kontribusi sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah.

Pengembangan pariwisata di Kabupaten Rembang didukung oleh letak geografis yang terdiri dari dataran rendah sebesar 46,39% dan berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah utara. Berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah utara membuat Kabupaten Rembang mempunyai banyak potensi wisata bahari yang

dapat dikunjungi oleh masyarakat lokal maupun dari daerah lain. Pengembangan wisata bahari di Kabupaten Rembang didukung oleh program unggulan yang telah dibuat oleh pemerintah daerah. Program unggulan Kabupaten Rembang dalam sektor wisata bahari adalah membangun kawasan industri Pariwisata Bahari dan Religi. Program unggulan Kabupaten Rembang di sektor pariwisata dalam pelaksanaannya didukung oleh program pendukung. Pemerintah Kabupaten Rembang memiliki program pendukung seperti program pengembangan destinasi pariwisata, program pengembangan pemasaran pariwisata dan program pengembangan kemitraan pariwisata. Pengembangan wisata di Kabupaten Rembang bertujuan meningkatkan aksesibilitas, amenitas, atraksi dan aktivitas pada destinasi pariwisata unggulan yang didukung kualitas SDM pariwisata.

Berdasarkan data dari statistik pariwisata Provinsi Jawa Tengah, jumlah wisatawan lokal yang berkunjung ke Kabupaten Rembang pada tahun 2015 berjumlah 1.395.245 wisatawan, tahun 2016 berjumlah 1.222.448 wisatawan, pada tahun 2017 berjumlah 987.193 wisatawan, pada tahun 2018 berjumlah 1.530.245 wisatawan dan pada tahun 2019 berjumlah 915.780 wisatawan. Jumlah wisatawan di Kabupaten Rembang dipengaruhi oleh banyaknya wisatawan yang berkunjung di objek wisata. Objek dan daya tarik wisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan yang memiliki ketertarikan untuk mengunjungi daerah wisata (Damanik et al., 2018). Pantai Karang Jahe merupakan objek wisata bahari yang diminati oleh wisatawan di Kabupaten Rembang dengan jumlah pendapatan

sebesar Rp. 3.774.681.100 pada tahun 2019. Objek wisata ini memiliki pencapaian sebagai peringkat sepuluh besar daya tarik wisata di Provinsi Jawa Tengah yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2018. Berikut ini merupakan tabel yang mendukung data tersebut:

Tabel 1.3 Peringkat Sepuluh Besar Objek Wisata di Provinsi Jawa Tengah yang Paling Banyak dikunjungi Tahun 2018 dan 2019

TAHUN 2018					TAHUN 2019				
No	Nama DTW	Kabupaten /Kota	Jumlah Wisatawan	(%)	No	Nama DTW	Kabupaten /Kota	Jumlah Wisatawan	(%)
1	Candi Borobudur	Kabupaten Magelang	3.690.323	24%	1	Candi Borobudur	Kab. Magelang	3.747.757	21%
2	Taman Balekambang	Surakarta	2.601.081	17%	2	Kota Lama Dan Lawang Sewu	Kota Semarang	3.024.536	17%
3	Candi Prambanan	Kabupaten Klaten	1.495.392	10%	3	Taman Balekambang	Kota Surakarta	2.737.269	15%
4	Kota Lama Lawang Sewu	Kota Semarang	1.430.683	9%	4	Twc Prambanan	Kab. Klaten	1.833.757	10%
5	Owabong	Purbalingga	1.168.657	8%	5	Lokawisata Baturraden	Kab. Banyumas	1.343.787	8%
6	Colo	Kabupaten Kudus	1.134.893	7%	6	Destinasi Mice	Kota Semarang	1.279.082	7%
7	Guci	Kabupaten Kendal	1.079.644	7%	7	Owabong	Kab. Purbalingga	1.125.788	6%
8	Makam Sunan Kalijaga	Kabupaten Demak	993.302	6%	8	Makam Sunan Kalijaga	Kab. Demak	1.032.548	6%
9	Pantai Karang Jahe	Kabupaten Rembang	980.464	6%	9	Pemandian Guci	Kab. Tegal	927.835	5%
10	Menara Kudus	Kabupaten Kudus	802.065	5%	10	Ow Colo	Kab. Kudus	782.612	4%
TOTAL			15.376.504	100%	TOTAL			17.834.971	100%

Sumber: Buku Saku Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019 dan 2020

Berdasarkan data dari tabel 1.3 pada tahun 2018 Pantai Karang Jahe menempati peringkat sembilan dari 692 objek wisata di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki daya tarik wisata dengan jumlah wisatawan sebesar 980.464 jiwa. Pada tahun 2019 Pantai Karang Jahe berada pada peringkat ke 46 dari 843 objek wisata dan tidak berhasil mempertahankan peringkatnya karena jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Karang Jahe menurun menjadi 272.903 jiwa sehingga tempatnya tergantikan oleh daya tarik wisata yang lain. Sementara itu objek wisata Menara Kudus juga mengalami penurunan peringkat, yaitu peringkat ke 12 dengan jumlah wisatawan 718.680. Apabila dibandingkan dengan objek wisata Menara Kudus, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Karang Jahe mengalami penurunan yang sangat drastis.

Pantai Karang Jahe merupakan objek wisata yang dikelola secara langsung oleh masyarakat Desa Punjulharjo. Pengelolaan atau manajemen objek wisata di Pantai Karang Jahe dilaksanakan oleh Unit Pengelola Pantai Karang Jahe yang merupakan sub unit BUMDes Punjulharjo. Pembentukan sub unit ini berpedoman pada Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa dan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga sebagai unsur perangkat daerah, yaitu memiliki tugas salah satunya dalam mengurus bidang pariwisata. Manajemen objek wisata memiliki unsur dalam pelaksanaannya, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan atau implementasi program, monitoring dan evaluasi (dalam Damanik & Teguh, 2012). Pengelolaan Pantai Karang Jahe masih terdapat

beberapa permasalahan terutama dalam fungsi pelaksanaan dalam manajemen objek wisata. Crouch dan Ritchie (dalam Abdul Haji & Yusuf, 2016) mengungkapkan pengelolaan atraksi, aksesibilitas dan fasilitas fisik merupakan kegiatan dalam fungsi pelaksanaan. Pengelolaan objek wisata harus memperhatikan komponen wisata. Menurut Cooper (dalam Suwena, 2017) objek wisata harus mempunyai komponen utama, yaitu atraksi, fasilitas dan aksesibilitas wisata.

Fasilitas adalah segala macam prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Peneliti melakukan observasi untuk menemukan permasalahan dalam fungsi pelaksanaan dalam manajemen objek wisata. Manajemen objek wisata harus memenuhi fasilitas di objek wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung di objek wisata (Utari & Kampana, 2014). Fasilitas di objek wisata Pantai Karang Jahe memiliki masalah mengenai kebersihan disekitar fasilitas wisata. Fasilitas wisata di Pantai Karang Jahe yang memiliki masalah kebersihan adalah fasilitas tempat usaha. Tempat usaha merupakan merupakan salah satu fasilitas yang digunakan pengunjung ketika melakukan wisata dan merupakan sarana pokok yang harus ada di objek wisata. Berikut gambaran kondisi kebersihan tempat usaha di Pantai Karang Jahe:

Gambar 1.1

Kondisi Tempat Usaha Makanan di Pantai Karang Jahe



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

Berdasarkan gambar 1.1, sampah kelapa muda yang ada disekitar warung usaha masih banyak berserakan dan tidak dibersihkan ataupun dimasukkan ke tempat sampah yang tersedia ketika Pantai Karang Jahe beroperasi. Pemilik warung usaha tidak memperhatikan kebersihan di sekitar tempat usaha walaupun telah disediakan tempat sampah. Kebersihan merupakan ciri dari kondisi lingkungan higienis (Rawung et al., 2021). Kebersihan merupakan salah satu unsur dalam Sapta Pesona. Sapta Pesona adalah keadaan yang harus diciptakan di objek wisata untuk membuat wisatawan memiliki keinginan berkunjung kesuatu daerah di Negara Indonesia. Tempat sampah yang tidak memadai di area Pantai Karang Jahe menjadi permasalahan selanjutnya mengenai kebersihan yang ada di

Pantai Karang Jahe. Berikut ini merupakan kondisi tempat sampah yang ada di Pantai Karang Jahe:

Gambar 1.2
Kondisi Tempat Sampah di Sekitar Pantai



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

Berdasarkan gambar 1.2, kelengkapan tempat sampah di area Pantai Karang Jahe belum terpenuhi. Seharusnya terdapat tiga tempat sampah pada rak sampah yang sudah disediakan, tetapi kenyataannya hanya ada rak kosong tanpa adanya tempat sampah yang tersedia. Destinasi pariwisata yang baik diharapkan mempunyai karakteristik yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional daerah dan masyarakat (PP No. 50/2011). Kebersihan di sekitar objek wisata dibutuhkan untuk mencerminkan keadaan objek wisata yang sehat dan higienis.

Permasalahan kebersihan terhadap fasilitas wisata yang terdapat di objek wisata Pantai Karang Jahe adalah toilet umum. Toilet umum biasanya digunakan para wisatawan untuk mandi setelah berenang di pantai, atau untuk buang air kecil ataupun buang air besar. Peneliti melakukan observasi di toilet umum yang ada di Pantai Karang Jahe dan menemukan permasalahan pada fasilitas toilet umum. Berikut ini kondisi toilet umum yang ada di Pantai Karang Jahe:

Gambar 1.3

Kondisi Toilet Umum di Pantai Karang Jahe



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

Berdasarkan gambar 1.3, kondisi toilet umum yang ada di Pantai Karang Jahe terlihat kotor di area lantai dan dinding toilet. Toilet yang merupakan fasilitas di objek wisata harus memiliki kebersihan yang terjamin. Darwis, Hendraningrum, dan Adriani (dalam Widyanti et al., 2020) mengungkapkan bahwa fasilitas toilet umum harus dikelola dengan baik, pengelola harus meninjau

kebersihan, kesehatan dan kenyamanan toilet untuk wisatawan. Menurut Sumayang (dalam Kumawati & Firmani, 2021), objek wisata harus memperhatikan kebersihan dan kerapian fasilitas wisata saat wisatawan menggunakan fasilitas wisata yang ada di objek wisata.

Permasalahan selanjutnya manajemen objek wisata ialah pengelolaan aksesibilitas objek wisata. Aksesibilitas merupakan komponen yang penting dalam kegiatan pariwisata karena dapat mempermudah wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Aksesibilitas yang ada di objek wisata Pantai Karang Jahe ialah lahan parkir kendaraan. Lahan parkir untuk kendaraan di Pantai Karang Jahe terdiri dari lahan parkir untuk kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat. Peneliti menemukan permasalahan lahan parkir yang ada di Pantai Karang Jahe. Berikut ini merupakan kondisi lahan parkir yang ada di Pantai Karang Jahe:

Gambar 1.4

Kondisi Lahan Parkir Mobil di Pantai Karang Jahe



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019

Berdasarkan gambar 1.4, lahan parkir untuk kendaraan roda empat yang ada di Pantai Karang Jahe belum dapat menampung kendaraan yang digunakan wisatawan untuk berkunjung saat hari libur. Kondisi di tempat lahan parkir yang disediakan sangat tidak beraturan, banyak kendaraan roda empat yang memarkirkan kendaraannya di jalan yang digunakan sebagai akses para pengunjung. Kondisi ini dapat menyebabkan kemacetan di sekitar objek wisata dan membuat wisatawan enggan untuk kembali berkunjung karena sulitnya mendapatkan akses menuju objek wisata. Menurut Maryani (dalam Amalia, 2017), objek wisata yang memiliki aksesibilitas yang baik akan menarik untuk dikunjungi wisatawan.

Pantai Karang Jahe merupakan objek wisata yang berada dalam peringkat sepuluh besar daya tarik wisata di Provinsi Jawa Tengah yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2018 dan mengalami penurunan pada tahun 2019 dengan peringkat 46 pada daya tarik wisata yang paling banyak dikunjungi di Provinsi Jawa Tengah. Pantai Karang Jahe memiliki permasalahan pada manajemen objek wisata, yaitu kebersihan fasilitas, ketersediaan tempat sampah, dan ketersediaan lahan parkir yang merupakan bagian dari aksesibilitas. Menurut Tjiptono (dalam Suchaina, 2014), pengelolaan fasilitas yang baik akan membuat pandangan masyarakat yang berkunjung menjadi baik mengenai objek wisata. Peneliti merasa perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan yang ada di Pantai Karang Jahe mengenai fungsi pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang dan faktor penghambat dalam fungsi

pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana fungsi pelaksanaan dalam manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang?
2. Apakah faktor penghambat pada fungsi pelaksanaan dalam manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis fungsi pelaksanaan dalam manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang
2. Menganalisis faktor penghambat pada fungsi pelaksanaan dalam manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian yang berjudul “Manajemen objek Wisata Pantai Karang Jahe Kabupaten Rembang”, yaitu:

1. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini secara teoritis bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan, menambah pengalaman dan wawasan mengenai manajemen objek wisata sehingga dapat digunakan sebagai bahan dalam ilmu metode

penelitian, dan dapat dijadikan perbandingan untuk penelitian selanjutnya mengenai manajemen objek wisata.

2. Manfaat Penelitian Secara Praktis

Manfaat penelitian secara praktis untuk memberikan informasi mengenai objek wisata Pantai Karang Jahe, dan memberikan informasi mengenai manajemen objek wisata. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rembang, BUMDes Punjulharjo, Pemerintah Desa Punjulharjo dan Unit Pengelola Pantai Karang Jahe sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan atau kebijakan.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai acuan penulis dalam melakukan penelitian dan sebagai pembeda antara penelitian yang diambil peneliti dengan judul “Manajemen Objek Wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang” dengan penelitian terdahulu yang telah ada. Penelitian dilakukan oleh I Putu Gede, H. Mahsun dan Primus Gadu pada tahun 2015. Hasil penelitian ini adalah Objek dan daya tarik wisata di Kabupaten Lombok barat belum memiliki model pengembangan dan pengelolaan. Metode penelitian yang digunakan pada peneliti ini penelitian kualitatif dengan teknik analisis data SWOT, dan teknik pemilihan informan, yaitu *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian I Putu Gede, H. Mahsun dan Primus Gadu adalah fokus penelitian, yaitu penelitian ini berfokus pada fungsi pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah teknik pemilihan informan, penelitian ini menggunakan teknik pemilihan informan *snowball sampling*.

Ni Luh Made Suryani, Piers Andreas Noak, dan I Putu Dharmanu Yudhartha melakukan penelitian pada tahun 2016 dengan hasil penelitian, yaitu Fungsi manajemen yang dilaksanakan beberapa sudah berjalan dengan baik dan beberapa fungsi manajemen masih ada kekurangan dalam pelaksanaan. Fungsi manajemen yang berjalan dengan baik, yaitu fungsi strategi dan fungsi

manajemen eksternal. Fungsi manajemen internal terkait dengan sumber daya manusia belum berjalan dengan optimal. Penelitian terdahulu ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pemilihan informan, yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah fokus penelitian ini adalah fungsi pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang dan teknik pengambilan informan menggunakan teknik *snowball*.

Abdul Hadi Baasit, dan Ernawati melakukan penelitian pada tahun 2015 dengan hasil penelitian, yaitu fungsi perencanaan, fungsi organizing, dan fungsi coordinating belum berjalan dengan optimal dan fungsi pengawasan sudah berjalan dengan baik. Perbedaan penelitian ini pada penelitian sebelumnya ialah pada fokus penelitian, yaitu fungsi pelaksanaan dalam manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang. Afandi Hadya Tama melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan hasil penelitian, yaitu fungsi perencanaan dan pengawasan sudah berjalan dengan baik, fungsi pengorganisasian dan fungsi koordinasi belum berjalan dengan optimal. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah teknik pemilihan yang digunakan pada penelitian ini adalah *snowball sampling* sedangkan teknik pemilihan informan pada penelitian terdahulu adalah *purposive sampling*. Fokus penelitian ini adalah fungsi pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang.

Sony Manggala Putra, Andy Fefta Wijaya, dan Ratih Nurpratiwi melakukan penelitian pada tahun 2015 dengan hasil penelitian, yaitu implementasi perencanaan sudah baik dan fungsi pengorganisasian pada pegawai masih belum optimal. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus penelitian, yaitu fungsi pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang. Y. A. Wirahayu, H. Purwito, dan N. Insani melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan hasil penelitian, yaitu fungsi pelaksanaan dalam pengembangan objek wisata keterlibatan pemerintah masih dominan, fungsi perencanaan sudah baik dengan melibatkan masyarakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah fokus penelitian, fokus penelitian ini adalah fungsi pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang.

Soritua Ritunga melakukan penelitian pada tahun 2016 dengan hasil penelitian, yaitu manajemen yang dilakukan pemerintah belum maksimal dan belum sesuai dengan keinginan masyarakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus penelitian, penelitian ini mempunyai fokus penelitian pada fungsi pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang. Diko Pratama, Yuliana, dan Pasaribu melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan hasil penelitian, yaitu perencanaan rumah makan belum ada, perencanaan lahan parkir sudah ada, pengawasan rumah makan sudah berjalan dengan cukup baik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah pada fokus penelitian, fokus penelitian ini adalah

fungsi pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang.

Afriani Susanti dan Argo Pambudi melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan hasil penelitian, yaitu fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi dan pengawasan belum berjalan dengan baik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah pada fokus penelitian, fokus penelitian ini pada fungsi pelaksanaan dalam manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang. Yoyong Apriliana Sigit, Mas Roro Lilik Ekowanti, Dewi Casmiwati pada tahun 2018 dengan hasil penelitian, yaitu enam indikator sudah berjalan dengan baik, yaitu sasaran, rencana, pekerja, pegawai, kepemimpinan dan hubungan kerja. Sementara indikator yang belum berjalan dengan baik ialah indikator motivasi, pengawasan pendahuluan dan pengawasan yang berlangsung. Faktor pendukung dalam pengelolaan objek wisata ialah anggaran dari pemerintah, dan faktor penghambat ialah promosi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah pada fokus penelitian. Fokus penelitian ini pada fungsi pelaksanaan manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang.

1.5.2 Administrasi Publik

Administrasi publik adalah kegiatan yang dalam pelaksanaannya memperhatikan kebijakan dan manajemen dan diwujudkan melalui kerjasama, memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan publik masyarakat. Administrasi publik memiliki perpaduan yang rumit antara teori dan praktek dalam pelaksanaan, administrasi publik dalam pelaksanaannya memiliki tujuan untuk menyampaikan visi dan misi pemerintah kepada masyarakat dan membuat kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Henry dalam Pasolong, 2013). Administrasi publik dapat dipandang sebagai kegiatan kerjasama oleh kelompok atau lembaga publik yang memiliki tugas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara efektif dan efisien (Pasolong, 2013). Administrasi publik memiliki makna penting mengenai hakikat ilmu administrasi publik (Keban, 2015) makna tersebut, yaitu:

1. Bidang ilmu ini memiliki hal yang berkaitan dengan bidang legislatif, yudikatif dan dengan bidang eksekutif
2. Bidang ilmu ini mempunyai keterkaitan terhadap proses kebijakan publik, yaitu proses formulasi dan proses implementasi kebijakan
3. Bidang ilmu ini mengutamakan proses kerjasama dalam pelaksanaan tugas-tugas pemerintah dan penyelesaian masalah masyarakat
4. Bidang ilmu ini memiliki peran yang tumpang tindih dengan administrasi swasta tetapi masih memiliki beberapa perbedaan.

5. Bidang ilmu ini memiliki sasaran dan tujuan untuk menghasilkan pelayanan publik yang baik untuk masyarakat
6. Bidang ilmu ini memiliki dua aspek, yaitu aspek praktis dan teoritis

Administrasi publik dapat disimpulkan sebagai bentuk kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau kelompok dengan memperhatikan kebijakan dan manajemen untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Keterkaitan penelitian ini dengan ilmu administrasi publik ialah objek wisata Pantai Karang Jahe merupakan wisata yang dikelola oleh Unit Pengelola Pantai Karang Jahe yang dibentuk oleh BUMDes Punjulharjo. BUMDes Punjulharjo merupakan sebuah badan usaha yang dibentuk oleh pemerintah desa yang pengelolaannya dilakukan melalui kerjasama antara pemerintah desa dengan masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan memenuhi kebutuhan masyarakat di bidang jasa seperti menyediakan objek wisata.

1.5.2.1 Paradigma Administrasi Publik

Ilmu administrasi publik merupakan bidang ilmu yang terus mengalami perkembangan sehingga bidang ilmu ini memiliki beberapa paradigma yang memiliki perbedaan tujuan, teori dan nilai yang mendasarinya. Paradigma yang telah muncul merupakan hasil pemikiran ahli mengenai peran administrasi publik dalam menyelesaikan masalah yang ada. Berikut ini merupakan paradigma administrasi publik menurut Henry (dalam Marliani, 2018) yang berkembang dalam ilmu administrasi publik:

1. Dikotomi Politik Administrasi

Paradigma ini berkembang dari tahun 1900-1926 dan dikembangkan oleh Frank J. Goodnow dan Leonad D. White. Paradigma ini memiliki perhatian pada lokus administrasi publik. Kedua tokoh ini mengemukakan bahwa fungsi politik dan fungsi administrasi merupakan bagian dari fungsi pemerintah. Kedua fungsi ini memiliki peranan yang berbeda, yaitu fungsi politik sebagai pembuat kebijakan public dan fungsi administrasi sebagai pelaksana kebijakan negara yang sudah dibuat.

2. Prinsip-Prinsip Administrasi

Paradigma ini berkembang dari tahun 1927-1937 dan dikembangkan oleh beberapa tokoh, yaitu Marry Parker Follet, Henry Fayol, Luther Gullick, Lyndall Urwick. Paradigma ini memiliki perhatian pada fokus administrasi publik, yaitu prinsip administrasi negara memiliki implikasi dan dapat diterapkan pada semua aspek. Prinsip administrasi pada paradigma ini terdiri dari POSDCoRB (*Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, Budgeting*) yang dikemukakan oleh Luther Gullick, Lyndall Urwick.

3. Administrasi Negara sebagai Ilmu Politik

Paradigma ini berkembang dari tahun 1950-1970 karena adanya kritikan bahwa administrasi dan ilmu politik dapat dipisahkan. Paradigma ini berusaha untuk mengatur ulang kaitan administrasi negara dengan ilmu politik. Paradigma ini

memiliki perhatian pada fokus administrasi negara, yaitu wilayah kepentingan administrasi negara dan lokusnya pada birokrasi pemerintah.

4. Administrasi Negara sebagai Ilmu Administrasi

Paradigma ini berkembang dari tahun 1954-1970 dengan pusat perhatian pada fokus administrasi tidak pada lokusnya. Paradigma ini lahir sebagai solusi dari permasalahan dan kritik atas kedudukan administrasi negara yang berada pada kedudukan kedua setelah ilmu politik. Paradigma ini membuat ilmu administrasi dapat digunakan dalam semua istilah dalam teori organisasi dan teori manajemen.

5. Administrasi Negara sebagai Administrasi Negara

Paradigma ini berkembang dari tahun 1970 dan menjadikan administrasi negara sebagai bidang ilmu. Pusat perhatian dalam paradigma ini adalah menghubungkan antara fokus dan lokus administrasi negara. Fokus pada paradigma ini adalah penerapan kebijakan, teori organisasi, administrasi dan manajemen. Lokus pada paradigma ini adalah birokrasi pemerintah dan permasalahan publik.

Terdapat empat paradigma lain yang berkembang dalam ilmu administrasi publik, yaitu *Old Public Service*, *New Public Management*, *New Public Service* dan *Good Governance*. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai perkembangan paradigma tersebut:

1. *Old Public Administration*

Paradigma ini merupakan paradigma yang pertama kali berkembang di administrasi publik atau dikenal sebagai paradigma administrasi negara tradisional. Paradigma ini lahir dari pemikiran Woodrow Wilson pada tahun 1887 dan F.W. Taylor dengan karyanya yang berjudul “*Principles of Scientific Management*”. Woodrow Wilson mengemukakan bahwa permasalahan yang paling sering dihadapi pemerintah eksekutif dalam administrasi publik ialah kemampuan administrasi yang masih kurang. Paradigma ini mengungkapkan dua pandangan yang berbeda, pandangan yang pertama, yaitu terdapat perbedaan yang jelas antara politik dan administrasi. Pandangan yang kedua, yaitu peran pemimpin sangat dibutuhkan untuk membuat struktur dan strategi dalam mengelola organisasi publik agar pelaksanaan tugas bisa terlaksana dengan efisien.

2. *New Public Management*

New Public Management merupakan salah satu paradigma yang berkembang dan muncul pada tahun 1992 paradigma ini dikemukakan oleh David Osborne dan T. Gaebler. Konsep utama dalam paradigma ini adalah menerapkan kinerja dalam sektor swasta ke dalam sektor publik. Hood (dalam Alamsyah, 2016) mengartikan NPM sebagai regulasi yang dibentuk ulang kepada manajemen. pengalihan departemen pelayanan publik, pertanggungjawaban terhadap kinerja, dan mekanisme persaingan seperti kontrak dengan pihak. *New Public Management* memiliki tujuan sebagai sebuah paket untuk meningkatkan kinerja

administrasi publik melalui penerapan konsep ada di sektor swasta. Menurut Rosenbloom & Kravchuck (dalam Alamsyah, 2016) manfaat dari pelaksanaan paradigma ini adalah pembangunan birokrasi sesuai dengan mekanisme pasar, menciptakan persaingan dan kontrak untuk mencapai tujuan, tanggap terhadap keinginan pelanggan, pelaksanaan regulasi ulang, memberdayakan sumber daya manusia yang lebih efektif. Paradigma ini menciptakan budaya dalam organisasi yang lebih luwes, terus berinovasi, memiliki jiwa wirausaha, dan memiliki orientasi terhadap proses dan input. Osborne dan McLaughlin (dalam Alamsyah, 2016) mengemukakan sejumlah ciri dasar paradigma *New Public Management*:

- 1) Melaksanakan sebuah manajemen wirausaha yang bukan berasal dari birokrasi tradisional
- 2) Memiliki standar yang tegas dan memiliki standar kinerja
- 3) Melaksanakan kontrol pada hasil yang akan dicapai
- 4) Melaksanakan proses penyatuan ulang rencana dan memperhatikan keinginan masyarakat dalam pelayanan publik
- 5) Adanya persaingan dalam pelaksanaan pelayanan publik
- 6) Memiliki fokus utama pada pelaksanaan manajemen sektor swasta
- 7) Memiliki penghargaan kepada kinerja dan meminimalisir penggunaan sumber daya

8) Memisahkan kegiatan pengambilan keputusan antara kepentingan politik dengan kepentingan pembuatan keputusan politik dengan manajemen yang melaksanakan pelayanan publik.

3. *New Public Service*

Paradigma ini muncul dari pemikiran J.V Denhardt dan R.B Denhardt pada tahun 2003. Paradigma ini menentang penerapan paradigma *Old Public Administration* dan *New Public Management*. Paradigma ini mengungkapkan bahwa terjadi perubahan pandangan mengenai kedudukan warga negara, nilai acuan, dan peran pemerintah. Kepentingan publik berasal dari kepentingan masyarakat luas dan pemerintah harus melayani masyarakat sebagai pemilik pemerintahan dan melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan bukan melayani seorang pelanggan.

4. *Good Governance*

Paradigma ini mulai dikembangkan dari tahun 1990-an dan muncul karena kinerja pemerintah yang buruk sehingga memerlukan kinerja yang efektif. Paradigm ini mempunyai konsep bahwa kedudukan pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta memiliki kedudukan dan kapasitas yang sama. Berikut ini merupakan ciri dari paradigma *good governance* menurut UNDP:

- 1) Partisipasi, artinya masyarakat ikut dalam pembuatan keputusan secara langsung maupun tidak langsung
- 2) *Rule of Law*, artinya masyarakat menerima hukum yang adil tanpa adanya diskriminasi mengenai kelas sosial.

- 3) Transparansi, artinya masyarakat dapat memperoleh informasi publik secara bebas dan mudah.
- 4) *Responsiveness*, artinya organisasi publik memiliki daya tanggap yang cepat dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dan lembaga swasta.
- 5) Berorientasi pada konsensus, artinya pemerintah harus memiliki orientasi pada kepentingan masyarakat luas.
- 6) *Equity*, artinya setiap masyarakat mempunyai peluang yang sama untuk memperoleh kesejahteraan dan keadilan
- 7) Efisien dan efektif, artinya pemerintah mengelola sumber daya yang akan digunakan untuk kepentingan public secara tepat dengan waktu yang telah ditentukan
- 8) Akuntabilitas, artinya pemerintah dalam memenuhi kepentingan publik harus melaporkan pertanggungjawabannya kepada masyarakat.
- 9) *Strategic Vision*, artinya pemerintah harus memiliki visi yang luas dengan memperhatikan waktu di masa mendatang.

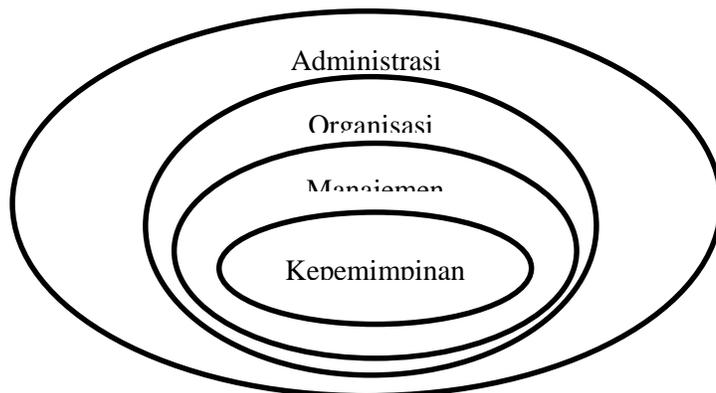
Paradigma yang relevan dalam penelitian ini adalah paradigma prinsip-prinsip administrasi dimana Unit Pengelola Pantai Karang Jahe dalam manajemen objek wisata pantai karang jahe menggunakan prinsip-prinsip administrasi, yaitu fungsi pelaksanaan.

1.5.3 Manajemen Publik

Manajemen publik hadir karena adanya interaksi sosial. Menurut Suradinata (dalam Anggara, 2016), manajemen publik adalah aktivitas dengan memanfaatkan sumber yang dikelola oleh pemerintah untuk mencapai tujuan publik. Lynn (dalam Anggara, 2016) mengungkapkan bahwa manajemen publik dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu sudut pandang proses dan hasil. Manajemen public sebagai proses adalah manajemen yang menerapkan demokrasi dalam proses pelaksanaannya terhadap rencana dan tujuan yang sudah ditetapkan. Manajemen publik sebagai hasil adalah manajemen yang digunakan secara efisien dalam pengelolaan sumber daya yang bersifat terbatas dengan menggunakan administrasi dalam pelaksanaannya. Berikut ini merupakan bagan hubungan antara manajemen, administrasi dan organisasi.

Bagan 1.1

Hubungan Antara Manajemen, Organisasi, dan Administrasi



Sumber: Modul Administrasi Publik, MS Arif (2014)

Berdasarkan bagan 1.1, Manajemen merupakan jiwa dalam administrasi dan organisasi merupakan raga dalam administrasi sehingga manajemen dan organisasi merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dalam administrasi. Administrasi merupakan sesuatu yang dinamis menurut pandangan manajemen dan administrasi merupakan sesuatu yang bersifat stagnan menurut pandangan organisasi. Organisasi merupakan wadah untuk melakukan kegiatan-kegiatan administrasi dan manajemen memiliki fungsi untuk melaksanakan kegiatan administrasi. Pemimpin dalam sebuah organisasi merupakan seorang manajer yang mengarahkan posisi administrasi.

1.5.3.1 Fungsi Manajemen

Manajemen merupakan suatu kegiatan yang harus dilaksanakan agar tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Manajemen itu adalah ilmu dan seni yang digunakan untuk mengelola proses sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya yang dimanfaatkan oleh organisasi melalui pemanfaatan secara efektif dan efisien (Hasibuan, 2011). Dalam melaksanakan kegiatan manajemen harus mengacu pada fungsi-fungsi manajemen yang ada. Henry Fayol (dalam Hasibuan, 2011) mengemukakan terdapat lima fungsi manajemen yang harus dilaksanakan, yaitu:

1. Perencanaan

Fungsi ini merupakan proses untuk menetapkan sasaran dan tujuan yang ingin dipenuhi melalui pelaksanaan rencana strategis untuk mencapai tujuan

tersebut. Perencanaan dapat membuat seorang manajer menemukan solusi tindakan yang harus dilaksanakan dan cara untuk melaksanakan.

2. Pengorganisasian

Fungsi ini memberikan perintah, membuat peraturan dalam pelaksanaan dan melakukan alokasi sumber daya yang tepat terhadap sumber daya manusia. Berikut ini merupakan aktivitas yang ada dalam fungsi pengorganisasian, yaitu:

- 1) Membuat pembagian unsur kebutuhan aktivitas
- 2) Melaksanakan pembagian tugas kepada bawahan dan manajer untuk membuat pembagian tersebut
- 3) Menentukan wewenang yang akan diberikan kepada unit yang ada di organisasi

3. Pengarahan

Proses ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan sebuah motivasi kepada bawahan untuk meningkatkan kinerja dan mengarahkan dalam pelaksanaan rencana untuk mencapai hasil yang efektif dan efisien.

4. Pengkoordinasian

Fungsi ini terdiri dari beberapa kegiatan dengan tujuan agar kegiatan yang dilaksanakan tidak menemui hambatan sehingga kegiatan yang dilaksanakan menjadi kesatuan dan selaras dan terarah untuk mencapai tujuan organisasi.

5. Pengendalian

Pengendalian merupakan kegiatan terakhir yang dilakukan dalam manajemen dengan tujuan untuk mengetahui kegiatan yang berjalan seimbang dengan rencana yang sudah ditetapkan. Kegiatan dalam fungsi ini terdiri dari membuat sebuah standar pencapaian kerja, mengukur pencapaian kerja, membuat perbandingan pencapaian dengan standar kerja, melakukan tindakan perbaikan apabila ada kinerja yang tidak sesuai dengan standar.

Menurut Sondang P. Siagian (dalam Hasibuan, 2011), fungsi-fungsi manajemen terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan, pengawasan, dan penilaian. Berikut ini merupakan fungsi-fungsi manajemen:

1. Perencanaan

Fungsi ini merupakan sebuah proses yang terdiri dari pencetusan pemikiran atau ide dan menetapkan sesuatu yang dikerjakan untuk mendapatkan tujuan yang telah disusun.

2. Pengorganisasian

Fungsi ini mengelompokkan sumber daya manusia, tugas organisasi, dan tanggung jawab sehingga organisasi dapat berjalan sebagai kesatuan untuk mencapai tujuan.

3. Pelaksanaan

Fungsi ini memberikan stimulus kerja kepada anggota organisasi sehingga pekerjaan dilaksanakan dengan lancar untuk mencapai tujuan yang efektif, efisien, dan ekonomis.

4. Pengawasan

Fungsi ini mengamati keberjalanan aktivitas organisasi untuk memastikan aktivitas yang berjalan sesuai dengan rencana yang ditentukan.

5. Penilaian

Fungsi ini merupakan fungsi terakhir dalam manajemen. Fungsi ini menilai proses dan membandingkan dengan hasil akhir.

Louis A. Allen (dalam Firmansyah, 2018) mengemukakan empat fungsi manajemen yang terdiri dari fungsi:

1. *Leading*

Leading merupakan fungsi yang sangat berkaitan dengan pekerjaan manajer. Fungsi ini terdiri dari kegiatan melaksanakan komunikasi, menentukan keputusan, memberikan motivasi dan meningkatkan kemampuan bawahan.

2. *Planning*

Fungsi ini terdiri dari menetapkan waktu pelaksanaan dan tujuan, menentukan tahapan aktivitas yang harus dilaksanakan, membuat rancangan anggaran, dan membuat kebijakan dalam organisasi.

3. *Organizing*

Fungsi ini dilaksanakan oleh manajer untuk mengendalikan dan mempersatukan pekerjaan yang dilaksanakan sehingga berjalan secara

efektif apabila dilaksanakan oleh bawahan. Fungsi ini terdiri dari aktivitas seperti merancang struktur, membuat pendelegasian untuk wewenang.

4. *Controlling*

Manajer berperan sebagai penilai dan mengatur kegiatan yang sedang dilaksanakan ataupun kegiatan yang sudah selesai. Hasil dari fungsi ini berupa ukuran dari kerja dan penilaian pekerjaan.

Joseph L. Massie (dalam Syamsuddin, 2017) mengemukakan tujuh fungsi-fungsi manajemen diantaranya, yaitu:

1. Perencanaan

Fungsi ini dilaksanakan oleh manajer dengan menentukan apa yang akan dicapai masa mendatang, dan menentukan tahapan untuk mencapainya.

2. Pengorganisasian

Fungsi ini merupakan sebuah proses untuk menetapkan struktur dan pembagian kerja.

3. Pengisian staf

Fungsi ini terdiri dari kegiatan memilih, mengembangkan, dan mempromosikan bawahan yang dilakukan oleh seorang manajer.

4. Pengambilan keputusan

Fungsi ini merupakan kegiatan menentukan tahapan yang harus dilaksanakan dan alternatif untuk mendapatkan hasil yang tepat.

5. Komunikasi

Kegiatan ini mengemukakan ide kepada bawahan untuk melaksanakan proses yang dibutuhkan dalam mendapatkan hasil.

6. Mengarahkan proses bimbingan

Kegiatan ini bertujuan untuk mengarahkan bawahan agar pelaksanaan aktivitas mengarah ke tujuan yang sama.

7. Pengawasan

Fungsi ini merupakan kegiatan untuk menilai proses yang sudah berjalan dan membandingkan dengan sasaran yang ingin dicapai.

Fungsi-fungsi manajemen terdiri dari *planning, organizing, staffing, motivating, controlling* (Terry, 2013). Berikut ini merupakan fungsi-fungsi manajemen:

1. *Planning*

Kegiatan menetapkan tujuan yang akan diwujudkan dimasa depan dengan menentukan tahapan dalam pencapaian tujuan.

2. *Organizing*

Kegiatan menyusun dan menetapkan aktivitas yang sangat penting, mendelegasikan kekuasaan oleh atasan kepada bawahan untuk pelaksanaan aktivitas yang penting dalam organisasi.

3. *Staffing*

Kegiatan menetapkan sesuatu yang dibutuhkan dalam pengelolaan sumber daya manusia seperti, membimbing, memilih, memberikan pengembangan kinerja.

4. *Motivating*

Memberikan bimbingan dan memberikan semangat kepada bawahan agar dapat mencapai tujuan.

5. *Controlling*

Menilai proses pelaksanaan kegiatan organisasi dengan tujuan yang ingin dicapai dan menetapkan sumber dari permasalahan dan menetapkan solusi dari permasalahan yang ada.

George R. Terry (dalam Maimunah et al., 2021) mengungkapkan terdapat empat fungsi dalam manajemen, yaitu:

1. *Planning*

Kegiatan membuat prediksi dengan mempertimbangkan fakta untuk masa depan dengan merencanakan kegiatan yang harus dilaksanakan.

2. *Organizing*

Aktivitas mengorganisir individu dalam organisasi melalui menempatkan anggota sesuai dengan kualifikasi dan memberikan wewenang kepada anggota

3. *Actuating*

Kegiatan mengarahkan pegawai untuk bekerja dengan maksimal untuk melaksanakan rencana yang sudah disinkronisasikan dengan tujuan.

4. *Controlling*

Kegiatan untuk melihat fungsi pelaksanaan sudah berjalan dengan tepat atau tidak, apabila total tepat pemimpin harus mengambil tindakan agar pelaksanaan berjalan dengan sesuai.

Manajemen sebagai sebuah ilmu dan seni diperlukan dalam seluruh kegiatan yang memiliki pencapaian tujuan. Manajemen juga diperlukan dalam sektor pariwisata untuk mengelola sumber daya yang ada untuk digunakan dengan baik untuk kepentingan masyarakat. Pariwisata diperlukan masyarakat sebagai sarana rekreasi atau lahan untuk mencari pendapatan. Dalam penelitian ini manajemen dilihat dari fungsi pelaksanaan atau fungsi *actuating*.

1.5.4 Manajemen Objek Wisata

Manajemen objek wisata diperlukan agar tempat yang memiliki sesuatu yang menarik memiliki nilai manfaatnya yang terjaga untuk masyarakat. Manajemen objek wisata dapat diwujudkan oleh masyarakat yang mempunyai urusan dalam kegiatan manajemen ini. Menurut Osmankovik (dalam Damanik & Teguh, 2012) manajemen objek wisata merupakan suatu kegiatan yang terkoordinasi antara *stakeholders* untuk menciptakan sebuah fenomena berwisata yang baik, kegiatan ini terdiri dari perencanaan wisata, promosi wisata, manajemen wisatawan dan pengelola serta pengembangan objek wisata. Menurut Leiper (dalam Pitana, 2012) manajemen objek wisata merupakan sebuah peran

yang dilaksanakan seseorang atau sekelompok untuk melaksanakan fungsi yang ada pada peran tersebut.

1.5.4.1 Fungsi Manajemen Objek Wisata

Manajemen objek wisata merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan agar pengelolaan sumber daya yang diperlukan dalam objek wisata dikelola secara maksimal. Dalam melaksanakan kegiatan manajemen objek wisata harus mengacu pada fungsi-fungsi manajemen yang ada. Pengelolaan objek wisata yang baik dalam usaha untuk mencapai tujuan dibutuhkan manajemen objek wisata melalui penerapan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan (dalam Baasit & Ernawati, 2015). Berikut ini merupakan fungsi manajemen objek wisata:

1. Perencanaan

Perencanaan adalah menentukan dan mempertemukan sebuah fakta dengan menggunakan prediksi mengenai peristiwa di masa mendatang melalui perancangan kegiatan yang perlu dilakukan dalam manajemen objek wisata. Perencanaan bertujuan untuk mempersiapkan input, proses, dan hasil yang lebih baik dalam manajemen objek wisata.

2. Pengorganisasian

Fungsi ini merupakan urusan pengaturan suatu pembagian tugas, hak dan kewajiban sumber daya manusia dalam organisasi yang mengelola objek

wisata. Pengorganisasian mengelompokkan sumber daya manusia, alat untuk melaksanakan manajemen objek wisata, wewenang dan tanggung jawab.

3. Penggerakan

Penggerakkan dibutuhkan untuk mendorong sumber daya manusia dalam pengelolaan objek wisata agar bertindak sesuai rencana. Penggerakkan merupakan aktivitas yang penting karena kegiatan ini bertujuan untuk menghentikan kesalahan yang terjadi sehingga dapat segera diatasi.

4. Pengawasan

Fungsi ini dilakukan setelah melaksanakan fungsi perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan dalam manajemen objek wisata. Pengawasan merupakan tindakan untuk menilai sebuah kesalahan dari kegiatan yang telah menghasilkan sebuah hasil.

Berbeda dengan fungsi manajemen yang dikemukakan Allison (dalam Suryani et al., 2016) menyebutkan fungsi manajemen objek wisata terdiri dari tiga, yaitu:

1. Fungsi Strategi

Fungsi strategi meliputi kegiatan untuk menetapkan tujuan dan prioritas organisasi yang mengelola objek wisata. Membuat perencanaan operasional untuk mencapai tujuan manajemen objek wisata.

2. Fungsi Manajemen Komponen Internal

Fungsi manajemen komponen internal meliputi kegiatan penyusunan sumber daya manusia, pengarahan tenaga manusia dan melakukan kegiatan

manajemen sumber daya manusia yang ada di organisasi yang mengelola objek wisata.

3. Fungsi Manajemen Komponen Konstituen Eksternal

Fungsi manajemen yang merupakan kegiatan pengelola objek wisata yang menjalin hubungan dengan pihak luar atau *stakeholders* yang berhubungan dengan objek wisata.

Manajemen objek wisata memiliki sejumlah unsur yang secara umum dapat diuraikan menjadi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan atau implementasi program, monitoring dan evaluasi (Damanik & Teguh, 2012). Adapun unsur-unsur tersebut adalah:

1. Perencanaan

Proses pengelolaan objek wisata menjadi sebuah proses yang layak apabila dilakukan dengan perencanaan. Inti utama dari tindakan manajemen adalah sebuah perencanaan yang jelas. Perencanaan ini dapat dilakukan untuk menentukan sumber daya dan rencana untuk mengembangkan pariwisata melalui penentuan tujuan, merumuskan anggaran, merumuskan sumber daya, merumuskan program manajemen dan rencana pembangunan fasilitas, aksesibilitas, dan atraksi wisata.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan sebuah unsur yang tidak dapat dilepaskan dalam manajemen objek wisata. Menentukan dan mengalokasikan sumber daya yang ada diorganisasi untuk melaksanakan pengelolaan objek wisata merupakan

bagian dari pengorganisasian. Pengalokasian sumber daya tidak hanya menempatkan dan memberikan pembagian tugas tapi juga mengatur metode pelaksanaan, serta menentukan sistem kompensasi untuk sumber daya yang sudah bekerja.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan pelaksanaan perencanaan yang didukung oleh sumber daya yang sudah diorganisasikan. Dalam fungsi ini pengelolaan fasilitas, atraksi, dan aksesibilitas merupakan hal yang penting. Pengelola juga harus melaksanakan promosi dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

4. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan dalam fungsi ini, yaitu kegiatan yang dilakukan untuk melihat apakah pelaksanaan manajemen objek wisata sudah sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan. Monitoring komponen objek wisata seperti fasilitas, aksesibilitas dan atraksi dilaksanakan dengan tujuan agar pengelolaan komponen wisata dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu memonitoring sumber daya manusia yang melaksanakan program dan monitoring anggaran juga sama pentingnya. Evaluasi dilakukan terakhir setelah fungsi manajemen objek wisata selesai direncanakan. Evaluasi dilakukan untuk menilai apakah kinerja anggota dan kondisi fasilitas, atraksi dan aksesibilitas sudah cukup baik atau harus ditingkatkan.

Manajemen objek wisata terdiri dari beberapa fungsi, Menurut Pasolong (dalam Chadijah et al., 2015) fungsi pada manajemen objek wisata terdiri dari manajemen kebijakan, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen informasi, dan manajemen hubungan luar:

1. Manajemen Kebijakan

Seorang manajer harus terlibat secara langsung dalam penentuan program wisata yang direncanakan untuk terlaksana dalam tahun anggaran tertentu dalam sebuah proses kebijakan. Manajemen melaksanakan sebuah pertemuan memberikan ide dan masukkan kepada pembuat kebijakan dan mempunyai peran dalam proses penentuan sebuah solusi yang kemudian diusulkan ke dalam pertemuan umum untuk dijadikan sebuah program.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Stoner (dalam Pasolong, 2013), mengatakan manajemen sumber daya manusia merupakan sebuah fungsi yang berkaitan dengan rekrutmen pegawai, penempatan pegawai, pemberian pelatihan, dan pengembangan organisasi. Sumber daya manusia sangat penting dalam manajemen objek wisata.

3. Manajemen Keuangan

Manajer juga harus mengelola keuangan organisasi yang mengelola objek wisata walaupun di dalam organisasi terdapat unit keuangan. Manajer harus

memikirkan bagaimana mendapatkan sebuah dana, melakukan perencanaan dan bagaimana menggunakan dana tersebut.

4. Manajemen Informasi

Keputusan manajer dalam pelaksanaan fungsi manajer harus memperhatikan informasi dan data yang ada dan tidak boleh diabaikan dalam proses pengambilan keputusan. Kuantitas dan kualitas informasi yang diketahui manajer merupakan sumber kekuatan untuk melakukan kerjasama dengan *stakeholders* dalam pengelolaan objek wisata.

5. Manajemen Hubungan Luar

Hubungan luar didalam organisasi yang mengelola objek wisata harus dilaksanakan dengan baik dan seorang manajemen harus melaksanakan kegiatan melakukan hubungan luar dengan pihak lain. Penyebab seorang manajer jarang melakukan kegiatan ini dikarenakan manajer yang memiliki sentralisasi kewenangan yang berlebihan sehingga kepentingan masyarakat tidak menjadi perhatian yang penting dan kepentingan pemerintah menjadi sesuatu yang dominan.

Mewujudkan suatu optimalisasi suatu objek wisata agar dapat berkembang dibutuhkan manajemen objek wisata yang terdiri dari fungsi manajemen objek wisata (Ritonga, 2016). Adapun fungsi manajemen objek wisata tersebut:

1. Perencanaan

Kegiatan menentukan apa yang pertama harus dikerjakan seperti menetapkan tujuan, menetapkan tujuan target dalam manajemen objek wisata, menetapkan

sumber daya yang ada dalam pengelolaan serta menetapkan standar pencapaian dalam objek wisata.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan langkah untuk meraih tujuan yang tersinkronisasi dengan perencanaan yang sudah dirancang dengan melaksanakan kegiatan membuat struktur pengelola objek wisata dengan membagi sebuah tugas sumber daya manusia.

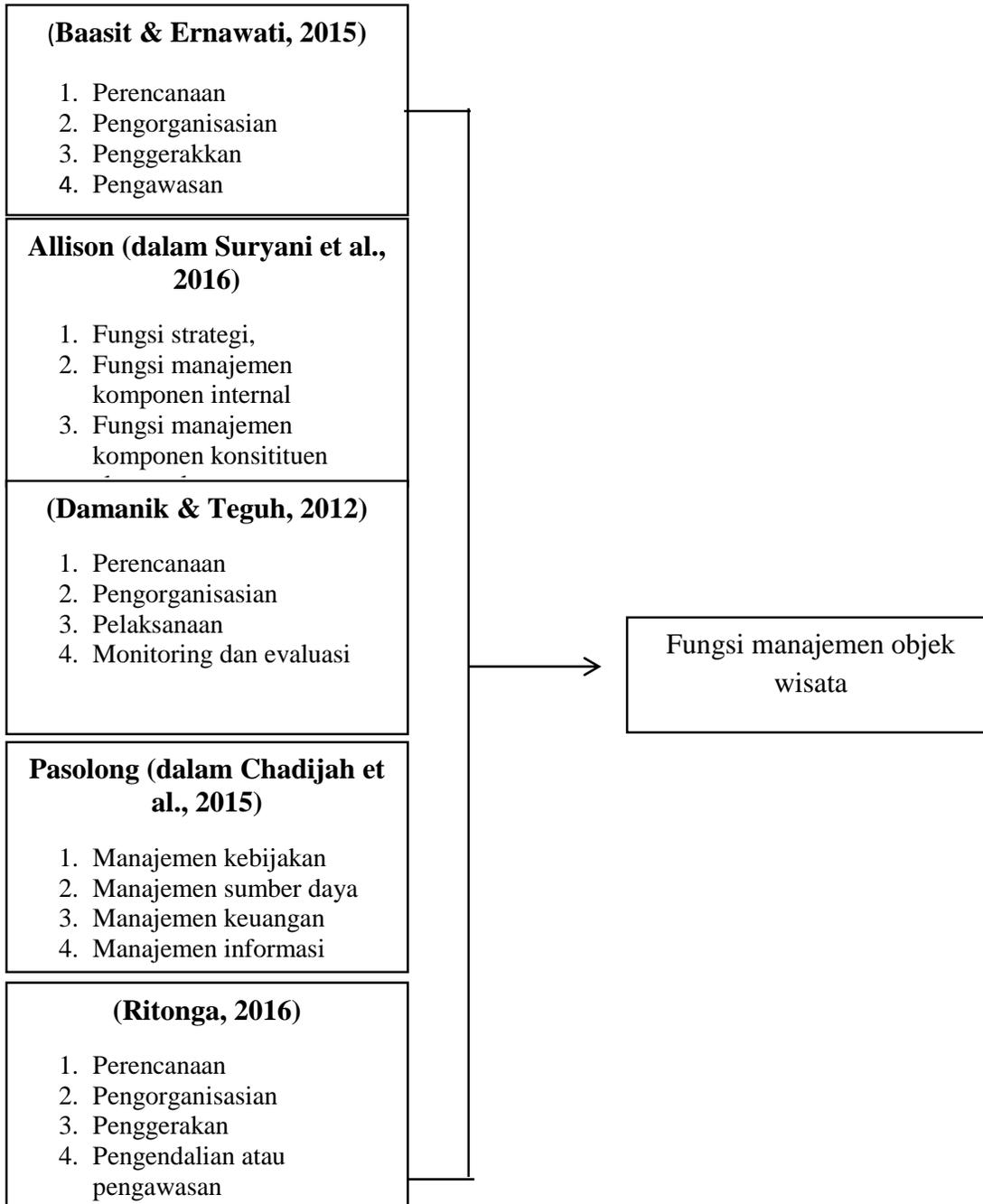
3. Penggerakan

Penggerakan adalah kegiatan yang membuat sumber daya manusia di organisasi menjalankan tugas dalam manajemen objek wisata. Penggerakan membutuhkan peran pemimpin, kepemimpinan sangat penting dalam fungsi ini.

4. Pengendalian atau pengawasan

Kegiatan ini bertujuan untuk menilai dan menuntun proses kegiatan manajemen objek wisata dengan mengidentifikasi adanya kesalahan dari hasil yang sudah ada. Fungsi ini dilakukan dengan mengintegrasikan perencanaan yang sudah ditetapkan untuk menghindari sebuah kegagalan dan memberikan sebuah pemecahan masalah dari permasalahan yang sudah diidentifikasi pada proses manajemen objek wisata.

Bagan 1.2
Fungsi Manajemen Objek Wisata



Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Dalam penelitian ini fungsi manajemen objek wisata yang digunakan adalah fungsi manajemen objek wisata menurut Janianton Damanik dan Frans Teguh (2012), yaitu fungsi pelaksanaan. Alasan peneliti memilih fungsi manajemen objek wisata ini karena fungsi pelaksanaan ini sesuai dengan fenomena yang ingin diteliti oleh peneliti untuk menjawab permasalahan mengenai manajemen objek wisata sehingga mendapatkan gambaran mengenai fungsi pelaksanaan pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang. Berikut ini merupakan penjelasan terkait fungsi pelaksanaan menurut Damanik dan Teguh:

1.5.4.4 Pelaksanaan

Pelaksanaan atau implementasi program merupakan kegiatan untuk melaksanakan rencana-rencana program wisata dengan memaksimalkan sumber daya yang ada diorganisasi. Rencana dalam manajemen objek wisata yang didukung oleh pengelolaan sumber daya yang tepat akan membuat implementasi program wisata terlaksana dengan baik. Pelaksanaan dalam manajemen objek wisata harus memperhatikan komponen utama dalam objek wisata, menurut Cooper (dalam Suwena, 2017) objek wisata harus memiliki komponen utama yang terdiri dari atraksi wisata, fasilitas wisata dan aksesibilitas. Menurut Crouch dan Ritchie (dalam Abdul Haji & Yusuf, 2016). Kegiatan yang dapat dilaksanakan dalam proses pelaksanaan atau implementasi program, yaitu:

1. Pengelolaan atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas secara fisik yang digunakan oleh wisatawan. Menurut Crouch dan Ritchie (dalam Abdul Haji & Yusuf, 2016) atraksi wisata adalah elemen utama yang menarik dari objek wisata dan berperan sebagai motivator utama bagi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata. Spillane (dalam Saway et al., 2021) mengungkapkan fasilitas fisik merupakan sarana pelayanan yang diberikan oleh pengelola objek wisata kepada wisatawan agar wisatawan dapat menikmati perjalanan wisata dan mempermudah wisatawan saat berada di objek wisata. Aksesibilitas wisata yang baik terdiri dari kemudahan mencapai tujuan wisata melalui penyediaan rambu-rambu atau petunjuk jalan, dan kualitas jalan untuk menuju ke objek wisata (Zaenuri, 2012). Kemajuan pariwisata akan membuat peningkatan kehidupan penduduk di daerah.
2. Pemberian wewenang dalam pengelolaan komponen wisata. Pemberian wewenang dalam pengelolaan objek wisata dilakukan oleh ketua agar bawahan dapat melaksanakan pengelolaan komponen wisata dengan baik. Pendelegasian atau pemberian wewenang bertujuan agar anggota dapat melaksanakan tugasnya dengan baik dan memiliki tanggung jawab terhadap wewenang yang diberikan (Rohman, 2017).
3. Peningkatan kualitas sumber daya manusia. Kegiatan ini sangat penting karena dampak yang diberikan akan mempengaruhi kualitas pelayanan suatu objek wisata. Profesionalisme sumber daya manusia merupakan target

penting yang harus didapatkan melalui aktivitas pengembangan sumber daya manusia di sektor wisata (Damanik & Teguh, 2012). Aktivitas pengembangan sumber daya manusia dapat dilaksanakan melalui pemberian pelatihan yang berkaitan dengan wisata.

4. Melakukan promosi maupun pemasaran destinasi pariwisata. Melaksanakan promosi wisata merupakan salah satu kegiatan inti dalam manajemen objek wisata (Damanik & Teguh, 2012). Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu promosi secara langsung atau memanfaatkan sosial media.

1.5.4.6 Faktor Penghambat Manajemen Objek Wisata

Dalam pelaksanaan manajemen objek wisata terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam proses manajemen dan hasil dari pelaksanaan manajemen sendiri. Faktor yang mempengaruhi manajemen objek wisata terdiri dari sumber daya manusia, anggaran, teknologi dan lingkungan (Zaenuri, 2012). Berikut ini merupakan faktor yang mempengaruhi yang menjadi pendukung atau penghambat manajemen objek wisata:

1. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia memiliki peran dan pengaruh yang sangat penting dalam sektor pariwisata. Aspek sumber daya manusia salah merupakan mesin untuk menggerakkan kehidupan industri pariwisata di suatu negara (Setiawan, 2016). Sumber daya manusia di sektor pariwisata merupakan sumber daya

yang harus ada di organisasi yang bergerak di sektor pariwisata. Keberhasilan tugas dan fungsi organisasi sangat ditentukan oleh sumberdaya yang dimiliki.

Pada industri pariwisata, organisasi sebagai pengelola mempunyai hubungan secara tidak langsung dengan wisatawan, hubungan ini bergantung pada kualitas individu pengelola sebagai pelaku wisata. Sumber daya manusia wisata yang berkualitas membuat kenyamanan dan kesenangan bagi wisatawan dalam berkunjung (Setiawan, 2016). Sumber daya manusia yang baik akan mampu mengembangkan potensi yang dimiliki organisasi dalam mengelola wisata (Zaenuri, 2012). Sumber daya manusia juga menjadi penentu pada perkembangan industri pariwisata. Kemampuan sumber daya manusia di sektor pariwisata akan membuat proses kerjasama yang berlangsung didalam organisasi berjalan dengan lancar sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam pengelolaan atau manajemen sebuah objek wisata dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas karena pengelolaan wisata membutuhkan seseorang yang memiliki kompetensi dan keahlian dalam manajerial, teknis dan memiliki kepemimpinan. Pendidikan merupakan salah satu aspek dalam menciptakan sumber daya manusia di sektor pariwisata yang berkualitas. Manusia yang memiliki pendidikan menjadi kebutuhan bagi organisasi karena memiliki wawasan untuk memecahkan masalah organisasi yang luas (Syafri & Alwi, 2014). Pelatihan juga merupakan alternatif upaya yang bisa dilakukan organisasi untuk meningkatkan kualitas pegawainya.

2. Anggaran

Faktor anggaran atau pendanaan pun tidak dapat dilepaskan dari keberhasilan organisasi di sektor pariwisata. Tanpa ada anggaran yang memadai sesuai dengan anggaran belanja yang dibutuhkan, organisasi akan mengalami kesulitan dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi dan menjadi kendala. Dana yang cukup untuk organisasi memberikan ketenangan dalam menjalankan tugas dan menjadi kekuatan. Organisasi wisata akan mampu mengembangkan potensi yang dimiliki bila didukung oleh kemampuan sumberdaya salah satunya keuangan (Zaenuri, 2012).

Tersedianya dana yang berlebihan dapat menjadi ancaman, ketika tidak didukung oleh SDM yang jujur dan profesional. Pembangunan pariwisata dapat berjalan dengan dana yang sedikit, tetapi untuk membangun hal tertentu membutuhkan dana yang besar seperti pembangunan sarana prasarana pendukungnya, misalnya untuk membangun restoran, penginapan, jalan, dan sarana pendukung pariwisata lainnya. Solusi untuk mendapatkan dana yang besar, yaitu mencari investasi dari pihak lain untuk membiayai pembangunan pariwisata. Kegagalan dalam pendanaan akan menyebabkan pengelolaan dan pengembangan pariwisata tidak dapat terlaksana sebagaimana yang direncanakan karena terhambat masalah dana yang tidak sesuai dengan kebutuhan.

3. Teknologi

Teknologi merupakan salah satu alat pendukung terhadap pencapaian tujuan organisasi tetapi teknologi dapat menjadi penyebab terjadinya perubahan dalam organisasi (Syafri & Alwi, 2014). Kehidupan manusia terus mengalami perkembangan, dan akan senantiasa mempengaruhi perkembangan pasar wisata. Perkembangan pasar pariwisata berkaitan dengan perkembangan teknologi yang membuat kebutuhan hidup semakin meningkat dan bervariasi (Zaenuri, 2012). Industri pariwisata saat ini mengalami perubahan tren karena perkembangan teknologi, dahulu masyarakat memilih ke biro perjalanan jika ingin melakukan perjalanan wisata, sekarang wisatawan dapat memilih dan mengatur tujuan destinasi melalui kecanggihan teknologi (Putra et al., 2020).

Perkembangan teknologi bisa dimanfaatkan untuk mendukung pelaksanaan dari peluang apabila dikuasai oleh organisasi jika organisasi tidak menguasainya maka dapat menjadi ancaman. Pengembangan pariwisata tidak akan dapat terlepas dan penggunaan teknologi. Penggunaan teknologi dapat dimanfaatkan pengelola wisata dalam mempromosikan objek wisatanya. Teknologi dalam promosi pariwisata adalah suatu sistem yang terkoordinasi yang dilakukan oleh kelompok di industri pariwisata yang berasal dari swasta maupun pemerintah untuk mencapai kepuasan wisatawan sehingga memperoleh keuntungan bagi kelompok (Manafe et al., 2016). Pengelola wisata dapat memanfaatkan sosial media sebagai tempat

untuk mempromosikan objek wisatanya secara gratis. Penelitian yang dilakukan (Arhisonnda, 2012) menunjukkan bahwa media sosial seperti *Facebook*, *Youtube* maupun *Instagram* memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Promosi media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di wisata (Susanto, B & Astutik, 2020).

4. Lingkungan

Lingkungan berperan penting bagi organisasi, yaitu lingkungan dapat menyediakan sumber daya dan lingkungan menawarkan batas atau kendala. Setiap organisasi yang besar atau organisasi kecil pada sektor swasta maupun sektor publik, semua tindakannya merupakan cara untuk menggunakan kekuatan dan peluang serta menangani kelemahan dan ancaman dari lingkungannya. Lingkungan sosial mencakup keterkaitan sosio-demografis masyarakat. Banyaknya para pendatang untuk berwisata bisa dijadikan peluang, sebaliknya penduduk pendatang dengan latar belakang dan budaya yang berbeda bisa menjadi ancaman, ketika justru menyalahgunakan kedatangannya dengan menunjukkan perilakunya yang tidak mendukung kelancaran dalam pengembangan wisata.

Jumlah penduduk dan kemungkinan untuk melakukan mobilitas, di satu sisi bisa menambah peluang untuk dapat menaikkan jumlah wisatawan tetapi dapat menambah persoalan ketika harus memanfaatkan fasilitas pariwisata yang belum mencukupi. Sikap dan perilaku pelaku wisata yang

membiarkan adanya perilaku kriminal di objek wisata menjadi dapat menjadi ancaman dalam pariwisata. Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan dan pengembangan objek wisata bisa menjadi peluang bagi sektor pariwisata (Zaenuri, 2012). Objek wisata juga harus menciptakan lingkungan berdasarkan sapta pesona. Sapta pesona adalah keadaan yang dilaksanakan untuk membuat wisatawan ingin berkunjung ke suatu daerah atau wilayah tertentu di Negara Indonesia (Rafi et al., 2015).

Faktor yang mempengaruhi manajemen objek wisata berasal dari faktor internal dan eksternal, faktor internal, yaitu sumber daya manusia, faktor eksternal yang mempengaruhi terdiri dari masyarakat, promosi wisata dan peraturan (Larasati, 2018).

1. Sumber Daya Manusia

Kunci dalam pembangunan pariwisata adalah sumber daya manusia yang merupakan faktor internal. Sumber daya manusia yang berkualitas dan inovatif menentukan keberlangsungan suatu objek wisata, sumber daya manusia ini yang akan mengembangkan potensi pariwisata yang ada di suatu daerah.

2. Masyarakat

Masyarakat sangat berperan penting dalam pengelolaan suatu objek wisata. Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan objek wisata membantu pengelola untuk meningkatkan kualitas objek wisata dan meningkatkan taraf ekonomi masyarakat. Masyarakat yang memiliki

kesadaran yang kurang dalam pelestarian lingkungan objek wisata serta pengetahuan mengenai wisata menjadi kendala dalam proses pengelolaan objek wisata.

3. Promosi Wisata

Pengelola harus memperlihatkan potensi objek wisata yang dikelolanya melalui cara yang efektif, yaitu promosi wisata. Promosi wisata bisa dilakukan dengan memanfaatkan media cetak, media sosial dan media elektronik ataupun melakukan promosi secara langsung. Kegiatan promosi yang dilakukan memberikan dampak yang baik untuk eksistensi objek wisata di kalangan masyarakat lokal maupun mancanegara.

4. Peraturan

Peraturan adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Tujuan adanya peraturan adalah agar manusia dapat dikendalikan dengan menaati aturan yang ada. Dalam pengelolaan objek wisata peraturan sangat penting karena bisa membatasi tindakan dari tindakan yang bersifat merugikan objek wisata.

Faktor yang mempengaruhi manajemen objek wisata terdiri dari dana dan sumber daya manusia (Shintani, 2020). Berikut ini merupakan faktor yang mempengaruhi manajemen objek wisata yang menjadi pendukung dan penghambat:

1. Dana

Dana dibutuhkan dalam manajemen objek wisata untuk memelihara sarana dan prasarana wisata. Dana yang tidak mencukupi akan menghambat proses pelaksanaan program yang sudah dibuat. Pelaksanaan program secara optimal membutuhkan dana yang sesuai.

2. Sumber Daya Manusia

Peran sumber daya manusia sangat besar dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata karena merupakan keseluruhan unsur untuk mendukung wisata yang dilakukan oleh wisatawan sehingga kepuasan wisatawan dapat terpenuhi. Kepuasan wisatawan memberikan dampak positif terhadap pendapatan di sektor pariwisata.

Faktor yang mempengaruhi manajemen objek wisata ialah faktor promosi dan faktor anggaran (Nurfadila, 2018). Berikut ini merupakan faktor yang mempengaruhi manajemen objek wisata:

1. Promosi

Promosi objek wisata merupakan aktivitas penting yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pengunjung di objek wisata. Promosi dapat dilakukan melalui memberikan informasi mengenai objek wisata di situs internet atau memanfaatkan teknologi lain yang lebih maju.

2. Anggaran

Anggaran yang mencukupi menjadi pendukung proses pengelolaan dan pengembangan objek wisata di suatu daerah. Pengelola harus memastikan

sumber anggaran tidak menjadi penghalang untuk mendapatkan anggaran pengelolaan objek wisata.

Faktor pendukung dan penghambat yang digunakan oleh peneliti, yaitu sumber daya manusia, teknologi, anggaran dan lingkungan. Faktor pendukung dan penghambat ini dikemukakan oleh Zaenuri (2012).

1.5.5 Pariwisata

Menurut Macintosh (dalam Yoeti, 2016), pariwisata adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh wisatawan yang menghasilkan sebuah tanda dan hubungan antara wisatawan dan organisasi yang melaksanakan pelayananan wisata, wisatawan dengan pemerintah dan wisatawan dengan masyarakat sebagai pemilik wisata. Leiper (dalam Yoeti, 2016) mengemukakan pariwisata terdiri dari unsur wisatawan, negara asal wisatawan, negara transit, dan negara tujuan wisatawan yang tergabung dalam skema terbuka yang saling berhubungan dalam lingkungan wisata. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah suatu yang memiliki hubungan dengan wisata seperti upaya dan usaha yang ada di bidang wisata.

Pariwisata adalah kegiatan yang dilaksanakan di suatu tempat dengan tempat yang lain yang memiliki waktu pelaksanaan yang tidak tetap atau bersifat sementara dengan tujuan memenuhi kebutuhan atau keinginan wisatawan (Yoeti, 2016). Leiper (Yoeti, 2016) memberikan batasan pada pariwisata dengan menekankan kepada lima unsur:

1. Wisatawan

Unsur manusia dalam pariwisata yang melaksanakan kegiatan perjalanan wisata.

2. Negara Asal

Negara tempat wisatawan yang mengunjungi wisata berasal.

3. Negara Transit

Negara yang merupakan tempat pemberhentian sementara oleh wisatawan sebelum mencapai tujuan wisata atau sebelum kembali ke negara asalnya.

4. Daerah Tujuan Wisata

Tempat atau negara tujuan yang direncanakan oleh wisatawan untuk melaksanakan kegiatan wisata.

5. Industri Pariwisata

Perusahaan wisata yang mempersiapkan kebutuhan wisatawan dan memberikan pelayanan kepada wisatawan yang melakukan perjalanan wisata.

Sebuah pariwisata harus memenuhi empat kriteria agar dapat disebut dengan pariwisata (Yoeti, 2016). Kriteria pariwisata tersebut, yaitu:

1. Kegiatan atau trip dilakukan ditempat yang berbeda atau diluar domisili wisatawan.
2. Tujuan trip yang dilakukan ialah untuk kebahagiaan tidak ada tujuan ekonomi seperti mencari nafkah di tujuan wisata.

3. Uang atau biaya yang dikeluarkan selama wisata merupakan uang yang diperoleh dari daerah asal wisatawan dan tidak didapatkan di daerah tujuan wisata.
4. Waktu perjalanan minimal 24 jam.

Pariwisata merupakan sesuatu yang berhubungan dengan wisata terdapat unsur yang menarik bagi wisatawan objek dan daya tarik wisata. Inti atau komponen objek wisata, yaitu:

1. Atraksi wisata terdiri dari atraksi alam, budaya dan buatan.
2. *Amenitas* atau fasilitas wisata.
3. Aksesibilitas merupakan segala hal yang berhubungan dengan kemudahan akses untuk mencapai tujuan wisata. Aksesibilitas juga terdiri unsur pendukung seperti masyarakat, pelaku industri pariwisata, dan yang membentuk skema terintegrasi untuk membuat sebuah motivasi bagi wisatawan untuk berkunjung.

Pariwisata merupakan suatu sektor kegiatan yang dilakukan dengan hubungan timbal balik antara penyedia pariwisata dan masyarakat yang menikmati layanan dengan tujuan rekreasi atau pemenuhan kebutuhan hidup dalam bidang ekonomi. Dalam pelaksanaannya pariwisata harus dapat memenuhi komponen atau unsur kepariwisataan. Pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat memiliki tidak bersifat tunggal, yang beberapa jenis perjalanan yang dilakukan wisatawan sesuai dengan motivasi yang mendasari kepergian tersebut.

Motivasi yang mendasari ini membuat terdapat perbedaan jenis pariwisata sesuai tujuan dari pelaksanaan pariwisata itu sendiri.

1.5.5.1 Jenis Pariwisata

Pengembangan pariwisata harus terus dilakukan, dan untuk melaksanakan kepentingan itu perlu adanya pembeda pariwisata dengan jenis pariwisata lainnya. Jenis pariwisata yang dikembangkan akan dapat terwujud seperti diharapkan dari kepariwisataan itu sendiri. Menurut letak geografis, kegiatan pariwisata berkembang jenis pariwisata dibedakan menjadi:

1. Pariwisata lokal

Pariwisata ini memiliki jangkauan yang kecil dan terbatas dalam daerah tertentu seperti kepariwisataan Kota Malang, kepariwisataan Kota Pekanbaru.

2. Pariwisata regional

Pariwisata ini memiliki ruang lingkup pengembangannya di dalam suatu wilayah tertentu. kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, seperti ruang lingkup nasional dan internasional. Contoh dari jenis pariwisata ini adalah kepariwisataan Jawa Tengah, Kepariwisataan NTT.

3. Pariwisata nasional

Pariwisata ini pengembangannya dilakukan dalam suatu negara, orang yang melakukan pengembangannya berasal dari warga negara sendiri maupun warga negara asing.

4. Pariwisata regional-internasional

Pariwisata ini dikembangkan dalam wilayah yang terbatas internasional, batas ini lebih dari dua negara dalam wilayah pengembangan tersebut. Contohnya adalah kepariwisataan ASEAN.

5. Pariwisata internasional

Kegiatan pariwisata ini dikembangkan oleh banyak negara yang ada di dunia dan wisatawan yang berkunjung berasal dari Negara yang berbeda.

Selain jenis pariwisata yang dibedakan berdasarkan letak geografis, pariwisata juga dibedakan menurut objek. Menurut Objeknya, jenis pariwisata dibedakan menjadi:

1. *Cultural tourism*

Pariwisata ini dilakukan oleh wisatawan yang mempunyai motivasi untuk menikmati wisata yang memiliki daya tarik seni atau budaya.

2. *Recuperational tourism*

Pariwisata ini dilakukan oleh wisatawan yang memiliki motivasi untuk menyembuhkan penyakit dengan perjalanan wisata. Contohnya ialah mandi di sumber air panas, mandi lumpur.

3. *Commercial tourism*

Pariwisata ini dilakukan oleh wisatawan yang memiliki motivasi wisata yang berhubungan dengan kegiatan perdagangan.

4. *Sport tourism*

Pariwisata ini dilakukan oleh wisatawan yang memiliki motivasi wisata untuk melihat acara olahraga di daerah tujuan wisata.

5. *Political tourism*

Pariwisata ini dilakukan oleh wisatawan yang memiliki motivasi wisata untuk melihat suatu kejadian yang terjadi dalam suatu negara. Contohnya ialah melihat acara peringatan hari kemerdekaan suatu negara.

6. *Social tourism*

Pariwisata ini dilakukan oleh wisatawan yang memiliki tujuan wisata, yaitu untuk tidak mencari keuntungan. Contohnya ialah study tour, piknik.

7. *Religion tourism*

Pariwisata ini dilakukan oleh wisatawan yang memiliki motivasi wisata untuk melihat upacara keagamaan.

8. *Marine tourism*

Pariwisata ini dilakukan oleh wisatawan dengan motivasi, yaitu untuk menikmati fasilitas wisata untuk berenang, memancing, menyelam.

Ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal menurut Pendit (dalam Prihati, 2015) , yaitu:

1. Wisata Budaya

Kegiatan wisata yang dilakukan dengan motivasi, yaitu memperluas pemikiran seseorang tentang kehidupan dengan melaksanakan perjalanan ke

tempat lain dengan mempelajari budaya masyarakat, kebiasaan dan adat istiadat.

2. Wisata Kesehatan

Kegiatan wisata yang dilakukan untuk mendapatkan kesehatan jasmani dan rohani dengan melakukan perjalanan wisata ke lingkungan yang lebih baik.

3. Wisata Olahraga

Kegiatan wisata yang dilakukan dengan tujuan berolahraga atau mengikuti rangkaian acara olahraga secara langsung di daerah tujuan wisata.

4. Wisata Komersial

Kegiatan wisata yang didapatkan melalui sebuah pembayaran, dengan tujuan wisata, yaitu tempat pameran-pameran dan pekan raya.

5. Wisata Industri

Wisata ini dilakukan oleh sekelompok pelajar atau masyarakat yang melakukan perjalanan wisata ke daerah perindustrian, yang bertujuan untuk mengadakan sebuah penelitian.

6. Wisata Bahari

Perjalanan wisata ini menuju objek wisata yang berlokasi di danau, pantai, atau laut

7. Wisata Cagar Alam

Wisata ini dikelola oleh biro perjalanan dengan tujuan wisata, yaitu ke tempat yang dilindungi oleh undang-undang seperti cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan.

8. Wisata Bulan Madu

Wisata ini dilaksanakan oleh pasangan yang baru saja menikah dengan fasilitas khusus yang disediakan oleh pengelola dengan menjamin kepuasan pasangan sebagai seorang wisatawan.

1.5.5.2 Objek dan Daya Tarik Wisata

Ciri dan latar belakang wisatawan yang berbeda membuat beragam kebutuhan dan keinginan wisatawan terhadap produk wisata. Pengelola wisata untuk memenuhi semua keinginan wisatawan membutuhkan objek wisata yang memiliki daya tarik sehingga dapat menjadi sebuah alasan bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Objek wisata harus memenuhi beberapa persyaratan, yaitu objek wisata dapat dilihat oleh wisatawan, dapat dilakukan, dan objek wisata dapat dibeli (Yoeti, 2016). Objek dan daya tarik wisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan yang memiliki ketertarikan untuk mengunjungi daerah wisata (Damanik et al., 2018). Menurut Surat Keputusan Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No.KM 98/PW: 102/MPPT-87, objek wisata adalah keadaan alam yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata sehingga mempunyai sebuah pesona daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung.

Objek wisata memiliki dua kategori yang terdiri dari objek wisata alam dan objek wisata sosial budaya (Damanik et al., 2018). Berdasarkan sumber daya

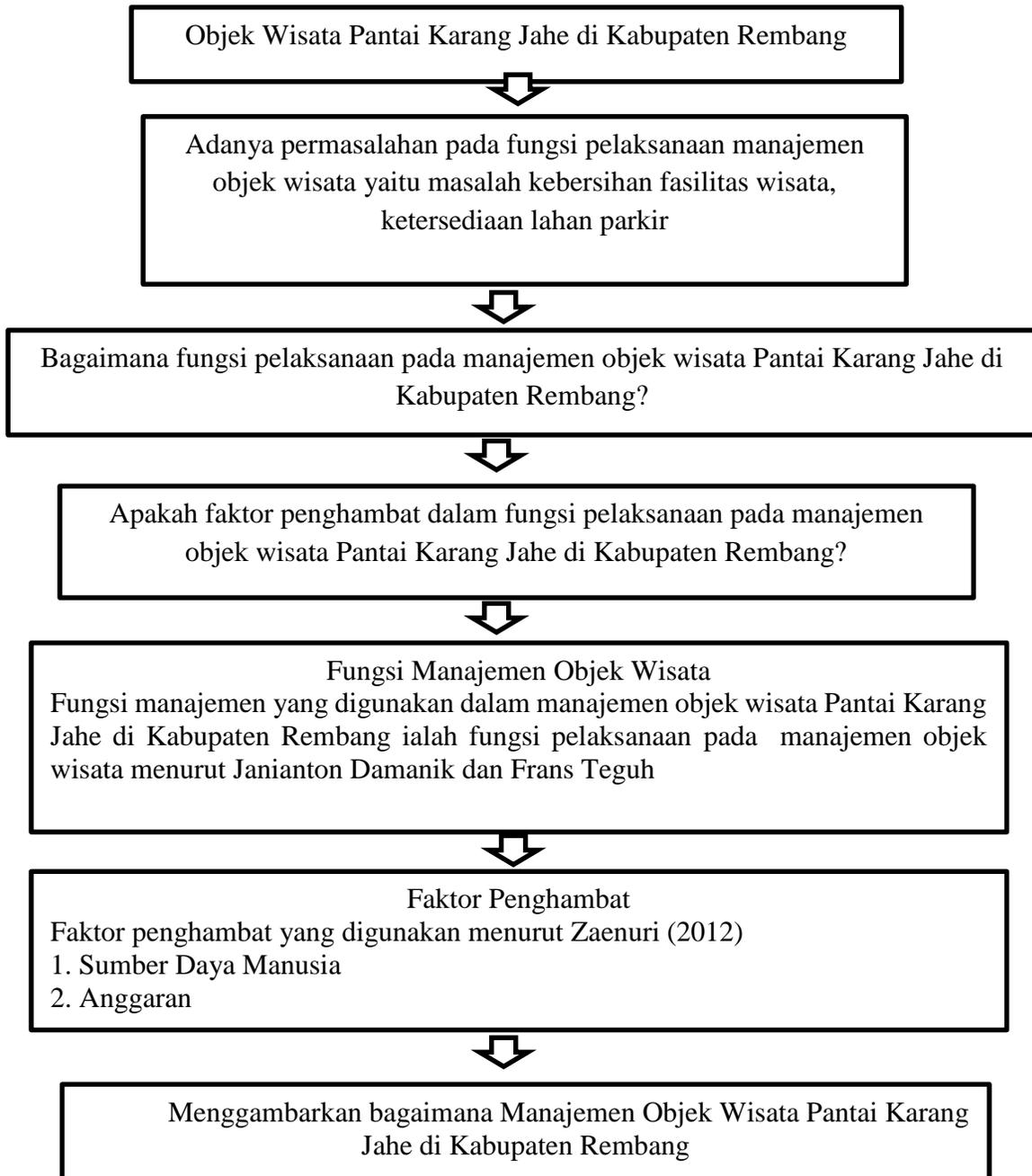
objek wisata yang memiliki daya tarik bisa membuat perasaan senang, nyaman, kondisi yang bersih bagi para wisatawan. Aksesibilitas yang tersedia dengan baik merupakan daya tarik sebuah objek wisata karena wisatawan dapat dengan mudah mengunjungi objek wisata. Sarana dan prasarana yang menunjang merupakan ciri objek wisata yang mempunyai daya tarik wisata. Objek wisata yang memiliki daya tarik wisata harus selalu dijaga dengan melaksanakan pengelolaan yang tepat karena objek wisata merupakan bagian dari pariwisata.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Konsep dan Definisi Konsep	Fenomena	Aspek Fenomena
<p>Manajemen objek wisata</p> <p>Manajemen objek wisata adalah tindakan yang dilakukan oleh pengelola pariwisata untuk mengatur aktivitas dalam kegiatan pariwisata agar dapat memenuhi keinginan wisatawan yang berkunjung.</p>	<p>Pelaksanaan</p> <p>Pelaksanaan merupakan kegiatan mengelola komponen wisata melalui memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang ada diorganisasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan fasilitas wisata 2. Pengelolaan atraksi wisata 3. Pengelolaan aksesibilitas wisata 4. Pemberian wewenang dalam pengelolaan fasilitas, atraksi, dan aksesibilitas 5. Kebersihan objek wisata 6. Pelatihan pengembangan kompetensi 7. Kegiatan promosi/ pemasaran objek wisata
<p>Faktor Penghambat</p> <p>Faktor yang membuat pelaksanaan manajemen tidak berjalan dengan baik sehingga dapat menjadi ancaman dalam pencapaian tujuan manajemen objek wisata</p>	<p>Sumber Daya Manusia</p> <p>Sumber daya manusia merupakan faktor yang penting dalam manajemen objek wisata, sumber daya manusia merupakan mesin penggerak dalam pengelolaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Sumber Daya
	<p>Anggaran</p> <p>Anggaran merupakan sumber daya dalam manajemen objek wisata yang digunakan untuk membiayai pelaksanaan rencana yang sudah ditetapkan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Anggaran manajemen objek wisata

1.7 Argumen Penelitian

Bagan 1.3 Argumen Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti, 2021

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang berjudul “Manajemen Objek Wisata Pantai Karang di Kabupaten Rembang” adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif ini digunakan oleh peneliti untuk menggambarkan fenomena-fenomena secara faktual dan akurat mengenai manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang sehingga jawaban dari penelitian dapat terjawab secara maksimal. Keterlibatan peneliti merupakan bentuk tanggung jawab dalam proses pengumpulan data penelitian.

1.8.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian adalah Pantai Karang Jahe di Desa Punjulharjo. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di Pantai Karang Jahe yang terletak di Desa Punjulharjo adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe, dan faktor pendukung dan penghambat pada manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah informan dalam penelitian mengenai manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe. Spradley (dalam Sugiyono, 2010), menjelaskan mengenai kriteria yang harus dipenuhi dalam menentukan

seseorang menjadi informan, ciri-ciri informan yang baik menurut adalah sebagai berikut:

1. Seseorang yang memahami sesuatu melalui proses sosial dan menghayatinya bukan hanya mengetahui sesuatu secara sekilas.
2. Seseorang yang terlibat langsung pada aktivitas dari sesuatu yang diteliti oleh peneliti.
3. Seseorang yang mempunyai waktu yang cukup untuk memberikan informasi kepada peneliti.
4. Seseorang yang menyampaikan informasi secara akurat bukan informasi hasil karangannya sendiri.
5. Seseorang yang pada awalnya cukup asing dengan peneliti sehingga menggairahkan untuk dijadikan guru atau narasumber.

Penelitian ini mempunyai instrumen penelitian, yaitu peneliti itu sendiri. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument* harus menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Informan pada penelitian ini dipilih dengan metode *snowball sampling*. Alasan peneliti memilih *snowball sampling* adalah data yang didapatkan menggunakan metode ini merupakan data yang maksimal karena bersumber dari banyak informan yang direkomendasikan oleh informan utama. Metode *snowball sampling* merupakan teknik pengumpulan data melalui

informan yang awalnya memiliki jumlah data yang sedikit dan pada akhirnya membesar karena data yang didapatkan semakin banyak melalui informan lain yang direkomendasikan oleh informan pokok. Penentuan informan lainnya dalam penelitian ini didapatkan melalui informan pokok, yaitu Ketua Unit Pengelola Pantai Karang Jahe yang memiliki pengetahuan mengenai manajemen objek wisata di Pantai Karang Jahe. Berikut ini merupakan pihak yang menjadi informan di dalam penelitian:

Tabel 1.4 Data Informan Penelitian

No	Instansi	Jabatan	Kode Informan	Keterangan
1	Unit Pengelola Pantai Karang Jahe	Ketua	I1	Informan pokok
		Sekretaris	I2	Informan pangkal
		Koordinator Kebersihan	I3	Informan pangkal
2	BUMDes Punjulharjo	Bendahara	I4	Informan pangkal
3	Pelaku wisata	Pemilik warung usaha	I5	Informan pangkal

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 1.4, informan yang menjadi subjek dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu informan pokok dan informan pangkal. Informan pokok adalah orang yang memahami mengenai manajemen pengelolaan objek wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang, yaitu Ketua Unit Pengelola

Pantai Karang Jahe. Informan pangkal dalam penelitian ini adalah sekretaris, koordinator kebersihan di Unit Pengelola Pantai Karang Jahe, bendahara BUMDes Punjulharjo dan pelaku usaha di Pantai Karang Jahe yang memberikan informasi pelengkap sehingga data yang didapatkan semakin mendalam.

1.8.4 Jenis Data

Jenis data dibedakan menjadi dua, yaitu kualitatif dan kuantitatif (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

1. Data Kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang ditampilkan dalam bentuk skema, gambar dan narasi kata. Data kualitatif dalam penelitian ini, yaitu gambaran umum Pantai Karang Jahe, visi misi Unit Pengelola Pantai Karang Jahe, Standar Operasional Prosedur anggota Unit Pengelola Pantai Karang Jahe, dan gambar observasi Pantai Karang Jahe.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah merupakan data yang ditampilkan dalam bentuk angka dan dapat diukur secara langsung. Data jumlah wisatawan Pantai Karang Jahe merupakan data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini.

1.8.5 Sumber Data

Penelitian yang berjudul “Manajemen Objek Wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang” menggunakan sumber data yang berasal dari:

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi penelitian yang didapatkan dari sumber-sumber primer melalui narasumber atau informan. Data ini didapatkan peneliti melalui wawancara dengan informan dan observasi di objek wisata Pantai Karang Jahe.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berisi informasi yang didapatkan melalui pihak ketiga (Wardiyanta, 2010). Data sekunder bersumber dari berbagai literatur dan hasil penelitian yang terkait dengan penelitian manajemen objek wisata Pantai Karang Jahe.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data. Teknik tersebut adalah:

1. Observasi

Menurut Nasution (dalam Sugiyono, 2016), observasi adalah metode yang pertama harus dilakukan dalam melaksanakan sebuah penelitian ilmiah. Metode ini mengharuskan syarat-syarat tertentu dapat menjamin. Metode ini digunakan untuk dapat memahami sebuah kondisi yang rumit dan metode observasi adalah sebuah solusi. Data yang dihasilkan dari pelaksanaan metode ini harus deskriptif untuk memberikan pemahaman kepada pembaca

mengenai apa dan bagaimana kondisi tertentu terjadi. Sanafiah Faisal (dalam Sugiyono, 2016) mengelompokkan observasi menjadi tiga bagian, yaitu:

- 1) Observasi berpartisipasi
- 2) Observasi secara terang-terangan dan tersamarkan
- 3) Observasi yang tak berstruktur

Peneliti menggunakan observasi tidak berstruktur sebagai observasi awal yang digunakan untuk memperkuat latar belakang penelitian.

2. Wawancara

Esterberg (dalam Sugiyono, 2016) mengemukakan wawancara adalah kegiatan yang dilakukan oleh dua orang dengan tujuan memperoleh informasi melalui tanya jawab sehingga dapat menemukan makna pada suatu topik. Metode ini terdiri dari cara yang digunakan untuk tujuan tertentu, yaitu mendapatkan sebuah penjelasan secara lisan dari seorang responden melalui percakapan yang telah dilaksanakan. Peneliti harus fokus dalam wawancara karena untuk memastikan dan menjamin sebuah reliabilitas dan validitas data. Berikut ini merupakan karakteristik teknik penelitian:

- 1) Dapat diproduksi ulang, orang lain bisa menggunakan panduan topik yang sama untuk menghasilkan informasi yang sama
- 2) Sistematis, memastikan pertanyaan penelitian terarah dan berjenjang sehingga data yang diperoleh bukan sekedar karena objek penelitian

bukan hanya memilih diwawancarai atau mendukung ide-ide peneliti yang sudah mengarahkan jawaban.

- 3) Kredibel, pertanyaan yang peneliti ajukan memenuhi kriteria sebagai sebuah pertanyaan yang dapat menghasilkan data-data yang valid terhadap fenomena yang hendak diteliti.
- 4) Transparan, proses wawancara harus ditulis sehingga pembaca dapat melihat bagaimana data dikumpulkan dan dianalisis. Keterampilan dan pelatihan pewawancara sangat penting untuk memaksimalkan validitas dan keandalan data wawancara.

Dalam wawancara terdapat tujuh tahapan menurut Lincoln dan Guba (dalam Sugiyono, 2016). Berikut ini merupakan tahapan wawancara:

- 1) Menetapkan responden atau informan wawancara.
- 2) Mempersiapkan inti masalah yang akan menjadi topik pembicaraan.
- 3) Membuka proses wawancara.
- 4) Melaksanakan proses wawancara.
- 5) Memastikan kembali hasil wawancara dan mengakhiri proses wawancara.
- 6) Menuliskan hasil wawancara ke dalam bentuk catatan atau tulisan.
- 7) Menentukan tindakan yang harus dilakukan setelah hasil wawancara diperoleh.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan atas suatu kejadian yang sudah terjadi di masa lampau. Dokumen disajikan dalam tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2016). Dokumen merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian peneliti yang bersifat kualitatif. Dokumen yang diambil ialah dokumen yang diperlukan untuk menggali informasi tentang struktur organisasi, dan data yang tercetak mengenai informasi-informasi yang ada di Unit Pengelola Pantai Karang Jahe.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu observasi secara tidak terstruktur, wawancara, dan dokumentasi.

1.8.7 Teknik Analisis Data

Bogdan (dalam Sugiyono, 2016) mengemukakan analisis data adalah kegiatan untuk menemukan dan membuat data menjadi sistematis yang didapatkan melalui proses wawancara, catatan lapangan dan sumber lain sehingga data ini dapat menjadi informasi yang dapat dipahami oleh orang lain. Menurut Milles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2016) kegiatan ini terdiri dari tiga proses, yaitu:

1. Reduksi Data

Kegiatan ini dilakukan melalui proses penentuan, penyederhanaan dan mengubah data kasar yang diperoleh di lapangan. Reduksi data adalah kegiatan analisis yang mengelompokkan, mengarahkan, membuang sebuah

data yang tidak diperlukan, dan menyusun data tersebut untuk menciptakan sebuah kesimpulan akhir. Data yang sudah melalui tahap reduksi membuat data yang diperoleh menjadi lebih jelas dan membantu peneliti untuk menemukan data yang lain.

2. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui uraian singkat, bagan, *flowchart* dan sejenis itu. Biasanya data disajikan dalam bentuk narasi atau deskriptif tulisan.

3. Penarikan Kesimpulan

Proses ini dilaksanakan setelah peneliti melakukan proses reduksi data dan penyajian data. Penarikan kesimpulan bisa menjawab persoalan dan bisa tidak menyelesaikan persoalan. Kesimpulan dalam penelitian ini merupakan sesuatu yang baru dan belum pernah didapatkan dan dapat disajikan dalam bentuk deskripsi tulisan, hubungan kausal, hipotesis atau teori.

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1.8.8 Kredibilitas Penelitian

Kredibilitas merupakan derajat kepercayaan terhadap penelitian yang bertujuan untuk melaksanakan pemeriksaan sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai. Kredibilitas penelitian berfungsi untuk

memperlihatkan sebuah ukuran nilai kepercayaan hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti (Moloeng, 2018). Langkah-langkah yang dapat ditempuh untuk menjaga kredibilitas penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perpanjangan keikutsertaan

Peneliti melakukan pengamatan kembali di lokasi penelitian, yang bertujuan mengetahui kebenaran informasi yang telah didapatkan dan untuk menemukan informasi yang baru.

2. Ketekunan pengamatan

Kegiatan ini dilaksanakan dengan bertujuan menemukan tanda dan unsur situasi yang sesuai dengan permasalahan peneliti yang ada didalam penelitian sehingga informasi yang didapatkan lebih akurat dan mendalam.

3. Triangulasi

Kegiatan ini dilakukan dengan memverifikasi data yang sudah ada dengan membandingkan teori, sebuah metode dan sumber lain yang terpercaya.

4. Pemeriksaan sejawat melalui diskusi

Diskusi dilakukan untuk menambah informasi bagi peneliti mengenai masalah yang diteliti.

5. Analisis kasus negatif

Kegiatan ini dilakukan untuk menemukan data yang bertentangan dan tidak sesuai dengan data yang sudah diperoleh peneliti sebagai bahan pembanding penelitian.

6. Pengecekan Anggota

Kegiatan ini dilakukan untuk memastikan secara langsung anggota atau informan yang memberikan informasi kepada peneliti.

7. Kecukupan Referensi

Kecukupan bahan referensi yang digunakan dalam proses penelitian untuk memeriksa penelitian yang sudah dihasilkan.

Kredibilitas penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah perpanjangan keikutsertaan, ketekunan penelitian, triangulasi, pengecekan anggota dan kecukupan referensi.