

BAB 2

KONSEP PERENCANAAN

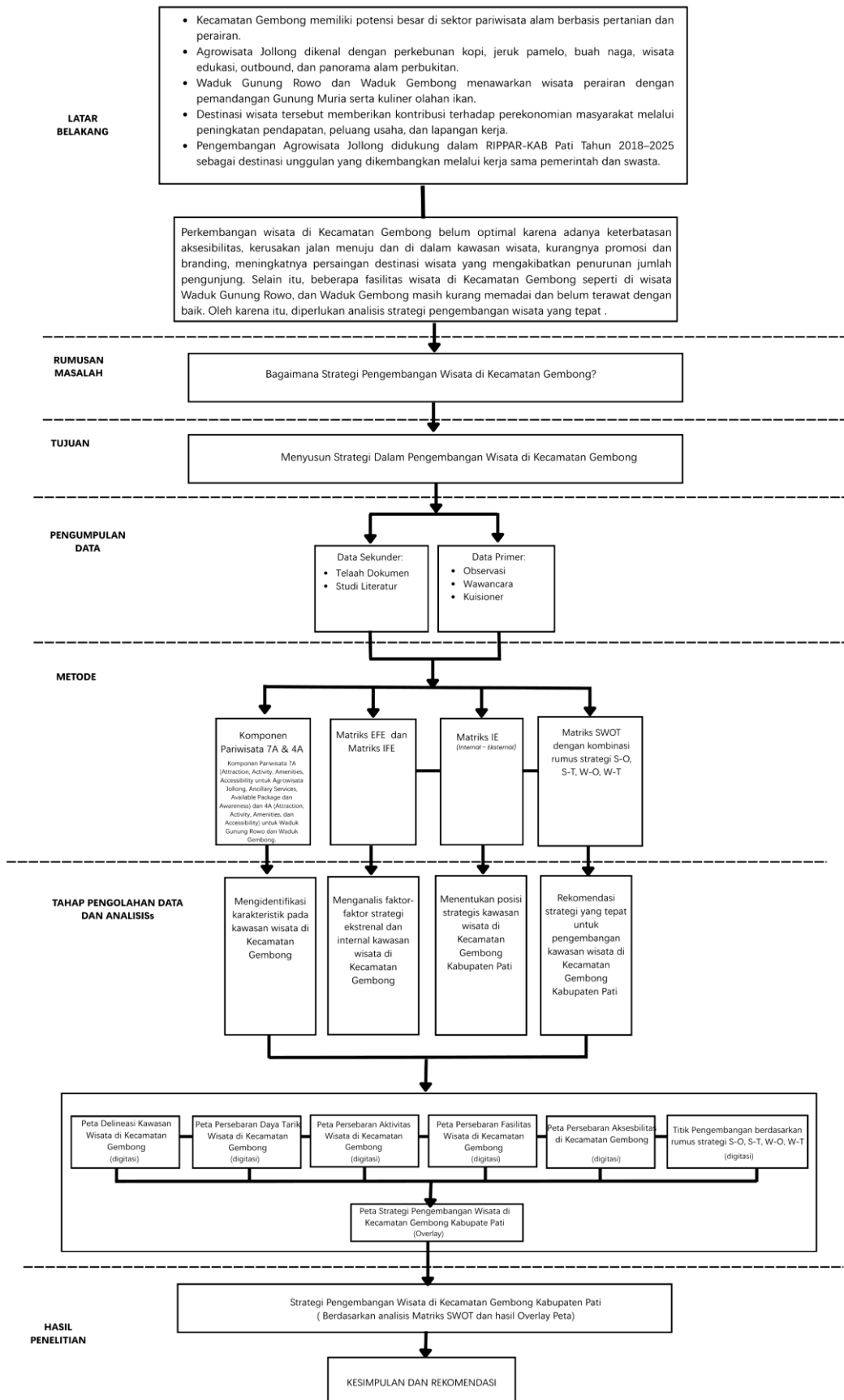
2.1 Konsep Perencanaan Pariwisata

Perencanaan dalam pengembangan wisata di Kecamatan Gembong difokuskan pada upaya untuk memaksimalkan potensi kawasan alam, pertanian, dan perairan sebagai daya tarik utama wisata, melalui pengelolaan yang terarah, terpadu, dan berkelanjutan. Pertama yang dilakukan yaitu dengan pendekatan komponen 7A (*Attraction, Activity, Amenities, Accessibility, Ancillary Services, Available Package* dan *Awareness*) dan 4A (*Attraction, Activity, Amenities, dan Accessibility*) untuk mengidentifikasi karakteristik untuk kebutuhan kawasan wisata secara menyeluruh. Pada analisis komponen wisata, penelitian ini juga memanfaatkan peta spasial seperti peta deliniasi kawasan wisata, persebaran daya tarik, aktivitas, fasilitas, dan aksesibilitas untuk mengetahui lokasi, sebaran, dan keterkaitan antar komponen, serta nantinya peta - peta tersebut di overlaykan dengan titik pengembangan wisata melalui hasil penyusunan strategi yang didapatkan.

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) memakai alat bantu matriks IFE-EFE dan matriks IE untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal serta mengetahui posisi strategi yang tepat dengan kondisi eksisting serta potensi kawasan wisata di Kecamatan Gembong. Setelah posisi strategi diperoleh, dilakukan penyusunan alternatif strategi menggunakan Matriks SWOT yang menghasilkan strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T.

Melalui konsep ini diharapkan wisata yang ada di Kecamatan Gembong dapat menjadi contoh pengelolaan destinasi wisata berbasis pertanian dan perairan yang tidak hanya menarik bagi wisatawan, tetapi juga menjaga keberlanjutan sumber daya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Konsep perencanaan yang dilakukan disajikan dalam bentuk kerangka konsep penelitian. Kerangka konsep ini berguna bagi peneliti dalam menjelaskan alur penelitian yang akan dilakukan. Berikut disajikan proses penelitian berjudul “Strategi Pengembangan Wisata di Kecamatan Gembong Kabupaten Pati” yang diawali latar belakang, rumusan masalah, tujuan, proses, hingga *output* dari penelitian ini.



Sumber: Hasil Analisis, 2025

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep Penelitian

2.2 Dasar Teori Konsep Perencanaan

2.2.1 Pariwisata

Pariwisata Menurut Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha (Chaerunissa & Yuniningsih, 2020). Perjalanan wisata ini berlangsung dalam jangka waktu tidak lebih dari 1 tahun secara berturut – turut untuk tujuan bersenang – senang, bisnis, dan lainnya. Pariwisata memiliki potensi yang besar untuk berkembang baik menjadi sektor berskala global dan menjadi penggerak utama untuk pertumbuhan ekonomi, terbukanya peluang lapangan pekerjaan, dan memberikan pengaruh pada pembangunan serta pendapatan pada suatu daerah (Saragih, 2022).

2.2.2 Agrowisata

Agrowisata adalah sebuah produk wisata yang mengkolaborasikan aktivitas pertanian (agro) dan rekreasi di dalam lingkungan pertanian. Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki kekayaan alam dan hayati yang beragam, komoditas pertanian dengan keragaman dan keunikannya menjadi daya tarik kuat untuk dijadikan agrowisata (Adriani, 2024).

2.2.3. Ketentuan Umum Zonasi Kawasan Sekitar Waduk

Menurut PERDA Kabupaten Pati Nomor 2 Tahun 2021 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pati Tahun 2010- 2030, ketentuan umum zonasi kawasan sekitar waduk diatur sebagai berikut:

1. Diperbolehkan melakukan kegiatan yang mampu melindungi atau memperkuat perlindungan kawasan sekitar waduk berupa penghijauan dan kontruksi
2. Diperbolehkan terbatas untuk kegiatan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan, pariwisata, olahraga, aktivitas budaya, dan keagamaan
3. Diperbolehkan terbatas untuk bangunan prasarana sumber daya air, jalan akses, jembatan dan dermaga, jalur perpipaan air dan air minum, rentangan kabel listrik dan telekomunikasi, prasarana pariwisata, olahraga dan keagamaan, prasarana dan sarana sanitasi, bangunan ketenagalistrikan, dan
4. Diperbolehkan bersyarat untuk kegiatan pertanian dan perikanan yang tidak merusak dan/atau mengganggu fungsi kawasan sekitar waduk.

2.2.4 Konsep 7A dan 4A

Konsep 7A (*Attraction, Activity, Amenities, Accessibility, Ancillary Services, Available Package* dan *Awareness*) dan 4A (*Attraction, Activity, Amenities, dan Accessibility*) membantu pengelola wisata dalam menilai kelengkapan dan kesiapan suatu destinasi wisata sehingga potensi yang ada menjadi daya tarik wisata yang berkelanjutan.

Attraction merupakan elemen penting pada ruang wisata yang memiliki daya tarik untuk meningkatkan jumlah pengunjung agar berkunjung ke suatu tempat wisata. *Accessibility* merupakan kemudahan transportasi yang mencakup seberapa mudah wisatawan mendapatkan informasi tentang rute perjalanan, biaya, jadwal transportasi, hingga kenyamanan selama berada di lokasi (Dimas Herdy Utomo, 2025). *Amenities* adalah segala fasilitas pendukung yang membuat kunjungan wisata terasa menyenangkan dan nyaman, seperti tempat makan, toilet, mushola, area istirahat, hingga pusat oleh – oleh. *Ancillary services* adalah fasilitas jasa lainnya yang diberikan kepada wisatawan sebagai sarana penunjang aktivitas wisata, contohnya: pemandu wisata lokal, layanan persewaan transportasi (Laela Susanto, 2022). *Activity* adalah kegiatan tambahan yang menarik bagi wisatawan dan membuat wisatawan terhibur, namun tidak menggantikan posisi dari atraksi wisata sebagai elemen penting dari objek wisata. *Available Package* adalah rancangan perjalanan wisata yang sudah tersusun secara tetap, dengan harga tertentu yang mencakup biaya – biaya untuk akomodasi, transportasi, serta kebutuhan wisata lainnya (Nainggola & Pakpahan, 2024). *Awareness* adalah salah satu indikator yang penting dalam pemasaran destinasi wisata. Tingkat kemampuan wisatawan dalam mengenali dan mengingat suatu wisata, kemudian mempengaruhi preferensi dan keputusan wisatawan untuk datang ke suatu objek wisata (Angraini, 2026).

2.2.5 Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan pariwisata merupakan rencana, kebijakan, dan tindakan yang disusun secara sistematis untuk meningkatkan potensi, daya saing, serta keberlanjutan suatu destinasi wisata, dengan tujuan mengoptimalkan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi masyarakat dan wisatawan (Fadli, 2022).

2.2.6 SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) digunakan dalam penelitian ini sebagai alat analisis strategis untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kondisi pengembangan kawasan pariwisata secara komprehensif. Pendekatan SWOT digunakan

dengan mempertimbangkan faktor kekuatan dan kelemahan dari aspek internal serta peluang dan ancaman dari aspek eksternal yang dihadapi, sekaligus menjadi dasar dalam pengambilan keputusan perencanaan yang dilihat dari potensi dan tantangan yang ada (Eraku, 2025). Melalui cara mengombinasikan faktor internal dan eksternal tersebut, dapat menyusun arahan dan strategi pengembangan wisata .

2.2.7 Matriks IFE dan EFE

Matriks IFE digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor – faktor internal wilayah yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang dianggap penting. Sedangkan matriks EFE digunakan untuk menganalisis peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja atau pengembangan wilayah (Wahyudi, 2022). Kedua matriks ini berfungsi untuk memahami posisi strategis destinasi wisata serta menentukan strategi yang tepat agar potensi pariwisata dapat berkembang secara optimal tanpa mengabaikan keseimbangan lingkungan, sosial, dan ekonomi.

2.2.8 Matriks IE

Matriks *Internal-External* (IE) merupakan alat analisis lanjutan yang digunakan setelah penyusunan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) *Matrix* dan *External Factor Evaluation* (EFE). Matriks *Internal-External* (IE) bertujuan untuk menyederhanakan hasil analisis SWOT menjadi bentuk visual kuadran yang mudah dipahami untuk melihat posisi kekuatan dan peluang secara cepat (Sumatera, 2021).

2.2.9 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu objek. Faktor internal terdiri dari Strengths (kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan), sedangkan faktor eksternal terdiri dari Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman). Hasil analisis ini kemudian dipetakan ke dalam kuadran SWOT yang terbagi menjadi empat posisi, yaitu Kuadran I (S–O), Kuadran II (W–O), Kuadran III (W–T), dan Kuadran IV (S–T) (Sam et al., 2023).

Setiap kuadran menunjukkan kondisi strategis yang berbeda. Kuadran I (S–O) menunjukkan kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan besar dan peluang yang tinggi, sehingga strategi yang digunakan adalah strategi agresif atau pengembangan. Kuadran II (W–O) menunjukkan adanya peluang besar tetapi masih terdapat

kelemahan internal, sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi peningkatan atau perbaikan untuk memanfaatkan peluang. Kuadran III (W–T) menunjukkan kondisi yang kurang menguntungkan karena kelemahan dan ancaman sama-sama dominan, sehingga strategi yang digunakan bersifat bertahan atau meminimalkan risiko. Sementara itu, Kuadran IV (S–T) menunjukkan kondisi yang memiliki kekuatan namun menghadapi ancaman, sehingga strategi yang digunakan adalah strategi diversifikasi atau penggunaan kekuatan untuk mengatasi ancaman (Eraku, 2025).