

STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA KAWASAN PECINAN DI KOTA TANGERANG

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Administrasi Publik pada Konsentrasi Kebijakan Publik
Program Studi Ilmu Administrasi Publik



Oleh:

Eko Jumentoro

NIM. 6661111483

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI PUBLIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

SERANG, 2018

ABSTRAK

Eko Jumantoro. NIM. 6661111483. Skripsi. Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kawasan Pecinan Kota Tangerang. Program Studi Ilmu Administrasi Negara. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dosen Pembimbing I, Abdul Hamid, Ph.D; Dosen Pembimbing II, Drs. Hasuri Waseh, M.Si.

Kawasan Pecinan terletak pada wilayah pasar lama yang terkenal dengan wisata kuliner yang beraneka ragam, selain itu kawasan pecinan memiliki potensi wisata religi, budaya, dan sejarah. Dalam mengembangkan pariwisata kawasan pecinan terdapat permasalahan yang menghambat pelaksanaan pengembangan wisata diantaranya adalah belum optimalnya pengadaan sarana dan prasarana di lokasi obyek wisata, kurangnya koordinasi dan kooperasi antara masyarakat kawasan dan pengelola objek dengan Pemerintah Daerah, belum optimalnya pemberdayaan pihak swasta dalam pengembangan wisata pada kawasan ini, dan kurangnya promosi yang dilakukan dalam memasarkan objek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang tepat dalam pengembangan Destinasi Pariwisata di Kawasan Pecinan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori yang didasarkan pada analisis SWOT yang dikemukakan oleh Hunger dan Wheleen dalam penentuan alternatif strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan Destinasi Pariwisata pada kawasan pecinan adalah Strategi menggali potensi wisata religi, budaya, dan sejarah serta kegiatan wisata seperti kegiatan festival kebudayaan untuk meningkatkan daya tarik wisata, Strategi menyusun pemodelan kawasan pecinan sebagai kawasan yang bertemakan kota tua dengan etnik tionghoa, strategi meningkatkan koordinasi dan kooperasi antara masyarakat kawasan pecinan dengan Pemerintah Daerah, dan strategi penguatan kesadaran pihak swasta dalam kontribusinya melaksanakan pembangunan dan pengembangan Destinasi Pariwisata.

Kata Kunci : Destinasi Parwisata, Pecinan, Pengembangan, Strategi

ABSTRACT

Eko Jumantoro. NIM. 6661111483. Thesis. Tourism Destination Development Strategy in Tangerang Chinatown. Public Administration Department. Social and Politic Faculty. Sultan Ageng Tirtayasa University. First Advisor, Abdul Hamid, Ph.D; Second Advisor, Drs. Hasuri Waseh, M.Si.

Tangerang Chinatown is located in Pasar Lama Area that famous with its variety culinary tourism, beside that its has religious, culture, and history tourism potency. In the tourism development of Tangerang Chinatown there are problems that obstruct the implementation of tourism development which are procurment of facilities and infrastructures that has not optimal in tourism object location, the lack of coordination and cooperation between Regional Government with district people and tourism objects manager, empowerment of the private sectors in tourism developing of the District that has not optimal, and the lack of promotion that has done in marketing of tourism objects in this location. This research use a theory base on the SWOT analysis presented by Hunger and Wheelen in determining strategic alternatives. The result of this research showed that the appropriate strategy to be applied in the Tourism Destination Development in Tangerang Chinatown is to explore the potential of religious, culture, and history tourism and artificial tourism such as Cultural Festival Activity to increase the attractiveness of tourism, draw up modeling Tangerang Chinatown to be an Old Town Theme Distict with Tionghoa Ethnic, increasing the coordination and cooperation between Regional Government and Tangerang Chinatown Peoples, reinforcing the awarness of private sector about its contribution in developing and constructing Tourism Destination.

Keyword : Strategy, Development, Tourism Destination, Chinese

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Eko Jumantoro

NIM : 6661111483

Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kawasan
Pecinan Kota Tangerang**


Serang, Juli 2018

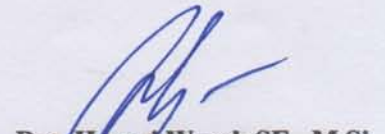
Skripsi Ini Telah Disetujui Untuk Disajikan

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Abdul Hamid, Ph.D
NIP. 198104102006041023


Drs. Hasuri Waseh SE., M.Si.
NIP. 196202032000121002

Mengetahui,

Dekan FISIP UNTIRTA


Dr. Agus Sjafari, M.Si.
NIP. 197108242005011002

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : EKO JUMANTORO

NIM : 6661111483

**Judul : Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan
di Kota Tangerang**

Tela diuji dihadapan dewan penguji sidang skripsi dan komprehensif di Serang,
Tanggal Juli 2018 dan dinyatakan **LULUS**.

Serang, Juli 2018

Ketua Penguji,

Dr. Gandung Ismanto, M. Si

NIP. 197408072005011001

Anggota,

Dr. Dirlanudin, M. Si

NIP. 196109031987031001

Anggota,

Abdul Hamid, Ph. D

NIP. 198104102006041023



.....



.....

Mengetahui,

Dekan FISIP UNTIRTA



DR. Agus Sjafari, M. Si
NIP. 197108242005011002

Ketua Program Studi



Listyaningsih, S.Sos, M.Si
NIP. 197603292003122001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eko Jumentoro

NIM : 6661111483

Tempat tanggal lahir : Tangerang, 17 September 1993

Program Studi : Ilmu Administrasi Publik

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan di Kota Tangerang” adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, Juli 2018



Eko Jumentoro

Nim. 6661111483

*"Remember that Freedom is Always a Choice,
Go and be Free."*

- Eko Jumantoro, 2018

*"Kegagalan bukan berarti terjatuh. Tetapi.
Menolak untuk bangkit."*

Karya ini ku dedikasikan untuk Orang Tua ku
yang kerap mendoakanku dan membimbingku.
Dan Juga untuk teman – teman
Yang tidak henti-hentinya memotivasi dan mendukung
Dalam setiap langkah menuju akhir.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan penelitian pada konsentrasi Kebijakan Publik Program Studi Ilmu Administrasi Publik yang berjudul **“Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan di Kota Tangerang”**.

Penulisan Skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya bimbingan, bantuan, nasihat, saran, dan perhatian dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini merupakan suatu kebanggaan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan dengan segala kerendahan hati kepada :

1. Prof. Dr. Sholeh Hidayat, M.Pd., Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Dr. Agus Sjafari, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Rahmawati, S.Sos., M.Si., Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Serta selaku dosen

pembimbing akademik. Terimakasih telah memberikan bimbingan dan saran dari awal perkuliahan hingga sekarang.

4. Iman Mukhroman, S.Ikom., M.Ikom., Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
5. Kandung Sapto Nugroho, S.Sos., M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
6. Listyaningsih, S.Sos., M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
7. Abdul Hamid Ph.D., Dosen Pembimbing I Skripsi atas waktu dan kesabarannya dalam memberikan saran, kritik dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Drs. Hasuri SE., M.Si., Dosen Pembimbing II Skripsi atas waktu dan kesabarannya dalam memberikan saran, kritik dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan.
10. Seluruh Staff Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Terimakasih atas pelayanan administrasi yang telah diberikan.
11. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang yang telah membantu peneliti dalam penyediaan data untuk menyelesaikan skripsi ini.

12. Kedua orang tua, Ayahanda Muji Hartono dan Ibunda Sri Rejeki dan keluarga yang telah membimbing, mendoakan, sabar, dan memberikan motivasi kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
13. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan, Andrianto, Dimas Rian, Ahmad Hafidz R, Meimy Kristina L, Shella Novianti, Vergie Putri Gayatri dan Veronica Puspaningtyas yang selalu memberikan saran dan dukungan kepada penulis.
14. Teman-teman kelas B Reguler Administrasi Publik angkatan 2011. Terimakasih untuk kehangatan bersama selama kuliah.
15. Teman-teman Mahasiswa Administrasi Publik Angkatan 2011 yang selalu memberikan saran dan dukungan kepada penulis. Guys, semoga perjuangan kita memberi makna tersendiri buat kita.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik untuk penulis sendiri pada khususnya dan untuk para pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Serang, Juli 2018

Eko Jumentoro

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Batasan Masalah	14
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Tujuan Penelitian	15
1.6 Manfaat Penelitian	15
1.7 Sistematika Penelitian	16

BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN ASUMSI DASAR PENELITIAN

2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Pengertian Manajemen Strategik	19
2.1.1.1 Definisi Manajemen	21
2.1.1.2 Definisi Strategi	22

2.1.1.3 Proses Manajemen Strategi	26
2.1.1.4 Metode Perumusan Strategi	34
2.1.2 Konsep Pariwisata	35
2.1.2.1 Pengertian Pariwisata	35
2.1.2.2 Pengembangan Pariwisata	38
2.1.2.3 Pengelolaan Pariwisata	39
2.1.2.4 Pengembangan Destinasi Pariwisata	41
2.1.3 Analisis SWOT	43
2.2 Penelitian Terdahulu	48
2.3 Kerangka Pemikiran Peneliti	52
2.4 Asumsi Dasar	54

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	55
3.2 Ruang Lingkup/Fokus Penelitian	56
3.3 Lokasi Penelitian	57
3.4 Variabel Penelitian	57
3.4.1 Definisi Konsep	57
3.4.2 Denifisi Operasional	58
3.5 Instrumen Penelitian	60
3.6 Informan Penelitian	61
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	62

3.6.2 Jenis dan Sumber Data	66
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	67
3.7.1 Teknik Pengolahan Data	67
3.7.2 Pengujian Keabasahan Data	69
3.8 Jadwal Penelitian.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	72
4.1.1 Gambaran Umum Kota Tangerang.....	72
4.1.2. Gambaran Pecinan Kota Tangerang	77
4.2 Deskripsi Data	80
4.3 Informan Penelitian	82
4.3 Strategi Pemerintah Kota Tangerang	83
4.4 Pembahasan	91
4.4.1. <i>Strengths</i> (Kekuatan)	91
4.4.2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	105
4.4.3. <i>Opportunities</i> (Kesempatan)	113
4.4.4. <i>Threats</i> (Ancaman)	121
4.4.5. Analisis Faktor Internal	124
4.4.6. Analisis Faktor External	128
4.4.7. Matriks Analisis SWOT	132

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	140
5.2 Saran	141

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1	Strategic Rationale : Pariwisata di Dunia	2
1.2	Perkembangan Wisatawan Mancanegara Tahun 2010-2015	4
1.3	Perkembangan Wisatawan Mancanegara Tahun 2010-2015	10
2.1	Matrix SWOT	53
3.1	Definisi Operasional Penelitian	59
3.2	Tabel Informan	62
3.3	Jadwal Penelitian	72
4.1.	Jumlah Kecamatan Dan Luas Kecamatan di Kota Tangerang	74
4.2.	Jumlah Objek Wisata di Kota Tangerang	76
4.3.	Persebaran Objek Wisata di Kota Tangearnng	77
4.4.	Informan Penelitian	83
4.5.	Potensi Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Kawasan Pecinan	87
4.6.	Jumlah Kunjungan Festival Cisadane	110
4.7.	Daftar Peserta Loba Dayung Perahu Naga Festival Cisadane 2017 ...	112
4.8.	Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	124
4.9.	Internal Strategic Factor Analysis Summary/IFAS	133
4.10.	External Strategic Factor Analysis Summary/EFAS.....	134
4.11.	Rumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT	136
4.12.	Matriks Analisis SWOT.....	137

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Manajemen Komprehensif	33
2.2 Kerangka Berpikir Penelitian	53
3.1 Analisis data menurut Miles dan Huberman	68
4.1 Peta Abad 17-18 Kota Lama dan Sekitarnya	78
4.2 Peta Kota Lama Akhir Abad 19	80
4.3 Diagram Analisis SWOT	135

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok secara sukarela dan bersifat sementara dari suatu tempat ke tempat lain untuk rekreasi menikmati obyek dan daya tarik wisata serta tidak bermaksud mencari nafkah di daerah yang dikunjungi serta mendapat pelayanan dari usaha jasa pariwisata (UU RI No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan). Kegiatan pariwisata terjadi bila ada daerah tujuan wisata dan wisatawan, yang membentuk suatu sistem. Bekerjanya sistem kepariwisataan yang utama terdiri dari sisi permintaan (pasar) dan sisi penyediaan (suplai). Sisi permintaan merupakan masyarakat (orang) yang mempunyai keinginan untuk berwisata, orang yang melakukan perjalanan berwisata disebut wisatawan. Sisi penyediaan meliputi komponen transportasi, daya tarik wisata, pelayanan dan informasi/promosi. Sisi penyediaan ini merupakan produk daerah tujuan wisata (destinasi) (Warpani, 2006:14)

Pariwisata seringkali dipandang sebagai sektor yang sangat terkemuka dalam ekonomi dunia. Kalau sektor tersebut berkembang atau mundur maka banyak negara akan terpengaruh secara ekonomis. Kegiatan pariwisata hakikatnya merupakan kegiatan yang sifatnya sementara, dilakukan secara suka rela dan

tanpa paksaan untuk menikmati objek dan atraksi wisata. Dalam perkembangannya industri pariwisata ini mampu berperan sebagai salah satu sumber pendapatan negara. Hal ini sesuai dengan pemaparan Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Investasi Pariwisata (BPDIP) Kementerian pariwisata (2016).

Tabel 1.1

STRATEGIC RATIONALE : PARIWISATA DI DUNIA

9.5%	Dari PDB – Dampak Langsung, Dampak Tidak Langsung, dan Dampak Ikutan (2014)
1 dari 11	Lapangan Kerja
US\$ 1.4	Triliun Ekspor
5%	Dari Ekspor Dunia 2014
25	Juta wisatawan pada tahun 1950
1138	Juta wisatawan pada tahun 2014
5 s.d. 6	Milyar wisatawan domestik

(Sumber UNWTO Tourism Highlights, 2014; UNWTO World Tourism Barometer, Jan. 2015; WTTC, Jan 2015)

- Meningkatnya destinasi dan investasi pariwisata, menjadikan **Pariwisata** sebagai **faktor kunci** dalam **pendapatan** ekspor, **penciptaan lapangan kerja**, **pengembangan** usaha dan **infrastruktur**;

- **Pariwisata** telah mengalami ekspansi dan diversifikasi berkelanjutan, dan **menjadi salah satu sektor ekonomi yang terbesar dan tercepat pertumbuhannya** di dunia;
- Meskipun krisis global terjadi beberapa kali, jumlah **perjalanan wisatawan internasional** tetap menunjukkan **pertumbuhan yang positif**→25 juta orang (1950)→ 278 juta orang (1980)→ 528 Juta orang (1995)→1,1 milyar orang (2014).

Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa Penyelenggaraan Kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas, pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa. Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan

potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Kontribusi sektor pariwisata dalam memperoleh devisa pun, setiap tahunnya terus mengalami kenaikan dengan kedatangan tamu mancanegara yang setiap tahun turut meningkat jumlahnya, seperti yang terlihat pada tabel perkembangan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2010-2015.

Tabel 1. 2
Perkembangan Wisatawan Mancanegara Tahun 2010-2015

Tahun	Wisatawan Mancanegara		Rata-rata Lama Tinggal (hari)	Rata-rata Pengeluaran Per		Penerimaan Devisa	
	Jumlah	Pertumbuhan (%)		Per Hari	Per Kunjungan	Jumlah (juta USD)	Pertumbuhan (%)
2010	7,002,944	10.74	8.04	135.01	1,085.75	7,603.45	20.73
2011	7,649,731	9.24	7.84	142.69	1,118.26	8,554.39	12.51
2012	8,004,462	5.16	7.70	147.22	1,133.81	9,120.85	6.62
2013	8,802,129	9.42	7.65	149.31	1,142.24	10,054.15	10.23
2014	9,435,411	7.19	7.66	154.42	1,183.43	11,166.13	11.06
2015	10,230,775	8.43	8.53	165.48	1,208.79	12,255.89	10.7

(Sumber : Pusdatin Kemenprekraf & BPS Tahun 2015)

Berdasarkan di atas bahwa terdapat jutaan wisatawan mancanegara yang berwisata ke Indonesia dan semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi di sektor pariwisata. Menurut data dalam Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Tahun 2010-2025 dari

Kementrian Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif, Indonesia memiliki 222 Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) di 50 Destinasi Pariwisata Nasional, dan 88 Kawasan Strategis Pariwisata Nasional. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak usaha yang dilakukan pemerintah untuk mengembangkan pariwisata untuk menyumbang devisa Negara.

Pembangunan kawasan wisata atau destinasi wisata menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata meliputi Industri Pariwisata, Destinasi Pariwisata, Pemasaran, Kelembagaan Pariwisata. Pembangunan dan pengembangan destinasi wisata kini menjadi prioritas pembangunan guna mendatangkan kembali wisatawan yang telah berkunjung, dan semakin menarik minat wisatawan yang belum berkunjung.

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009, menyerahkan sebagian urusan di bidang penyelenggaraan pariwisata kepada pemerintah daerah. Penyerahan sebagian urusan pariwisata kepada pemerintah daerah tersebut diperluas dengan keberadaan UU No. 32 tahun 2004 mengenai Otonomi Daerah. Bergulirnya otonomi daerah, memungkinkan setiap daerah untuk memilih sektor yang menjadi andalan sesuai dengan potensi yang dimilikidan kebutuhan masyarakat, jika pariwisata menjadi pilihan sektor andalan dalam pembangunan suatu wilayah, maka wilayah tersebut harus memiliki berbagai keunikan karakteristik untuk pengembangan perekonomian, sekaligus mampu meberdayakan masyarakat luas, baik pelaku maupun penikmat dari pengembangan pariwisata.

Indonesia adalah negara kepulauan yang sangat besar, yang dihuni oleh bermacam-macam ras, suku, dan etnis yang berbeda-beda. Masing-masing daerah tersebut memiliki keunggulan sendiri-sendiri termasuk potensi yang dimiliki daerahnya termasuk potensi budaya. Hal ini tentunya sangat menguntungkan dalam bidang kepariwisataan. Dengan banyaknya potensi budaya yang dimiliki setiap daerah di Indonesia tersebut akan menarik banyak wisatawan baik asing maupun lokal untuk berkunjung ke daerah tersebut dan akan memberikan keuntungan tersendiri bagi negara maupun daerah lokal.

Provinsi Banten memiliki potensi objek pariwisata yang besar. Pola pengembangan pariwisata Provinsi Banten berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2005 membagi tiga kawasan pariwisata yaitu: (1) Wilayah Pengembangan Pariwisata (WPP) A terdiri dari Kab/Kota Tangerang, Pantai Utara, dan Kota Serang; (2) Wilayah Pengembangan Pariwisata (WPP) B terdiri dari Kota Cilegon, Pantai barat, dan Ujung Kulon; (3) Wilayah Pengembangan Pariwisata (WPP) C terdiri dari Banten Tengah, dan Pantai Selatan. Hal Ini menunjukkan bahwa Kota Tangerang memiliki potensi daerah yang bisa digali untuk bisa menjadikan sebuah destinasi tujuan pariwisata yang bisa diandalkan. Salah satunya yaitu potensi budaya yang bisa digali sehingga menjadi suatu keunikan yang khas. Adapun salah satu budaya yang bisa diangkat di Kota Tangerang yaitu budaya tionghoa yang sudah menjadi bagian dari berkembangnya budaya di Indonesia tetapi juga khususnya perkembangan budaya yang bisa di cari dari saat berdirinya Kota Tangerang.

Budaya dan masyarakat Tionghoa di Indonesia telah lama menjadi bagian dari budaya bangsa. Menurut Yuanzhi (2005) dalam bukunya *Silang Budaya Tiongkok Indonesia* menyebutkan adalah suatu kemungkinan bahwa bagian utama bangsa Indonesia berasal dari selatan Asia, sedangkan bukan mustahil daerah sekitar Yunnan, Tiongkok Barat Daya, merupakan salah satu tempat bertolak bagi orang Melayu purba yang menyebar dalam jumlah besar ke selatan, sampai di Kepulauan Nusantara sehingga terjalinlah hubungan darah antara bangsa Tionghoa dengan bangsa Indonesia. Heuken (1997) menyebutkan bahwa jung (perahu Tionghoa) sudah berlayar dalam perairan Nusantara sejak abad ke-5. Selama masa VOC mereka membawa barang-barang dagangan yang berharga serta para imigran ke Batavia. Purcell (1997) dalam buku *Kelenteng Kuno di DKI Jakarta dan Jawa Barat* yang diterbitkan Depdiknas (2000) menerangkan bahwa migrasi bangsa Cina ke wilayah Nusantara dapat dibagi menjadi tiga tahap; pertama adalah masa kerajaan; kedua adalah masa kedatangan bangsa Eropa; dan ketiga adalah masa penjajahan Belanda.

Seiring berjalannya waktu terutama beberapa tahun belakangan ini, perkembangan budaya masyarakat Tionghoa kembali muncul dan berlangsung begitu pesat setelah sekian lama terbelenggu dalam kekuasaan Orde Baru. Hal ini bermula sejak dihapusnya Inpres No.14/1967 yang dikeluarkan mantan Presiden Soeharto yang melarang segala kegiatan keagamaan, kepercayaan, dan adat istiadat Tionghoa secara terbuka dan digantikan oleh Kepres No.6/2000 yang dikeluarkan oleh mantan Presiden Abdurrahman Wahid serta penetapan Hari Raya Imlek sebagai Hari Raya Nasional oleh mantan Presiden Megawati. Sejak

saat itulah rantai belunggu etnis Tionghoa terlepas, mereka bebas untuk mengekspresikan kebudayaan dan adat istiadat mereka dengan lebih leluasa. Masyarakat Tionghoa sebenarnya telah lama menjadi bagian dari bangsa ini. Keberadaan mereka, tradisi dari tanah leluhur serta bagaimana akulturasi budaya yang dimiliki oleh masyarakat Tionghoa berbaur dengan budaya lokal dari dahulu hingga sekarang dapat kita lihat apabila mengunjungi kawasan-kawasan pecinan. Salah satu kawasan pecinan yaitu kawasan pasar lama/Pecinan di Kota Tangerang.

Sesuai dengan KLHS RTRW Kota Tangerang tahun 2012-2032, bahwa Kota Tangerang mengalokasikan Kawasan Pecinan Tangerang sebagai kawasan budaya (Urban Heritage). Kota Tangerang sejatinya memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi kota wisata budaya, bangunan bersejarah seperti Bendungan Pintu Sepuluh atau biasa disebut Bendung Sengego di Sungai Cisadane, Vihara Nimmala atau Kelenteng Boen San Bio, Rumah Tua Kapiten Tionghoa dan sebagainya yang masih tetap dipelihara.

Demikian pula budaya lokal yang dipengaruhi oleh etnik Tionghoa seperti Peh-Cun (Balap Perahu Naga) di Sungai Cisadane, Tari Cokek, tradisi chiothaou, musik tanjidor dan lain-lain. Keadaan ini sangat menguntungkan bagi Kota Tangerang sebagai kota industri dan perdagangan yang modern. Kegiatan di Pecinan/Pasar Lama Tangerang pun menjadi daya tarik sendiri, wisata kulinernya serta aktivitas perekonomian lainnya seperti pasar tradisional menjadi favorit masyarakat untuk berkunjung ke kawasan ini. Namun, kegiatan tersebut membuat citra kawasan Pecinan/Pasar Lama Tangerang yang merupakan kawasan pecinan menghilang.

Hal tersebut menandakan bahwa kebanyakan masyarakat berkunjung ke kawasan ini adalah untuk sekedar berkunjung menikmati hidangan kuliner yang diujakan para pedagang kaki lima (PKL) dan bukan untuk menikmati wisata budaya di kawasan ini. Hal ini tentu tidak sesuai dengan kebijakan pemerintah yang menjadikan kawasan Pecinan Tangerang sebagai kawasan wisata budaya. Padahal, jika dilihat lebih mendalam lagi kawasan Pecinan ini mempunyai potensi dari bangunan-bangunan nya yang mempunyai ciri khas etnis Tionghoa.

Kawasan Pecinan di Pasar Lama merupakan cikal bakal pusat Kota Tangerang atau bahkan bisa disebut zero point kota karena di kawasan inilah pusat kota Tangerang terbentuk. Penduduk Tionghoa di Tangerang juga dikenal dengan sebutan Cina Benteng telah turun temurun tinggal di Kawasan Pecinan dan sekitarnya, khususnya di sepanjang Sungai Cisadane yang menuju ke hilir di Pantai Utara Pulau Jawa. Daerah Sewan Neglasari, Selapajang, Kampung Melayu, Tegal Angus, Tanjung Burung, Tanjung Kait dan Tanjung Pasir merupakan konsentrasi penyebaran komunitas Tionghoa. Mereka adalah penduduk asli kawasan ini dan berprofesi sangat beragam mulai dari buruh tani, nelayan, peternak, karyawan pabrik, buruh cuci, tukang kayu maupun pedagang makanan kecil.

Sejarah Kota Tangerang sangatlah sulit untuk dipisahkan dengan kawasan Pecinan/Pasar Lama yang terbentang sepanjang tepian Timur Sungai Cisadane dan terdiri dari beberapa jalan dan gang gang kecil, di antaranya Jl. Cilame, yang merupakan pasar tradisional sampai saat ini, Jl. Cilangkap, Jl. Cirarab dan Jl. Kali Pasir yang tata letaknya masih utuh dan harus secepatnya diselamatkan karena

semakin banyak bangunan khas Pecinan yang telah berubah baik dari segi bentuk maupun penggunaannya. Penataan yang kurang optimal telah mengubah kawasan ini menjadi sangat kotor, terkesan jorok dan kumuh sehingga sangat merugikan pencitraan Kota Tangerang sendiri yang telah begitu gemilang mendapatkan penghargaan Adipura sebagai salah satu kota terbersih di Indonesia. Selain itu masih kurangnya fasilitas sarana dan prasarana pendukung seperti lahan parkir, lahan aktivitas (belanja dan jajanan / makanan khas) dan tempat sampah pada kawasan ini juga menambah keadaan semakin tidak tertata.

Tabel 1. 3

Sarana Dan Prasarana di Lokasi Wisata Desa Sawarna

SARANA DAN PRASARANA DI LOKASI WISATA DESA SAWARNA		
1	Penginapan	Ada 3 Penginapan
2	Lahan Pedagang	Belum Tersedia
3	Lahan Parkir	Belum Tersedia
4	Kamar Mandi dan WC	Belum Tersedia
5	Sumber Air Bersih	Belum Tersedia
6	Listrik	Tersedia
7	Tempat Sampah	Minim
8	Toko Cenderamata	Belum Tersedia
9	Jaringan Telepon	Tersedia
10	Bank dan <i>Money Changer</i>	Tersedia
11	Kantor Pos	Tidak Ada
12	Panggung Hiburan	Tidak Ada

(Sumber : Peneliti 2017)

Oleh karena itulah, pentingnya perhatian untuk bukan saja menyelamatkan kawasan ini dari kehancuran tetapi bahkan menjadikannya sebuah kawasan wisata berwawasan budaya yang dibangun atas dasar swadaya dan swakarsa masyarakat setempat dengan kerja sama dan dukungan yang sepenuhnya dari pemerintah.

Seperti dilansir di harian Kompas (16 Februari 2008), konsep pengembangan Pecinan Tangerang mengacu pada pecinan di New York, Sydney, Surabaya dan Medan. Setiap kawasan sudah pasti memiliki keunikan tersendiri meskipun sama-sama pecinan. Hal ini berlaku pula untuk Tangerang. Pecinan Tangerang memiliki banyak situs bersejarah terutama bangunan kuno yang tersebar di sepanjang tepian Sungai Cisadane (mengingat jalur transportasi utama masa itu memang melalui sungai).

Di tepian sungai ini, terdapat beberapa situs yang masih bertahan. Situs ini merupakan peninggalan etnis peranakan Tionghoa yang sampai saat ini masih digunakan oleh keturunannya. Kehidupan Kota Tangerang memang tidak pernah lepas dari kegiatan masyarakat peranakan Tionghoa. Sejarah Kota Tangerang sendiri memang berawal dari kelompok permukiman etnis Tionghoa. Permukiman Pasar Lama merupakan 1 dari 4 situs selain permukiman Keramat Pe Peh Cun, makam (tanah “gocap” dan tanah “cepe”) dan rumah kapitan. Masing-masing kawasan memiliki orientasi ke arah sungai (waterfront) lengkap dengan dermaganya. Dari keempat kawasan, hanya dermaga di Pasar Lama yang sudah tidak dapat dilihat lagi jejaknya.

Satu hal yang sangat disayangkan dari wajah pecinan Pasar Lama adalah bahwa semua keindahan tersebut tersembunyi di balik ruko moderen dan rumah walet. Bila dilihat dari Jalan Kisamaun, wajah pecinan bangunan tenggelam di antara deretan bangunan moderen. Sementara dari jalan baru di sepanjang pinggir Sungai Cisadane, yang tampak hanyalah deretan bangunan raksasa yang berfungsi sebagai rumah walet. Peralihan bentuk dan fungsi bangunan langgam Cina di kawasan ini sudah seharusnya diantisipasi.

Rencana beberapa pihak untuk membangkitkan kembali kawasan Pasar Lama dan menjadikannya sebagai area wisata kota tua Tangerang patut dipuji. Namun demikian, ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan. Pendataan jumlah dan letak bangunan kuno yang harus dipreservasi, bentuk bangunan, pola permukiman asli serta latar belakang sejarah sudah seharusnya menjadi pertimbangan utama. Hal ini diperlukan agar suasana dan memori pecinan sebagai cikal bakal Kota Tangerang yang berbeda dengan pecinan di daerah lain tidaklah pudar. Maka dari itu penting sekali untuk mengembangkan wisata pada daerah sekitar kawasan pecinan ini untuk meningkatkan gairah dan kesadaran masyarakat akan potensi wisata yang berada pada kawasan pecinan ini.

Beruntungnya pemerintah kota Tangerang dimulai beberapa tahun belakangan ini telah menyelenggarakan kegiatan Festival Cisadane yang rencananya akan dijadikan sebagai icon kota Tangerang. Selain itu kegiatan ini salah satunya ditujukan untuk mempromosikan kota Tangerang di mata para wisatawan, dan juga menjadi wadah bagi Pemkot Tangerang untuk mendekatkan diri dengan masyarakatnya karena seluruh satuan kerja perangkat dinas (SKPD)

akan memamerkan program unggulannya kepada masyarakat. Pemkot Tangerang juga mengirimkan undangan kepada daerah lain untuk turut berpartisipasi dalam Festival Cisadane 2016. Salah satu daerah yang akan mengirimkan perwakilan budayanya adalah Papua. Mereka mengirimkan perwakilan untuk lomba perahu.

Festival Cisadane 2016 dipusatkan di bantaran Sungai Cisadane, Kota Tangerang dengan mengambil tema Semarak Cisadane. Berbagai perlombaan dan pameran sdigelar pada festival yang berlangsung 30 Juli sampai 6 Agustus 2016. Menurut Katrina Iswandari, kepala Seksi Promosi dan Destinasi Pariwisata Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Tangerang di Tangerang, Seperti yang terlansir dalam republika.co.id, mengatakan pada tahun 2015 jumlah pengunjung mencapai 5000 (lima ribu) orang setiap hari. Karena hal itu tahun ini Pemkot Tangerang menargetkan 10000 (sepuluh ribu) pengunjung setiap harinya.

Namun dari semua hal itu maih banyak kekurangan yang dapat ditemukan selama berjalannya kegiatan Festival Cisadane 2016 ini. Salah satunya adalah masih terdapatnya sampah-sampah di area sungai Cisadane yang selain mengganggu pemandangan pengunjung juga ditakutkan membahayakan bagi peserta lomba perahu pada kegiatan ini. Selain itu juga kegiatan Festival Cisadane 2016 ini mengakibatkan kemacetan yang cukup panjang hingga sampai ke arah bandara internasional soekarno-Hatta

Dari uraian diatas banyak sekali potensi yang bisa digali oleh pemerintah Kota Tangerang dalam pengembangan an di Kota Tangerang sehingga dapat Kawasan Pecinan bisa menjadi salah satu *icon* pariwisata di Kota Tangerang.

Namun, pada hasil yang diperoleh dari lapangan masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi oleh pemerintah Kota Tangerang untuk itu penulis tertarik untuk mengangkat penelitian **“Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan Di Kota Tangerang**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan program - kegiatan terkait pengembangan kawasan Pecinan di Kota Tangerang masih terlihat kurang optimal.
2. Rendahnya tingkat promosi terhadap objek wisata yang berada pada Kawasan Pecinan.
3. Kurangnya sarana dan prasarana pendukung pada kawasan pecinan seperti lahan parkir dan WC umum serta zona aktivitas pedagang.
4. Rendahnya tingkat kooperasi masyarakat terhadap program pengembangan yang dilaksanakan oleh pemerintah.
5. Kebijakan pengelolaan lahan yang belum jelas, serta rendahnya keikutsertaan swasta dalam pengembangan kepariwisataan daerah.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang penulis uraikan dalam bahasan sebelumnya, maka peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini hanya Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan Di Kota Tangerang

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pendahuluan di atas dan dengan memperhatikan fokus penelitian pada batasan masalah, maka hal yang menjadi kajian peneliti yaitu

1. Bagaimana Strategi Pemerintah Kota Tangerang dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan Di Kota Tangerang ?
2. Apa Strategi Alternatif dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan Di Kota Tangerang ?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian harus ditentukan tujuan yang ingin dicapai sebab tanpa adanya tujuan yang jelas dan tegas maka seorang peneliti akan mengalami kesulitan. Sesuai dengan latar belakang rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian yang ada yaitu untuk mengetahui Strategi yang tepat dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan Di Kota Tangerang

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan keilmuan dan pengetahuan, karena akan menambah khasanah keilmuan dan pengetahuan yang terutama berkaitan dengan Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan Di Kota Tangerang dan menjalankan suatu kebijakan publik terkait pengembangan destinasi pariwisata.
 - b. Selain itu karena penelitian ini tentang Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan Di Kota Tangerang maka dapat

bermanfaat juga untuk pengembangan ilmu yang berkaitan dengan kebijakan publik khususnya dalam studi rencana strategis kebijakan .

2. Secara Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) kota Tangerang serta Pemerintah Kota Tangerang dalam rencana strategis pengembangan kawasan Pecinan di Kota Tangerang.
- b. Selain itu karya ilmiah ini diharapkan dapat berguna untuk pengembangan kemampuan dan penguasaan ilmu-ilmu yang pernah diperoleh peneliti selama mengikuti program pendidikan di Program Studi Administrasi Negara Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dan juga, karya peneliti ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi tambahan bagi pembaca atau peneliti selanjutnya

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan garis besar penyusunan penelitian ini yang bertujuan untuk mempermudah dalam memahami secara keseluruhan isi dari penyusunan penelitian ini. Adapun sistematika penulisan penelitian mengenai Strategi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Buruh di Kota Tangerang, tersusun atas sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab I ini berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang menggambarkan ruang lingkup serta kedudukan masalah yang akan diteliti

dalam bentuk uraian secara deduktif. Kemudian bab ini membahas identifikasi masalah untuk melihat aspek permasalahan yang muncul dan berkaitan dengan judul penelitian. Pembatasan dan perumusan masalah ditetapkan sebagai fokus dari penelitian yang akan dilakukan demi mencapai hasil penelitian yang diharapkan dalam tujuan penelitian. Tujuan penelitian mengungkapkan tentang sasaran yang ingin dicapai dengan dilaksanakannya penelitian ini terhadap masalah yang telah dirumuskan. Manfaat penelitian yaitu menjelaskan manfaat teoritis dan praktis yang berguna bagi peneliti, pembaca, dan instansi terkait. Serta sistematika penulisan yang digunakan untuk mempermudah pembaca mengetahui isi dari penelitian secara keseluruhan.

BAB II DESKRIPSI TEORI

Dalam bab II mengkaji berbagai teori yang relevan dengan permasalahan-permasalahan yang muncul dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu dipaparkan sebagai bahan perbandingan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Selanjutnya, kerangka teori menggambarkan alur penelitian yang dikaji dengan teori yang relevan dalam penelitian, sehingga peneliti dapat merumuskan kesimpulan penelitian sementara.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III ini terdiri dari pendekatan dan metode penelitian yang digunakan. Ruang lingkup penelitian dan lokasi penelitian. Definisi variabel penelitian yang menjelaskan mengenai variabel penelitian. Instrumen penelitian yang menjelaskan proses penyusunan dan jenis alat yang digunakan dalam pengumpulan data.

Informan penelitian yang menjelaskan orang-orang yang terkait dengan penelitian ini. Teknik pengolahan dan uji keabsahan data yang menjelaskan tentang teknik dan keabsahan datanya. Serta jadwal penelitian yang memaparkan waktu penelitian ini dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab IV ini akan dijabarkan mengenai deskripsi obyek penelitian yang meliputi lokasi penelitian secara jelas. Mendeskripsikan data yaitu menjelaskan data yang telah diolah dari data yang masih mentah dengan menggunakan teknik analisis data yang relevan. Selanjutnya data yang sudah dianalisis, peneliti uji validitas dengan menggunakan teknik triangulasi untuk mendapatkan hasil penelitian yang diharapkan. Setelah itu melakukan pembahasan lebih lanjut terhadap hasil analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memuat penjelasan mengenai kesimpulan yang dibuat secara singkat, jelas dan mudah dipahami oleh pembaca. Selanjutnya, peneliti memberikan saran yang memiliki isi berupa tindak lanjut dari sumbangan penelitian terhadap bidang yang diteliti baik secara teoritis maupun secara praktis. Saran praktis biasanya lebih operasional sedangkan pada aspek teoritis lebih mengarah pada pengembangan konsep atau teori.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

Pada bab ini peneliti akan menggunakan beberapa teori yang mendukung masalah dalam penelitian ini, dimana berfungsi untuk menjelaskan dan menjadi panduan dalam penelitian. Penelitian mengenai Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan di Kota Tangerang yang akan dikaji dengan beberapa teori dalam ruang lingkup Administrasi Negara untuk mendukung masalah penelitian diantaranya yaitu: Rencana Strategi, Analisis SWOT, Pengembangan Pariwisata, dan Pembangunan Objek di bidang Pariwisata, serta untuk melengkapi peneliti lampirkan penelitian terdahulu sebagai bahan kajian dalam penelitian ini.

2.1.1. Pengertian Manajemen Strategik

Manajemen stratejik merupakan suatu proses yang dinamik karena berlangsung secara terus-menerus dalam suatu organisasi. Setiap strategi selalu memerlukan peninjauan ulang dan bahkan mungkin perubahan di masa depan. Salah satu alasan utamanya ialah karena kondisi yang dihadapi oleh satu organisasi, baik yang sifatnya internal maupun eksternal selalu berubah-ubah. Dengan kata lain strategi manajemen dimaksudkan agar organisasi menjadi satuan yang mampu menampilkan kinerja tinggi karena organisasi yang berhasil adalah

organisasi yang tingkat efektifitas dan produktivitasnya semakin lama semakin tinggi.

Manajemen stratejik berhubungan dengan proses memilih strategi dan kebijakan dalam rangka upaya memaksimalkan sasaran-sasaran organisasi yang bersangkutan. Manajemen stratejik meliputi semua aktivitas yang menyebabkan timbulnya perumusan sasaran organisasi, strategi-strategi dan pengembangan rencana rencana, tindakan-tindakan dan kebijakan untuk mencapai sasaransasaran strategitersebut untuk organisasi yang bersangkutan secara total. Manajemen strategis (*strategic management*) didefinisikan sebagai suatu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan (Pearce and Robbins, 2011:5).

Selanjutnya pendapat yang tidak jauh berbeda dari Hunger dan Wheelen yang memeberikan definisi Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategis, dan evaluasi serta pengendalian (Hunger & Wheelen, 2003 : 4).

Ditambah lagi pendapat dari Hadari Nawawi (2000:148) yang memberikan definisi manajemen strategik sebagai proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran didalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuannya. Pendapat lain yaitu Menurut F. R. David (2010:5)

“Manajemen strategis adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplemenatsikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya” .

Bernard Marr (2006) mengajukan 10 prinsip penerapan manajemen strategis yang baik yaitu :

- i. Kejelasan strategi
- ii. Pengumpulan indikator kinerja yang tepat
- iii. Pelaksanaan analisis manajemen kinerja
- iv. Penciptaan budaya belajar yang positif
- v. Perolehan kepercayaan internal
- vi. Penjajaran/pengarahan organisasi
- vii. Perbaruan system terus-menerus
- viii. Komunikasi dan pelaporan yang baik
- ix. Implementasi *software* pendukung
- x. Dedikasi sumber daya dan waktu

2.1.1.1. Definisi Manajemen

Manajemen menurut Stoner (dalam Handoko, 2011:2) adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Menurut Hasibuan (2011:2) manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk

mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan manajemen menurut G.R.Terry (dalam Hasibuan, 2011:2) adalah :

“Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources.” (manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya)”.

Berdasarkan definisi manajemen di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen merupakan suatu proses untuk membagi tugas, tanggung jawab, pekerjaan karena terbatasnya kemampuan manusia itu sendiri dalam melaksanakan tugasnya sehingga terbentuklah kerja sama yang baik di dalam suatu organisasi demi mencapai tujuan yang ingin dicapai organisasi tersebut.

2.1.1.2. Definisi Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang (Rachmat 2014:2). Merumuskan strategi bukanlah pekerjaan mudah. Kendala utamanya adalah komitmen internal terhadap segala hal yang telah dirumuskan sebagai konsekuensi strategi.

Strategi secara umum adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan

suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan secara khusus strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus-menerus

Porter (dalam Rachmat, 2014:6) menjelaskan makna terpenting dari pemahaman strategi sebagai mengambil tindakan yang berbeda dari perusahaan pesaing dalam satu industri guna mencapai posisi yang lebih baik. Artinya, strategi antarperusahaan dalam satu industri berbeda dengan lainnya, karena masing-masing perusahaan mengalami kondisi internal dan tujuan yang berbeda, walaupun pada umumnya kondisi eksternal dapat sama.

Strategi adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Ia merupakan sebuah rencana untuk sebuah kegiatan. Di dalamnya termasuk formulasi tujuan dan kumpulan rencana kegiatan. Hal itu mengindikasikan adanya upaya memperkuat daya saing pekerjaan bisnis dalam mengelola organisasi dan mencegah pengaruh luar yang negatif pada kegiatan organisasi (Mangkuprawira, 2004:14).

Definisi lain mengenai strategi menurut Menurut George Steiner (dalam Rachmat, 2014:2) adalah secara umum, kita mendefinisikan strategi sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Adapun pengertian strategi menurut Menurut Chandler (dalam Rangkuti, 2013:3) adalah Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas

alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner (dalam Rangkuti, 2013:4) strategi adalah merupakan respons secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.

Selain itu, pengertian lain tentang strategi diungkapkan oleh James Brian Quinn (dalam Iriantara, 2004:12) mengatakan bahwa strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan pokok, kebijakan, dan rangkaian sebuah organisasi ke dalam satu kesatuan yang kohesif.

Strategi menurut J.L Thompson (dalam Oliver, 2007: 2) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Strategi merupakan cara yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dipergunakan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan dan berbagai sasarannya dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungan yang pasti dihadapi. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

David (2010) mendefinisikan strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi

serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan.

Dengan demikian strategi merupakan pola umum yang terdiri dari tahapan untuk mencapai tujuan yang dimulai dari cara pelaksanaan dan langkah sebagai pedoman untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan untuk pembuatan tujuan tidak terlepas dari strategi. Agar semua perencanaan dari suatu kegiatan tercapai dengan baik, tentunya harus sesuai dengan strategi yang telah tersusun dengan baik. Oleh karena itu, perlu ditetapkan kriteria strategi dalam mencapai suatu tujuan yaitu:

- a. Strategi pemberdayaan masyarakat
- b. Strategi peningkatan kapasitas sumber daya
- c. Strategi perlindungan sosial
- d. Strategi peningkatan kualitas lingkungan

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi merupakan suatu rencana atau cara terbaik dan langkah-langkah yang harus dijalani untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan agar memperoleh keberhasilan. Hal ini mengidentifikasi adanya upaya memperkuat daya saing pekerjaan dalam kegiatan mengelola organisasi dan mencegah pengaruh dari luar.

2.1.1.3. Proses Manajemen Strategi

Pada proses manajemen strategis organisasi dituntut untuk terus-menerus memonitori peristiwa dan kecenderungan internal dan eksternal sehingga organisasi dapat melakukan perubahan tepat waktu. Agar organisasi dapat terus bertahan dan berkembang semua organisasi harus mampu mengenali dan menyesuaikan diri dengan perubahan. Proses manajemen strategi bertujuan memungkinkan organisasi menyesuaikan diri secara efektif untuk berubah dalam jangka panjang.

Menurut Hunger dan Wheelen (2003:9) proses manajemen strategis meliputi empat elemen dasar yaitu (1) pengamatan lingkungan, (2) perumusan strategi, (3) implementasi strategi, (4) evaluasi dan pengendalian. Pada level korporasi, proses manajemen strategis meliputi aktivitas-aktivitas mulai dari pengamatan lingkungan sampai evaluasi kinerja. Manajemen mengamati lingkungan eksternal untuk melihat kesempatan dan ancaman dan mengamati lingkungan internal untuk melihat kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor yang paling penting untuk masa depan perusahaan disebut faktor-faktor strategis dan diringkas dengan singkatan S.W.O.T yang berarti *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan), dan *Threats* (ancaman). Adapun penjelasan proses manajemen strategis menurut Hunger dan Wheelen (2003:9-19) sebagai berikut:

1. Pengamatan Lingkungan

a. Analisis Eksternal

Lingkungan eksternal terdiri dari variabel-variabel (kesempatan dan ancaman) yang berada di luar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk keadaan dalam organisasi dimana organisasi ini hidup. Lingkungan eksternal memiliki dua bagian : lingkungan kerja dan lingkungan sosial. Lingkungan kerja terdiri dari elemen-elemen atau kelompok yang secara langsung berpengaruh atau dipengaruhi oleh operasi-operasi utama organisasi. Beberapa elemen tersebut adalah pemegang saham, pemerintah, pemasok, komunitas lokal, pesaing, pelanggan, kreditur, serikat buruh, kelompok kepentingan khusus, dan asosiasi perdagangan. Lingkungan sosial terdiri dari kekuatan-kekuatan umum kekuatan itu tidak berhubungan langsung dengan aktivitas-aktivitas jangka pendek organisasi tetapi dapat dan sering mempengaruhi keputusan-keputusan jangka panjang.

b. Analisis Internal

Lingkungan internal terdiri dari variabel-variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada di dalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk suasana dimana pekerjaan

dilakukan. Variabel-variabel itu meliputi struktur, budaya, dan sumber daya organisasi. Struktur adalah cara bagaimana perusahaan diorganisasikan yang berkenaan dengan komunikasi, wewenang, dan arus kerja. Budaya adalah pola keyakinan, pengharapan, dan nilai-nilai yang dibagikan oleh anggota organisasi. Sumber daya adalah aset yang merupakan bahan baku bagi produksi barang dan jasa organisasi.

2. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan.

3. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Proses tersebut mungkin meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau sistem manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Kecuali ketika diperlukan perubahan secara drastis pada perusahaan, manajer level menengah dan bawah akan mengimplementasi strateginya secara khusus dengan pertimbangan dari manajemen puncak.

4. Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dan pengendalian adalah proses yang melaluinya aktivitas-aktivitas perusahaan dan hasil kinerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Para manajer di semua level menggunakan informasi hasil kinerja untuk melakukan tindakan perbaikan dan memecahkan masalah. Walaupun evaluasi dan pengendalian merupakan elemen akhir yang utama dari manajemen strategis, elemen itu juga dapat menunjukkan secara tepat kelemahan-kelemahan dalam implementasi strategi sebelumnya dan mendorong proses keseluruhan untuk dimulai kembali.

Menurut David (2010:7) proses manajemen strategis adalah usaha untuk mengulangi apa yang apa yang terjadi dalam pikiran orang cerdas, intuisi yang mengetahui bisnis dan mengaitkannya dengan analisis. Proses manajemen strategis menurut David (2010:5-6) terdiri dari tiga tahap, yaitu :

1. Perumusan Strategi

Termasuk mengembangkan misi bisnis, mengenali peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan obyektif jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk dilaksanakan.

2. Implementasi Strategi

Menuntut perusahaan untuk menetapkan obyektif tahunan, memperlengkapi dengan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan

dapat dilaksanakan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengubah arah usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi, dan menghubungkan kompensasi karyawan dengan prestasi organisasi.

3. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategis. Para manajer sangat perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik, evaluasi strategi terutama berarti usaha untuk memperoleh informasi ini. Semua strategi dapat dimodifikasi di masa depan karena faktor-faktor eksternal dan internal selalu berubah (David, 2010:5-6).

Sementara itu proses manajemen strategi menurut Pearce dan Robinson (2011:20), mengandung Sembilan tugas penting, yaitu:

2. Merumuskan misi perusahaan, meliputi rumusan umum tentang maksud keberadaan (*purpose*), filosofi (*phylosophy*), dan tujuan (*goal*).
3. Mengembangkan profil perusahaan yang mencerminkan kondisi intern dan kapabilitasnya.
4. Menilai lingkungan ekstern perusahaan, meliputi baik pesaing maupun faktor-faktor konstektual umum.
5. Menganalisis opsi perusahaan dengan mencocokkan sumberdayanya dengan lingkungan ekstern.

6. Mengidentifikasi opsi yang paling dikehendaki dengan mengevaluasi setiap opsi yang ada berdasarkan misi perusahaan.
7. Memilih seperangkat sasaran jangka panjang dan strategi umum (*grand strategy*) yang akan mencapai pilihan yang paling dikehendaki.
8. Mengembangkan sasaran tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan sasaran jangka panjang dan strategi umum yang dipilih.
9. Mengimplementasikan pilihan strategic dengan mengalokasikan sumber daya anggaran yang menekankan pada kesesuaian antara tugas, SDM, struktur, teknologi, dan system imbalan.
10. Mengevaluasi keberhasilan proses strategi sebagai masukan bagi pengambilan keputusan yang akan datang.

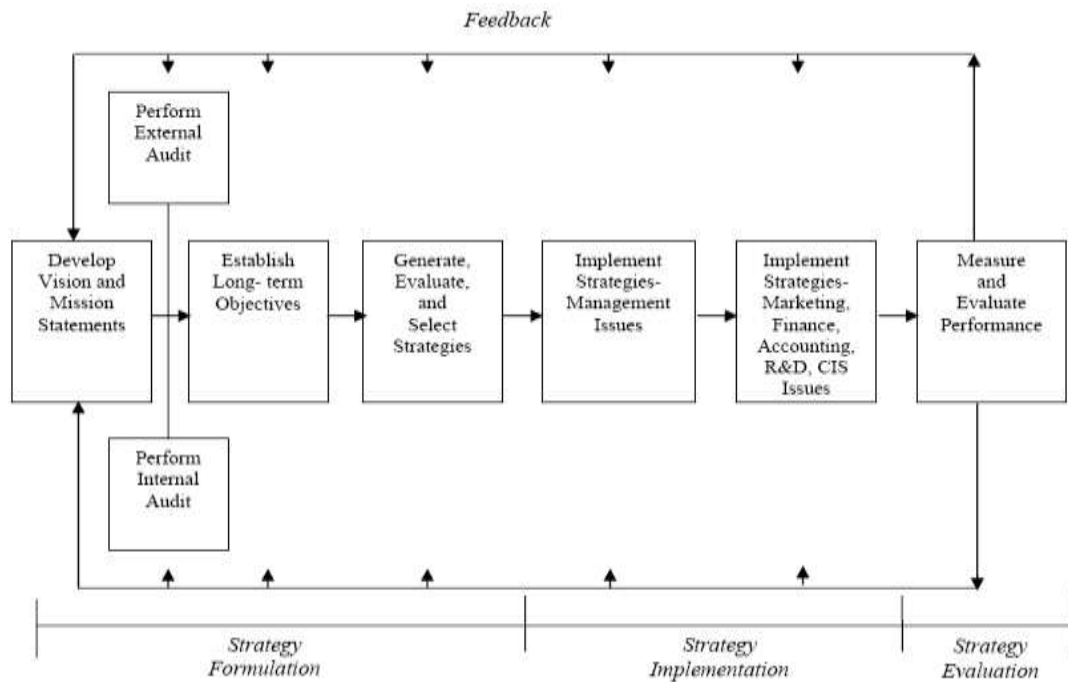
Proses manajemen strategis dapat dengan cukup mudah dipelajari dan diaplikasikan dengan menggunakan sebuah model. David (2010:21) mempresentasikan sebuah pendekatan yang jelas dan praktis untuk merumuskan, menerapkan, dan menilai strategis. Mengidentifikasi visi, misi, tujuan, dan strategi yang dimiliki suatu organisasi saat ini merupakan titik mula yang logis untuk manajemen strategis sebab situasi dan kondisi perusahaan saat ini mungkin menghalangi strategi tertentu dan bahkan mendikte langkah aksi khusus (David 2010:21). Menurut David Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap yaitu :

1. Perumusan strategi
 - a. Pengembangan Pernyataan Visi dan Misi
 - b. Penilaian Eksternal (kekuatan Sosial, Budaya, Demografis, dan

2. Lingkungan)
 - a. Penilaian Internal (Pandangan Berbasis Sumber Daya)
 - b. Analisa dan Pilihan Strategi
3. Penerapan Strategi
 - a. Penetapan tujuan tahunan
 - b. Pembuatan kebijakan
 - c. Memotivasi karyawan
 - d. Alokasi sumber daya
 - e. Struktur organisasional yang efektif
 - f. Pemasaran
 - g. Penyiapan anggaran
 - h. Pengembangan serta pemanfaatan sistem informasi
4. Pengevaluasian Strategis
 - a. Pengkajian Ulang
 - b. Pengevaluasian
 - c. Pengendalian Strategis

Gambar 2.1

Model Manajemen Komprehensif



Sumber: David, R. Fred. (2010:21)

Penerapan proses manajemen strategis umumnya lebih formal di organisasi-organisasi yang lebih besar dan mapan. Formalitas disini merujuk pada partisipan, tanggung jawab, otoritas, tugas, dan pendekatan yang ditetapkan. Bisnis yang lebih kecil cenderung lebih tidak formal. Organisasi – organisasi yang bersaing dalam lingkungan yang kompleks dan senantiasa berubah dengan cepat, seperti organisasi yang bergerak pada bidang teknologi, cenderung lebih formal dalam perencanaan strategis mereka. Organisasi yang memiliki banyak divisi, produk, pasar, dan teknologi juga cenderung lebih formal dalam mengaplikasikan konsep manajemen strategis. Formalitas yang lebih besar dalam menerapkan

proses manajemen strategis umumnya secara positif terkait dengan biaya, cakupan, akurasi, dan keberhasilan rencana di semua jenis dan ukuran organisasi.

2.1.1.4. Metode Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi yang terpenting adalah bagaimana pemilihan suatu strategi dilakukan menurut William R. King proses pemilihan strategi dilakukan berdasarkan :

- a. Pengembangan strategi (*strategic development*)
- b. Penyempurnaan (*refinement*)
- c. Evaluasi

Pengembangan strategi meliputi pencairan strategi dalam rangka pencapaian tujuan-tujuan organisasi. Penyempurnaan strategi merupakan elaborasi strategi strategi yang ditentukan apakah dapat dianggap memungkinkan untuk mewujudkan tujuan yang memiliki aspek-aspek tertentu. Evaluasi strategi dimaksudkan suatu pertimbangan terhadap berbagai strategi yang telah dipilih, dikembangkan dan disempurnakan untuk memastikan alternatif mana yang paling sesuai untuk dapat digunakan sebagai upaya dalam mencapai tujuan yang ditentukan.

Perumusan strategi antara lain dapat didasarkan atas hasil analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats analysis*) sebagaimana dilakukan pada waktu mengadakan premises perencanaan yang lazimnya juga disebut *situation audit* dengan memanfaatkan kekuatan dan kesempatan tertangkap.

Dalam pengadaan premises melalui analisis SWOT dapat terungkap data strategis yang terdiri atas kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan tantangan. Faktor-faktor tersebut berasal dari keadaan ekstern, dan prakiraan keadaan (ekstern dan intern) serta disebut sebagai profil keuntungan strategis (kekuatan dan kelemahan) serta profil kesempatan dan tantangan lingkungan (kesempatan dan tantangan).

2.1.2. Konsep Pariwisata

2.1.2.1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah semua proses yang ditimbulkan oleh arus perjalanan lalu lintas orang-orang dari luar ke suatu Negara atau daerah dan segala sesuatu yang terkait dengan proses tersebut seperti makan/minum, transportasi, akomodasi, dan objek atau hiburan (Violetta Simatupang, 2009:24). Pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan (Muljadi, 2012:7).

Mcintosh (1995) dalam (Muljadi, 2012:7), menyatakan bahwa pariwisata adalah *“... a composite of activities, services and industries that delivers a travel experience: transportation, accommodation, eating and drinking establishment, shops, entertainment, activity, and other hospitality service available for individuals or group that are away from home”* .

WTO dalam (Muljadi A.J 2012:9) mendefinisikan pariwisata sebagai *“the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes”* .

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan pemerintah daerah (Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang

Kepariwisataan Bab I, Pasal 1, ayat 3). Sedangkan definisi Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha (Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Bab I, Pasal 1, Ayat 1).

Menurut Richardson and Fluker (2004) dalam (Pitana dan Diarta, 2009:46) mengatakan bahwa definisi pariwisata yang dikemukakan mengandung beberapa unsur pokok yaitu :

1. Adanya unsur travel (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lain.
2. Adanya unsur “tinggal sementara” ditempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya; dan
3. Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan ditempat yang dituju.

Dari penjelasan tentang pariwisata diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan wisata yang didukung dengan segala fasilitas dan sekaligus kegiatan wisata yang menguntungkan berbagai pihak baik pengunjung atau wisatawan, warga setempat dan pemerintah. Namun dari beberapa definisi diatas terlihat bahwa pariwisata akan memberikan keuntungan apabila dikelola secara maksimal baik oleh pemerintah, pihak swasta, masyarakat, dan wisatawan. Dari definisi yang sudah dijabarkan diatas tentunya tersirat manfaat dari kepariwisataan tersebut, yaitu sebagai berikut :

1. Kepariwisataan merupakan kegiatan pemakaian jasa yang beraneka ragam atau kepariwisataan adalah suatu kumpulan dari beraneka ragam pemakaian jasa, sehingga para wisatawan memerlukan jasa hotel, jasa makan/minum, jasa angkutan dan lain-lain.
2. Pada hakikatnya, kepariwisataan dengan sektor – sektor ekonomi yang lain “saling ketergantungan” dengan gambaran yang jelas seperti beberapa contoh pertanyaan sebagai berikut.
 - 1) Kenaikan jumlah kedatangan wisatawan, apakah menimbulkan dampak produksi di segala sektor?
 - 2) Kenaikan jumlah kedatangan wisatawan, apakah berdampak pada peningkatan jumlah impor?
 - 3) Kenaikan jumlah kedatangan wisatawan, apakah berdampak pada kesempatan lapangan kerja?
 - 4) Apakah peningkatan dibidang kepariwisataan berpengaruh secara tidak langsung terhadap pajak?
3. Pengeluaran wisatawan disuatu Negara/wilayah yang dikunjungi berpengaruh secara signifikan, sebab:
 - 1) Pengeluaran wisatawan dapat digolongkan menjadi tiga golongan yaitu :
 - a. Transportasi;
 - b. Akomodasi, makan, dan minum
 - c. Dampak pengeluaran wisatawan mancanegara menambah devisa Negara. (Muljadi, 2012:119-120)

Dapat disimpulkan manfaat pariwisata yang dijabarkan Muljadi bahwa pariwisata akan memiliki manfaat yang akan dirasakan oleh berbagai pihak baik pihak swasta, pemerintah, dan masyarakat. Selain itu manfaat pariwisata yang terpenting adalah menambah devisa Negara.

2.1.2.2. Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata menurut Rangkuti (2013: 3) sebagaimana mengutip Chandler, strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas sumber daya. Selanjutnya menurut Marpaung (2007 : 19) :

“perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tujuan wisata. Dalam perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tujuan tempat wisata ” .

Hal tersebut dilakukan melalui pemeliharaan kebudayaan, sejarah dan taraf perkembangan ekonomi dan suatu tempat wisata yang masuk dalam pendapatan untuk wisatawan akibatnya akan menjadi pengalaman yang unik dari tempat wisata. Pada waktu yang sama, ada nilai-nilai yang membawa serta dalam perkembangan kepariwisataan. Sesuai dengan panduan, maka perkembangan pariwisata dapat memperbesar keuntungan sambil memperkecil masalah-masalah yang ada.

2.1.2.3. Pengelolaan Pariwisata

Pengelolaan atau manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu “*management*”. Manajemen adalah konsep perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Yahya. 2006:1). Menurut Leiper dalam Pitana (2009:80) pengelolaan (manajemen) merujuk kepada seperangkat peranan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang, atau bisa juga merujuk kepada fungsi-fungsi yang melekat pada peran tersebut.

Ahli manajemen mengemukakan sudut pandang yang hamper sama mengenai urutan fungsi manajemen, misalnya fungsi-fungsi manajemen menurut George Terry yang biasa di singkat POAC yaitu *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian) *Actuating* (penggerakkan), *Controlling* (pengawasan). Henri Fayol mengurutkan lima fungsi manajemen yang dikenal dengan singkatan POCCC, yaitu *planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Commanding* (perintah), *Cordinating* (pengkoordinasian), *Controlling* (pengawasan).

Guillick mengurutkan enam fungsi manajemen dengan singkatan POSDCORB (*Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, dan Budgeting*). Pengelolaan pariwisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan pada nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunitas, dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal. Menurut Cox

dalam Pitana dan Diarta (2009:81), pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut :

- a. Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
- b. Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.
- c. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal.
- d. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan dan pengembangan lingkungan lokal.
- e. Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas (*carrying capacity*) lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walaupun di sisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

Untuk menyinergikan pengelolaan pariwisata yang memenuhi prinsip-prinsip pengelolaan dalam uraian sebelumnya, diperlukan suatu metode pengelolaan yang menjamin keterlibatan semua aspek dan komponen pariwisata.

Metode pengelolaan pariwisata menurut WTO dalam Pitana dan Diarta (2009:88) mencakup beberapa kegiatan berikut :

- a. Pengkonsultasian dengan semua pemangku kepentingan
- b. Pengidentifikasian isu yang mungkin muncul dalam kegiatan pariwisata
- c. Penyusunan kebijakan
- d. Pembentukan dan pendanaan agen dengan tugas khusus
- e. Penyediaan fasilitas dan operasi
- f. Penyediaan kebijakan fiskal, regulasi, dan lingkungan sosial yang kondusif
- g. Penyelesaian konflik kepentingan dalam masyarakat

2.1.2.4. Pengembangan Destinasi Pariwisata

Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang diakui selama perjalanan. Suatu tempat pasti memiliki batas-batas tertentu, baik secara aktual maupun hukum. Destinasi dapat menjadi destination area yang oleh WTO didefinisikan sebagai berikut: *“Part of destination A homogens tourism region or a group of local goverment adminitrative regions”* (WTO dalam Pitana dan Diarta).

Dalam mendiskusikan destinasi pariwisata, kita juga harus mempertimbangkan istilah region yang didefinisikan sebagai berikut: *“(1) Agrouping of countries, usually a tourism in a common geographic area, (2) An area within a country, usually a tourism destination area”* (Ricardson dan Flunker dalam Pitana dan Diarta 2009). Menurut Kusudianta dalam (Pitana dan

Diarta, 2009:126) , destinasi wisata dapat digolongkan atau dikelompokkan berdasarkan ciri-ciri destinasi tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Destinasi sumber daya alam, seperti iklim, pantai, hutan, pulau.
2. Destinasi sumber daya budaya, seperti tempat bersejarah, museum, teater, dan masyarakat lokal
3. Fasilitas rekreasi, seperti taman hiburan
4. Event seperti Pesta Kesenian Bali, Pesta Danau Toba, pasar malam
5. Aktivitas spesifik, seperti petualangan, perjalanan romantis

Pembangunan kepariwisataan Indonesia sebagai bagian integral pembangunan nasional dilaksanakan secara berkelanjutan bertujuan untuk mewujudkan peningkatan kepribadian dan kemampuan manusia dan masyarakat Indonesia dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta memperhatikan tantangan perkembangan global (Muljadi, 2009:30). Pengembangan pariwisata dalam negeri telah diarahkan untuk memupuk cinta tanah air dan bangsa, menanamkan jiwa dan semangat serta nilai-nilai luhur berbangsa, meningkatkan kualitas budaya bangsa, memperkenalkan peninggalan sejarah, keindahan alam termasuk bahari dengan terus meningkatkan wisata remaja-remaja penuda (Muljadi, 2009:31).

Nilai-nilai budaya bangsa yang menuju ke arah kemajuan peradaban, mempertinggi derajat kemanusiaan, kesusilaan, dan ketertiban umum guna memperkokoh jati diri bangsa dalam rangka perwujudan wawasan nusantara. Karena itu, untuk mewujudkan penmbangunan pariwisata harus diperhatikan hal berikut:

1. Kemampuan untuk mendorong dan meningkatkan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya.
2. Nilai-nilai agana, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat.
3. Kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup
4. Kelanjutan dari usaha pariwisata itu sendiri (Muljadi, 2009:32)

Penyelenggaraan pembangunan dan pengembangan pariwisata Indonesia dimaksudkan Agar daya tarik wisata yang sedemikian banyak dimiliki bangsa Indonesia dapat dikenal, baik oleh masyarakat Indonesia sendiri maupun masyarakat dunia, serta menghindarkan dari kerusakan-kerusakan.

Dalam pengembangan destinasi pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik pengembangan harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kebijakan kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah pengembangan fasilitas, pengembangan sumber daya manusia, meningkatkan aktivitas pemasaran, kualitas lingkungan hidup, aksesibilitas dan transportasi (Liu, 1994:18)

2.1.3. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal dimana para pemimpin menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis organisasi. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal organisasi (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman).

Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang organisasi serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang bagus dan mendalam bagi desain dari strategi yang berhasil (Pearce and Robinson, 2011:200). *Strengths* (kekuatan) merupakan kekuatan yang dimiliki perusahaan antara lain kompetensi khusus, sumber, keterampilan, produk, andalan, dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing. *Weaknesses* (kelemahan) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. *Opportunities* (peluang) merupakan berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. *Threats* (ancaman) merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis (Siagian, 2008:172).

Dari bahasan analisis SWOT, maka peluang-peluang dan ancaman-ancaman dari hasil analisis eksternal, bersama dengan kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan organisasi dari hasil analisis internal akan menjadi masukan dalam menyusun analisis SWOT.

Strengths (kekuatan) merupakan kekuatan yang dimiliki perusahaan antara lain kompetensi khusus, sumber, keterampilan, produk, andalan, dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing. *Weaknesses* (kelemahan) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. *Opportunities* (peluang) merupakan berbagai situasi lingkungan yang

menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. *Threats* (ancaman) merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis (Siagian, 2008:172).

Setelah dilakukan analisis SWOT yang memetakan analisis lingkungan eksternal dan internal organisasi, maka perusahaan tentunya memikirkan bagaimana organisasi menggunakan analisis SWOT dalam menuangkan strategi yang akan dilakukan. Dalam penyusunan strategi, organisasi tidak selalu harus mengejar semua peluang yang ada, tetapi perusahaan dapat membangun suatu keuntungan kompetitif dengan mencocokkan kekuatannya dengan peluang masa depan yang akan dikejar. Untuk dapat membangun strategi yang mempertimbangkan hasil dari analisis SWOT, dibangunlah TOWS Matriks. TOWS Matriks (TOWS hanya kebalikan atau kata lain dalam ungkapan SWOT) mengilustrasikan bagaimana peluang dan ancaman pada lingkungan eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan dari organisasi, sehingga hasil yang diperoleh dapat digambarkan melalui empat set alternatif strategi (Wheelen and Hunger, 2003:230).

Matriks Kekuatan – Kelemahan – Peluang – Ancaman (Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats – SWOT) adalah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (Kekuatan-Peluang), Strategi WO (Kelemahan-Peluang), Strategi ST (Kekuatan-Ancaman), dan Strategi WT (Kelemahan-Ancaman). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam

mengembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik – dan tidak ada satu pun paduan yang paling benar (David, 2010:327)

Strategi SO (SO Strategies) memanfaatkan kekuatan internal organisasi untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka berada dalam posisi dimana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai tren dan kejadian eksternal. Secara umum, organisasi akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT untuk mencapai situasi dimana mereka dapat melaksanakan Strategi SO. Jika sebuah perusahaan memiliki kelemahan besar, maka perusahaan akan berjuang untuk mengatasinya dan mengubahnya menjadi kekuatan. Ketika sebuah organisasi dihadapkan pada ancaman yang besar, maka organisasi akan berusaha untuk menghindarinya untuk berkonsentrasi pada peluang.

Strategi WO (WO Strategies) bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

Strategi ST (ST Strategies) menggunakan kekuatan sebuah organisasi untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung didalam lingkungan eksternal.

Strategi WT (WT Strategies) merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan. Dalam kenyataannya, perusahaan semacam itu mungkin harus berjuang untuk bertahan hidup, melakukan merger, penciutan, menyatakan diri bangkrut, atau memilih likuidasi.

Pada tabel berikut dapat menjelaskan SWOT Matriks secara singkat:

Tabel 2.1

Matriks SWOT

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	Kekuatan (S) Daftarkan 5-10 kekuatan <i>Internal</i> disini	Kelemahan (W) Daftarkan 5-10 kekuatan <i>Internal</i> disini
FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL		
Peluang (O) Daftarkan 5-10 kekuatan <i>Eksternal</i> disini	Strategi S-O Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Buat strategi disini yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
Ancaman (T) Daftarkan 5-10 kekuatan <i>Eksternal</i> disini	Strategi S-T Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi W-T Buat strategi disini yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Hunger and Wheelen, (2003:231)

- 1) S-O strategi : Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
- 2) W-O strategi : Memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan

- 3) S-T strategi : Menggunakan kekuatan untuk mengatasi/mengurangi dampak dari ancaman
- 4) W-T strategi : Menghilangkan atau mengurangi kelemahan agar tidak rentan terhadap ancaman.

Dari hasil kompetisi diatas akan diperoleh banyak kemungkinan strategi yang dapat dilakukan organisasi. Tetapi, organisasi harus berani memilih beberapa strategi yang kritical dan memberikan dampak terbesar bagi kemajuan organisasi. Organisasi harus mempertimbangkan pemilihan strategi yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan dan tanggung jawab organisasi terhadap lingkungan sekitar (social responsibility). Dengan mempertimbangkan hal-hal diatas maka akan diperoleh strategi yang diterima oleh anggota masyarakat.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kajian penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang dapat diambil dari berbagai sumber ilmiah, baik skripsi, tesis, disertasi atau jurnal penelitian. Dalam penelitian ini fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah yang terkait dengan permasalahan kesejahteraan. Untuk itu peneliti akan mencantumkan beberapa penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti, yaitu :

Skripsi Novia Saghita tahun 2011 dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang berjudul “Alternatif Strategi Pengelolaan Pariwisata Pulau Untung Jawa Melalui Pendekatan Analisis SWOT”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan

kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan, menganalisis, dan merumuskan strategi pengelolaan pariwisata di Pulau Untung Jawa.

Hasil penelitian ini yaitu strategi pengelolaan pariwisata Pulau Untung Jawa dilakukan mengacu pada peningkatan potensi wisata dan sumber daya alam yang melimpah dan meningkatkan mutu pendidikan bagi sumber daya manusia sebagai pengelola pariwisata Pulau Untung Jawa serta meminimalisir faktor penghambat yang terjadi pada pariwisata Pulau Untung Jawa.

Persamaan penelitian “Alternatif Strategi Pengelolaan Pariwisata Pulau Untung Jawa Melalui Pendekatan Analisis SWOT” dengan penelitian skripsi ini yang berjudul Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan di Kota Tangerang adalah sama-sama melatarbelakangi tentang strategi yang dilaksanakan dan perbedaan dari kedua penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan peneliti lebih terfokus tentang strategi untuk melakukan pemberdayaan masyarakat Pulau Untung Jawa untuk mengelola pariwisata di Pulau Untung Jawa sedangkan penelitian yang diambil dari skripsi ini membahas tentang peran pemerintah dan masyarakat dalam upaya mengembangkan destinasi pariwisata kawasan pecinaan di Kota Tangerang baik dari.

Skripsi Yunita tahun 2015 dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang berjudul “Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa Sawarna Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak” Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dimana prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang diamati. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran yang jelas mengenai

strategi yang sebaiknya dilakukan untuk mengembangkan pariwisata di Desa Sawarna.

Adapun hasil dari penelitian ini yaitu masih perlu adanya strategi pengalihan potensi wisata alam dan buatan desa Sawarna untuk meningkatkan daya tarik wisatawan dan juga promosi seperti melalui media *online* agar lebih dikenal dalam masyarakat umum. Selain itu perlu adanya Strategi menyusun pemodelan kawasan desa Sawarna yang didasari pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan/ramah lingkungan. Seperti memotivasi kegiatan usaha pariwisata lokal sehingga dapat mengundang para investor. Dan juga menyediakan jasa angkutan umum serta aksesibilitas menuju desa Sawarna. Juga perlu adanya Strategi meningkatkan kapasitas dan peran masyarakat dalam membangun pariwisata di Desa Sawarna.

Adapun persamaan penelitian “Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa Sawarna Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak” dengan penelitian skripsi ini yang berjudul Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan di Kota Tangerang adalah sama-sama melatarbelakangi bagaimana strategi yang tepat untuk diterapkan dalam mengembangkan potensi pariwisata di suatu daerah dengan menggunakan teknik SWOT. Adapun perbedaan dari kedua penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya membahas tentang pengembangan pariwisata alam sedangkan penelitian ini membahas tentang pengembangan pariwisata sejarah dan budaya.

Skripsi Henry tahun 2008 dari Institut Pertanian Bogor “Studi Potensi Lanskap Sejarah Kawasan Pecinaan Glodok Jakarta Sebagai Kawasan Wisata

Sejarah”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, dan tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis potensi lanskap bersejarah Kawasan Pecinan Glodok Jakarta untuk pengembangan wisata sejarah.

Hasil dari penelitian ini adalah Upaya pengelolaan dan pelestarian bangunan/lanskap sejarah yang ada di kawasan ini belum semuanya baik. Pengelolaan bangunan yang merupakan tempat beribadah lebih baik jika dibandingkan dengan bangunan yang kepemilikannya pribadi, meskipun obyek tersebut merupakan BCB. Untuk pengembangan sebagai kawasan wisata perlu ditetapkan upaya perlindungan dan pelestarian kawasan dan obyek-obyek di dalamnya. Dalam studi ini diusulkan zonasi perlindungan yang meliputi zona inti dan zona penyangga. Zona inti merupakan zona perlindungan intensif yang mencakup obyek-obyek bernilai sejarah penting dan lanskapnya yang masih mempunyai atmosfer *Chinese* yang kuat (kebudayaan, aktivitas kehidupan sehari-hari, sungai, tanaman, dsb).

Adapun persamaan Adapun persamaan penelitian “Studi Potensi Lanskap Sejarah Kawasan Pecinaan Glodok Jakarta Sebagai Kawasan Wisata Sejarah” dengan penelitian skripsi ini yang berjudul Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan di Kota Tangerang adalah sama-sama melihat adanya potensi sebagai objek pariwisata pada kawasan pecinaan. Adapun perbedaan dari kedua penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya hanya membahas bagaimana kawasan pecinaan sebagai wilayah potensial. Sedangkan dalam penelitian ini juga membahas bagaimana

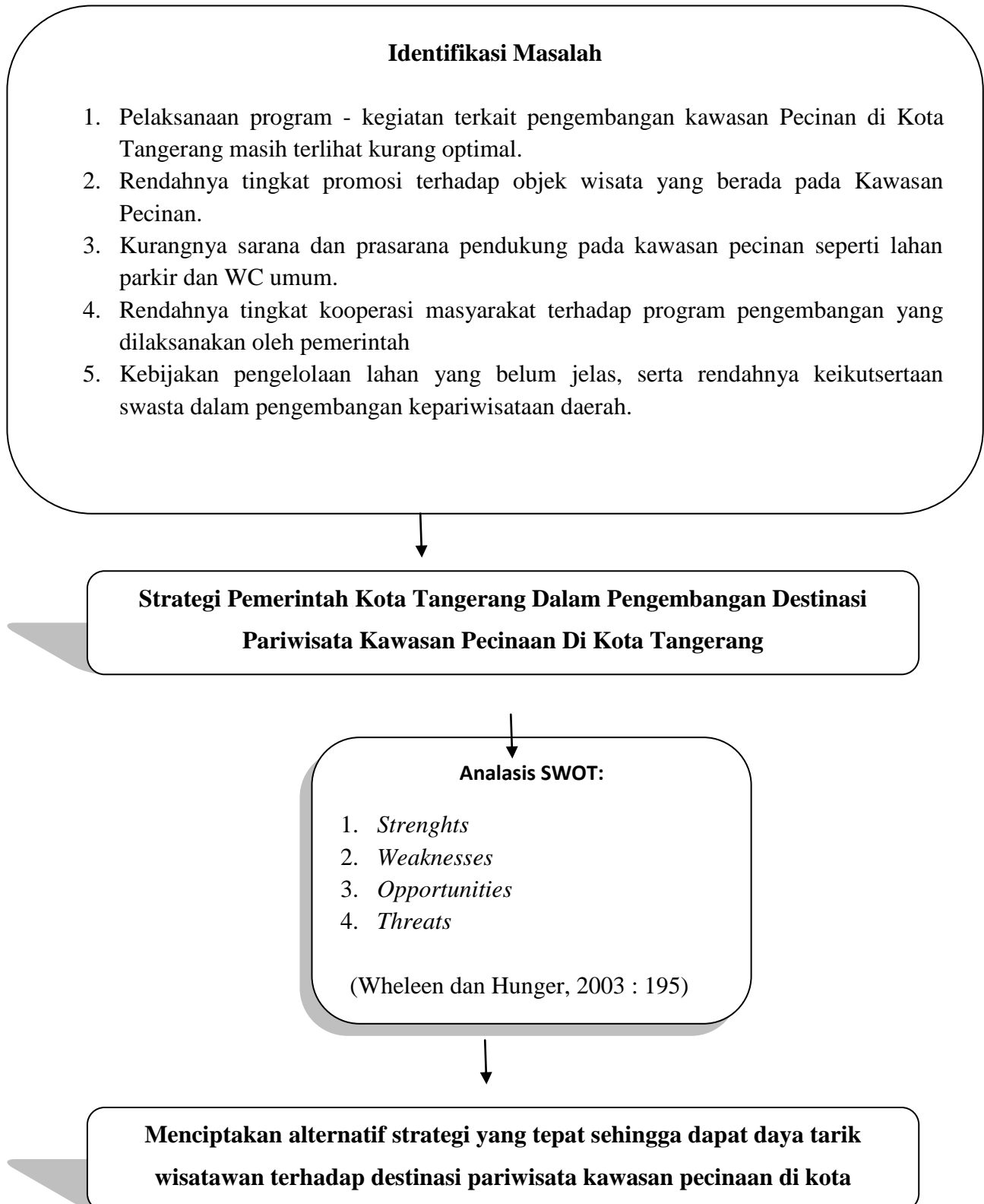
mengembangkan potensi itu menjadi nyata dan pengembangannya sehingga dapat menjadi objek pariwisata baik dari upaya pemerintah maupun masyarakat.

2.3. Kerangka Teori

Kerangka berpikir menggambarkan konsep penelitian mengenai “Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan Di Kota Tangerang”, yang ditujukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan mencapai tujuan dari penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Analisis SWOT menurut Wheleen and Hunger (2003: 195) yaitu memperhatikan faktor-faktor lingkungan dalam menganalisis strategi yaitu diantaranya :

1. *Strength* (Kekuatan)
2. *Weaknesses* (Kelemahan)
3. *Opportunities* (Kesempatan)
4. *Threats* (Ancaman)

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir Penelitian



2.4. Asumsi Dasar Penelitian

Berdasarkan asumsi dasar pemikiran yang dipaparkan serta observasi awal yang peneliti lakukan terhadap objek penelitian Serta data-data yang diperoleh peneliti di lapangan. Maka peneliti berasumsi bahwa penelitian mengenai strategi pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan di Kota Tangerang masih belum efektif dan belum memiliki pemilihan strategi yang tepat dalam mencapai keberhasilannya. Hal ini dilihat berdasarkan dengan masaih adanya permasalahan – permasalahan yang timbul dalam strategi pengembangan destinasi pariwisata kawasan pecinaan di Kota Tangerang.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3. 1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2009:2) yaitu pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam pengertian yang luas Sugiyono menjelaskan bahwa metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan untuk dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2006:4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat dimati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mencari tahu dan menjelaskan bagaimana Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan Di Kota Tangerang dengan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-

angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut dimana data tersebut berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto dan dokumentasi lainnya (Moleong 2007:11).

Menurut Denzim dan Lincoln (1987) dalam Moleong (2007:5) Penelitian kualitatif adalah peneltian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dari segi pengertian ini, peneliti kualitatif merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan perasaan dan perilaku individu ataupun sekelompok orang. Menurut Richie dalam Moleong (2007:6) penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam bagaimana kenyataan sosial dalam penelitian Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan Di Kota Tangerang.

3. 2. Ruang Lingkup/ Fokus Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan bagian yang membatasi dan menjelaskan substansi materi kajian penelitian yang akan dilakukan. Ruang lingkup penelitian digunakan sebagai batasan penelitian agar dapat fokus pada fokus penelitian yang akan dijalankan. Jadi dapat memudahkan peneliti untuk

lebih fokus dengan penelitian yang akan dijalankan, yaitu mengenai “Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan Di Kota Tangerang”.

Pembatasan ruang lingkup penelitian didasarkan pada permasalahan yang dibahas pada latar belakang masalah yang dijelaskan secara terperinci dan ringkas ke dalam identifikasi masalah. Jadi, ruang lingkup dalam penelitian ini adalah menjabarkan mengenai bagaimana Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan Di Kota Tangerang secara lebih mendalam lagi.

3. 3. Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan pertimbangan kemenarikan, keunikan, dan kesesuaian dengan fokus penelitian yang dipilih. Pemilihan lokasi ini, diharapkan menemukan hal-hal yang bermakna dan baru atau sesuai dengan fenomena sosial atau peristiwa dalam penelitian. Jadi mengemukakan lokasi penelitian adalah menyebutkan tempat penelitian misalnya desa, komunitas atau lembaga tertentu dan menjelaskan alasan dipilihnya lokasi tersebut.

3. 4. Variabel Penelitian

3. 4. 1. Definisi Konsep

Definisi konseptual memberikan pengertian tentang konsep dari variabel yang akan diteliti menurut pendapat peneliti berdasarkan kerangka teori yang digunakan. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian tentang Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan Di Kota Tangerang. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis SWOT dalam Siagian (2008:172) yang menjelaskan bahwa dalam

teknik analisis SWOT terdapat 4 variabel yang mempengaruhi keberhasilan strategi yang telah digunakan, yaitu *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*. Keempat variabel ini dinilai tepat untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

3. 4. 2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjabaran konsep atau variabel penelitian dalam rincian yang terukur (indikator penelitian). Dalam penelitian Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan Di Kota Tangerang peneliti menggunakan pendekatan Analisis SWOT dimana Analisis SWOT ini merupakan suatu cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategi dalam pengoptimalan usaha. Adapun dimensi dan indikatornya yang digunakan Tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Penelitian

Dimensi	Indikator	Pertanyaan
Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan di Kota Tangerang	<i>Strengths</i>	Apakah kekuatan yang dimiliki dalam pengembangan kawasan Pecinaan di Tangerang?
		Apa saja program pengembangan kawasan pecinaan yang telah dilakukan?
	<i>Weaknesses</i>	Apa Kelemahan yang dimiliki dalam pengembangan kawasan pecinaan?
		Apa langkah-langkah yang akan dilakukan untuk meningkatkan terjaganya kawasan pecinaan sebagai destinasi wisata?
	<i>Opportunities</i>	Apa saja peluang yang dimiliki dengan dikembangkannya kawasan pecinaan sebagai destinasi wisata?
		Bagaimana memanfaatkan peluang yang didapatkan?
	<i>Threats</i>	Apa saja ancaman yang ada di dalam pengembangan kawasan pecinaan sebagai destinasi pariwisata?
		Bagaimana cara menghadapi ancaman terus berkembangnya pembangunan di kota tangerang?

(Sumber: Peneliti, 2017)

3. 5. Instrumen Penelitian

Irawan (2006) dalam Anis Fuad & Kandung S.N (2012: 80) menjelaskan bahwa satu-satunya instrumen penting dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Maka dalam penelitian tentang Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinaan Di Kota Tangerang adalah peneliti sendiri. Jadi dalam penelitian kualitatif ini, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri (*human instrument*) karena peneliti adalah manusia dan hanya manusia yang dapat berhubungan dengan responden atau objek lainnya, serta mampu memahami kaitan kenyataan-kenyataan di lapangan. Oleh karena itu, peneliti juga berperan serta dalam pengamatan atau *participant observation* (Moleong, 2007:9).

Peneliti sebagai *key instrument* juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti siap melakukan penelitian yang selanjutnya turun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya. Validasi dilakukan oleh peneliti sendiri, melalui evaluasi diri seberapa jauh pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan (Sugiyono, 2011:222).

Jenis data yang dikumpulkan berupa jenis data primer dan sekunder. Menurut Lofland dan Lofland (Moleong, 2006:157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan

seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik. Adapun alat- alat bantu yang dipakai peneliti dalam mengumpulkan data adalah alat perekam (*handphone*), pedoman wawancara, buku catatan, kamera digital atau *handphone* yang digunakan untuk membantu peneliti mengumpulkan data di tempat penelitian.

3. 6. Informan Penelitian

Menurut Denzin dan Lincoln (dalam Fuad dan Nugroho, 2012:83), seorang peneliti harus bisa menemukan “orang dalam” (*an insider*) salah satu anggota kelompok partisipan yang ingin menjadi informan dan berperan sebagai pengarah dan penerjemah muatan-muatan budaya, dan pada saat yang lain, jargon dan bahasa kelompok setempat. Meskipun wawancara dapat dilakukan tanpa bantuan seorang informan, namun sebaiknya tetap menggunakan informan yang baik, sebab dengan begitu seorang peneliti dapat menghemat waktu lebih banyak dan dapat menghindarkan kesalahan-kesalahan selama proses berlangsung. Untuk itulah perlunya *key informan*.

Dalam penelitian ini pemilihan informannya menggunakan teknik *Purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2011:218-219) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga

memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

Table 3. 2
Tabel Informan

Kode Informan	Informan	jumlah	Status Informan
I ₁	Kepala Bidang Pariwisata DISPORPAREKRAF	1	<i>Key Informan</i>
I ₂	Pengurus Museum Benteng Heritage	1	<i>Key Informan</i>
I ₃	Pengurus Boen Tek Bio	1	<i>Key Informan</i>
I ₄	Warga Pecinaan	4	<i>Key Informan</i>
I ₅	Pengurus Masjid Kalipasar	1	<i>Key Informan</i>
I ₆	Wisatawan (Lokal dan Luar Daerah)	5	<i>Key Informan</i>
I ₇	Pedagang Pasar Lama	2	<i>Secondary Informan</i>

(Sumber: Peneliti, 2017)

3. 6. 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara mengumpulkan data primer dan sekunder yang berkaitan dengan masalah penelitian yang akan dibahas. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Sedangkan observasi menurut Moloeng (2007) adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, perhatian,

perilaku tak sadar, kebiasaan dan sebagainya. Menurutnya, observasi diklasifikasikan menjadi dua cara yaitu cara berperan serta dan cara yang tidak berperan serta. Observasi berperan serta, pengamat melakukan dua fungsi sekaligus yaitu sebagai pengamat dan sekaligus menjadi anggota resmi dari kelompok yang diamatinya. Namun observasi tanpa berperan serta, pengamat hanya melakukan satu fungsi yaitu mengadakan pengamatan.

Pengamatan dapat diklasifikasikan atas pengamatan melalui cara berperan serta dan tidak berperan serta. Pada pengamatan tanpa berperanserta pengamat hanya melakukan satu fungsi, yaitu mengadakan pengamatan. Pengamatan dapat pula dibagi atas pengamatan terbuka dan pengamatan tertutup. Yang terbuka atau tertutup disini adalah pengamat dan latar penelitian. Pengamat secara terbuka diketahui oleh subjek, sedangkan sebaliknya para subjek dengan sukarela memberikan kesempatan kepada pengamat untuk mengamati peristiwa yang terjadi dan mereka menyadari bahwa ada orang yang mengamati hal yang dilakukan oleh mereka (Moleong 2007:176).

Dalam penelitian ini, teknik observasi yang dipakai ialah observasi tanpa berperan serta atau di sebut observasi tidak berstruktur dengan mengamati dari jauh. Peneliti hanya sebagai pengamat saja tanpa menjadi anggota resmi organisasi yang diteliti.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas

pertanyaan itu. (Moleong 2007:186). Maksud mengadakan wawancara seperti yang dimaksudkan oleh Lincoln dan Guba dalam Moleong adalah mengkontruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan; merekontruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu, memproyeksi kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang, memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi), dan memverifikasi, mengubah dan memperluas kontruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.

Dalam penelitian kualitatif, wawancara dilakukan secara mendalam. Ada dua jenis wawancara dalam penelitian kualitatif, yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2011:138-140).

Wawancara dilakukan dengan cara mempersiapkan terlebih dahulu berbagai keperluan yang dibutuhkan yaitu sampel informan kriteria informan dan pedoman wawancara yang disusun dengan rapih dan terlebih dahulu dipahami

peneliti, sebelum melakukan wawancara peneliti terlebih dahulu melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Menerangkan kegunaan serta tujuan dari penelitian.
- b. Menjelaskan alasan informan terpilih untuk diwawancarai.
- c. Menentukan strategi dan taktik berwawancara.
- d. Mempersiapkan pencatat data wawancara.

Peneliti menyusun pedoman wawancara mengenai hal-hal yang nantinya menjadi acuan dalam wawancara kepada informan untuk mendapatkan informasi yang akurat. Secara garis besar pedoman wawancara yang digunakan untuk memperoleh informasi.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu sumber data sekunder yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Studi dokumentasi adalah setiap bahan tertulis ataupun film, gambar, dan foto-foto yang dipersiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti. Selanjutnya studi dokumentasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data melalui bahan-bahan tertulis yang diterbitkan oleh lembaga-lembaga yang menjadi bahan objek penelitian. Baik berupa prosedur, peraturan-peraturan, gambar, laporan hasil pekerjaan serta berupa foto ataupun dokumen elektronik (rekaman) (Fuad dan Nugroho, 2012:89).

Penggunaan dokumen ini berkaitan dengan apa yang disebut analisa isi. Cara menganalisa isi dokumen ialah dengan memeriksa dokumen secara

sistematik bentuk-bentuk komunikasi yang dituangkan secara tertulis dalam bentuk dokumen secara obyektif. Kajian isi atau *content analysis document* ini didefinisikan oleh Berelson yang dikutip Guba dan Lincoln, sebagai teknik penelitian untuk keperluan mendeskripsikan secara obyektif, sistematis dan kuantitatif tentang manifestasi komunikasi.

Sedangkan Weber menyatakan bahwa kajian isi adalah metodologi penelitian yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang sah dari sebuah buku atau dokumen. Definisi lain dikemukakan Holsti, bahwa kajian isi adalah teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan, dan dilakukan secara obyektif, dan sistematis (Moleong 2007:220).

3. 6. 2. Jenis dan Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah data-data yang diperoleh langsung dari lapangan dan masih bersifat data mentah. Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Adapun alat pendukung lainnya yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini berupa alat perekam, kamera, dan catatan lapangan

3. 7. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

3. 7. 1. Teknik Pengolahan Data

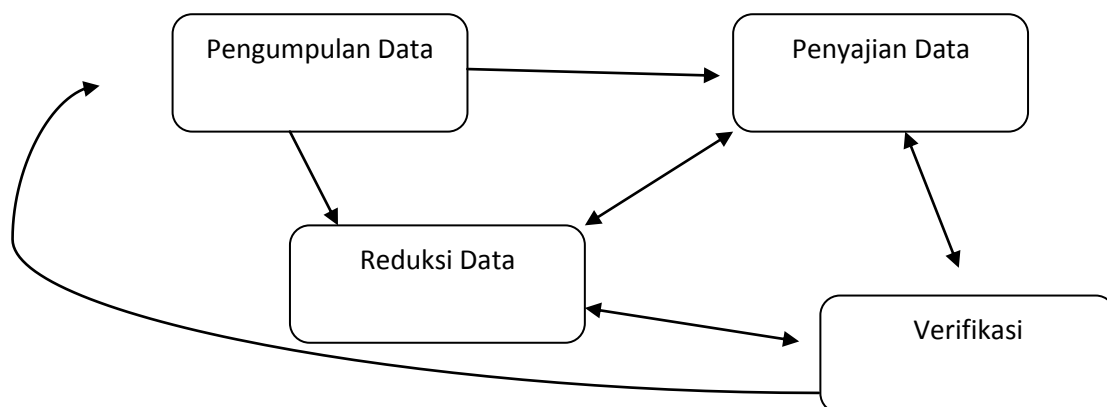
Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan (dalam Sugiyono, 2011:244) menyatakan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain,

sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2009:246), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*. Apabila digambarkan proses tersebut akan nampak seperti berikut ini :

Gambar 3.1

Analisis data menurut Miles dan Huberman



Sumber : (Miles dan Huberman, 1984)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa pada prosesnya peneliti akan melakukan kegiatan berulang secara terus menerus. Ketiga hal tersebut

merupakan sesuatu yang saling berkaitan dan mendukung pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data. Ketiga hal itu dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Selama proses pengumpulan data dari berbagai sumber, tentunya akan sangat banyak data yang didapatkan oleh peneliti. Semakin lama peneliti berada di lapangan, maka data yang didapatkan akan semakin kompleks dan rumit, sehingga apabila tidak segera diolah akan dapat menyulitkan peneliti. Oleh karena itu, proses analisis data pada tahap ini juga harus dilakukan. Untuk memperjelas data yang didapatkan dan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya, maka dilakukan reduksi data. Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pegabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang ada di lapangan. Reduksi data berlangsung selama proses pengumpulan data masih berlangsung. Pada tahap ini juga akan berlangsung kegiatan pengkodean, meringkas, dan membuat partisi. Proses informasi ini berlanjut terus sampai laporan penelitian tersusun lengkap.

b. Penyajian Data

Langkah penting selanjutnya adalah penyajian data. Secara sederhana penyajian data dapat diartikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam sebuah penelitian kualitatif

penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Bagan, flowchart dan sejenisnya. Penyajian data bertujuan agar peneliti dapat memahami apa yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya yang akan dilakukan.

c. Verifikasi

Tahap akhir dalam analisis interaktif adalah verifikasi data. Dari awal pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti hubungan-hubungan, mencatat keteraturan, pola-pola, dan menarik kesimpulan. Kesimpulan yang dikemukakan di awal masih bersifat sementara, dan akan terus berubah selama proses pengumpulan data masih terus berlangsung. Akan tetapi, apabila kesimpulan tersebut didukung oleh data yang valid dan konsisten yang peneliti temukan di lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel

3. 7. 2. Pengujian Keabsahan Data

Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian. Dalam penelitian kualitatif data bersifat majemuk dan dinamis, sehingga tidak ada data yang bersifat konsisten dan berulang seperti semula. Ada pun untuk pengujian keabsahan datanya, pada penelitian ini dilakukan dengan Triangulasi Sumber dan Teknik

1. Triangulasi

Menurut Moloeng (2007:330), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data untuk

keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Adapun yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Triangulasi sumber, dapat dilakukan dengan mengecek data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber. Data dari berbagai sumber tersebut kemudian dipilah dan dipilih dan disajikan dalam bentuk tabel matriks. Data dari sumber yang berbeda dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, berbeda dan mana yang lebih spesifik.
- b. Triangulasi teknik, dapat dilakukan dengan melakukan cek data dari berbagai macam teknik pengumpulan data. Misalnya dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data dari ketiga teknik tersebut dibandingkan, adakah konsistensi. Jika berbeda, maka dapat dijadikan catatan dan dilakukan pengecekan selanjutnya mengapa data bisa berbeda (Fuad dan Nugroho, 2014: 19-20).

3. 8. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian terhitung persiapan, pelaksanaan dan pelaporan hasil penelitian. Waktu penelitian diuraikan dalam waktu bulan dan disajikan dalam bentuk tabel. Berikut adalah rincian jadwal penelitian

Tabel 3.3
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2017	2018						
			1	2	3	4	5	6	7
1	Observasi Awal								
2	Penyusunan Proposal								
3	Bimbingan dan Perbaikan Proposal								
4	Seminar Proposal								
5	Perbaikan proposal								
6	Proses Pencarian Data di Lapangan								
7	Pengolahan Data di Lapangan								
8	Penyusunan Laporan Penelitian dan Bimbingan								
9	Sidang Skripsi								

(Sumber : Peneliti, 2018)

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4. 1. Deskripsi Objek Penelitian

4. 1. 1. Gambaran Umum Kota Tangerang

Wilayah Provinsi Banten terbagi menjadi empat wilayah Kota dan empat wilayah Kabupaten, yaitu Kota Cilegon, Kota Serang, Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, dan Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Serang, dan Kabupaten Tangerang. Kota Tangerang terdiri atas 13 kecamatan, yang dibagi lagi atas sejumlah 104 kelurahan. Dahulu Tangerang merupakan bagian dari wilayah Kabupaten Tangerang, kemudian ditingkatkan statusnya menjadi Kota Administratif, dan akhirnya ditetapkan sebagai Kotamadya pada tanggal 28 Februari 1993. Sebutan Kotamadya diganti dengan Kota pada tahun 2001.

Kota Tangerang yang terbentuk pada tanggal 28 Februari 1993 berdasarkan Undang-Undang No. 2 Tahun 1993 tentang Pembentukan Kotamadya Daerah Tingkat II Tangerang, merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Tangerang. Secara geografis Kota Tangerang terletak pada $106^{\circ} 36' - 106^{\circ} 42'$ Bujur Timur (BT) dan $6^{\circ} 6' - 6^{\circ} 13'$ Lintang Selatan (LS). Kota Tangerang memiliki letak strategis karena berada di antara DKI Jakarta, Kota Tangerang Selatan dan Kabupaten Tangerang dan posisi strategis tersebut menjadikan perkembangan Kota Tangerang berjalan pesat.

Kota Tangerang berada pada ketinggian 10-30 meter di atas permukaan laut (dpl), dengan bagian Utara memiliki rata-rata ketinggian 10 meter dpl seperti Kecamatan Neglasari, Kecamatan Batuceper, dan Kecamatan Benda. Sedangkan bagian Selatan memiliki ketinggian 30 meter dpl seperti Kecamatan Ciledug dan Kecamatan Larangan. Wilayah Kota Tangerang dilintasi oleh sungai Cisadane yang membagi Kota Tangerang menjadi 2 bagian yaitu bagian timur sungai dan bagian barat sungai. Kecamatan yang terletak di bagian barat Sungai Cisadane meliputi Kecamatan Jatiuwung dan sebagian Kecamatan Tangerang.

Adapun secara administratif luas Wilayah Kota Tangerang dibagi dalam 13 Kecamatan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jumlah Kecamatan dan Luas Kecamatan di Kota Tangerang

Kecamatan	Luas (Km²)	Presentase Terhadap Luas Kota Tangerang (%)
Ciledug	8,77	4,87
Larangan	9,40	4,47
Karang Tengah	10,47	5,64
Cipondoh	17,91	9,72
Pinang	21,59	12,13
Tangerang	15,79	8,60
Karawaci	13,48	7,28
Jatiuwung	14,41	7,93
Cibodas	9,61	5,08
Periuk	9,54	6,34
Batuceper	11,58	4,99
Neglasari	16,08	8,12
Benda	5,92	14,84
Kota Tangerang	164,55	100

(Badan Pusat Statistik Kota Tangerang, 2015)

Selain sungai Cisadane, di Kota Tangerang terdapat pula sungai-sungai lain seperti Sungai Cirarab yang merupakan batas sebelah barat, Kecamatan Jatiuwung dengan Kecamatan Pasar Kemis di Kabupaten Tangerang. Kali Ledug yang merupakan anak sungai Cirarab, Kali Sabi, dan Kali Cimode, sungai-sungai tersebut berada di sebelah barat Sungai Cisadane, sedangkan pada bagian timur Sungai Cisadane terdapat pula kali yang meliputi: Kali Pembuangan Cipondoh, Kali Angke, Kali Wetan, Kali Pesanggarahan, Kali Cantiga, Kali Pondok Bahar. Adapun batas Kota Tangerang adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Teluk Naga, Kecamatan Kosambi dan Kecamatan Sepatan Timur (Kabupaten Tangerang).
- b. Sebelah Selatan : Kecamatan Curug dan Kecamatan Kelapa Dua (Kabupaten Tangerang), serta Kecamatan Serpong Utara dan Kecamatan Pondok Aren (Kota Tangerang Selatan).
- c. Sebelah Barat : Kecamatan Cikupa dan Kecamatan Pasar Kemis (Kabupaten Tangerang)
- d. Sebelah Timur : Jakarta Barat dan Jakarta Selat

Kota Tangerang memiliki beberapa objek wisata, diantaranya yaitu wisata tirta, bangunan bersejarah, makam sejarah, dan wisata lainnya. Tangerang memiliki potensi sebagai tempat wisata budaya yang berupa dengan bangunan bersejarah yang berjumlah 13 unit. Bangunan bersejarah ini sebagian besarnya tersebar di wilayah Kecamatan Tangerang. Selain itu terdapat 3 wisata tirta, 3 makam bersejarah, dan 2 museum. Sarana dan prasarana pendukung pariwisata juga diperlukan agar sektor pariwisata di Kota Tangerang semakin maju. Pada tahun 2016 tercatat Kota Tangerang memiliki 52 usaha perjalanan wisata, 350 restoran, 7 bar/pub/karaoke, 5 bioskop, dan 21 pusat perbelanjaan di Kota Tangerang.

Tabel 4.2
Jumlah Objek Wisata di Kota Tangerang

Uraian	2016
Objek Wisata (unit)	
Wisata Tirta	3
Wisata Sejarah	6
Wisata Lainnya	6
Museum	2
Bangunan Bersejarah	13
Makam Sejarah	3
Unit Usaha Pendukung Pariwisata	
Usaha Perjalanan Wisata	52
Restoran/Rumah Makan	350
Bar/Pub/Karaoke	7
Pusat Perbelanjaan	21
Spa/Salon Kecantikan	149
Bioskop	5
Rumah Biliar	27

(Sumber: Statistik Daerah Kota Tangerang 2017)

Adapun persebaran unit objek wisata pada setiap kecamatan di Kota Tangerang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Persebaran Objek Wisata di Kota Tangerang

Kecamatan	Museum	Situs Purbakala	Bangunan Bersejarah	Makam Sejarah	Total
Ciledug	-	-	1	-	1
Larangan	-	-	-	-	-
Karang Tengah	-	-	-	-	-
Cipondoh	-	-	-	-	-
Pinang	-	-	-	1	1
Tangerang	2	-	8	1	11
Karawaci	-	-	2	-	-
Jatiuwung	-	-	-	-	-
Cibodas	-	-	-	-	-
Periuk	-	-	-	1	1
Batueper	-	-	2	-	2
Negelasari	-	-	-	-	-
Benda	-	-	-	-	-

(Sumber : Kota Tangerang Dalam Angka 2017)

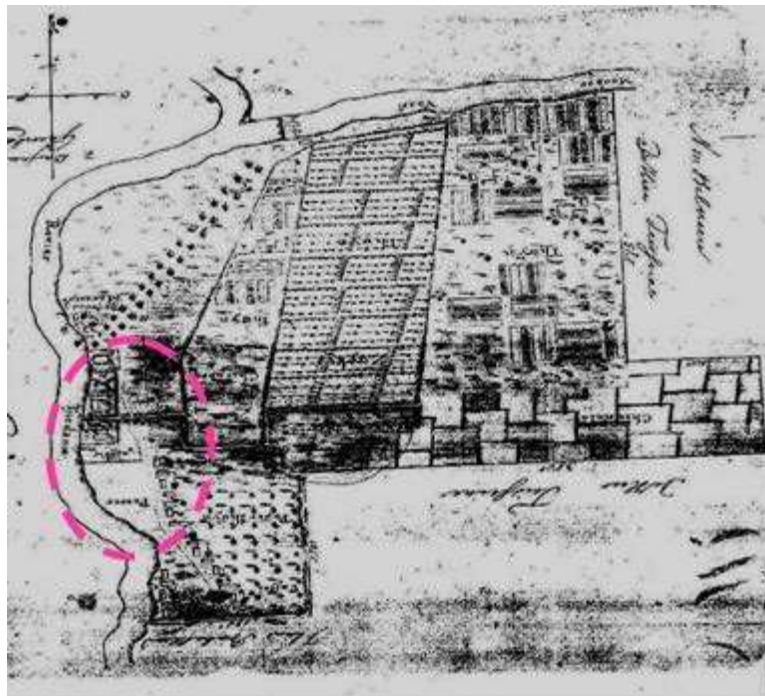
Dari table diatas dapat dilihat bahwa unit objek wisata yang berada di Kota Tangerang paling banyak terletak pada Kecamatan Tangerang yang berjumlah 11 Unit. Dan dari jenis objeknya dapat digolongkan pada wisata budaya dan sejarah, yang memang dalam perkembangan kota Tangerang Kecamatan Tangerang yang di dalamnya terletak lokasi pecinan yang sejarah dan kebudayaan warga peranakan tionghoa tidak bisa dilepaskan dari sejarah perkembangan Kota Tangerang.

4. 1. 2. Gambaran Pecinan Kota Tangerang

Menurut Kitab Sejarah Sunda Tina Layang Parahyang kedatangan orang Cina untuk pertama kali ke Tangerang pada tahun 1407. Pada waktu itu pusat pemerintahan berada di sekitar pusat Kota Tangerang saat ini. Rombongan orang Cina tersebut kemudian diberi sebidang tanah di pantai Utara Jawa, sebelah Timur Sungai Cisadane, yang sekarang disebut Kampung Teluk Naga. Secara garis besar gambaran lokasi kota lama pada masa tersebut dapat dilihat pada gambar 4.1.

Gambar 4.1

Peta Abad 17-18 Kota Lama dan Sekitarnya



Sumber : Arsip Nasional RI

Gelombang kedua kedatangan orang Cina ke Tangerang diperkirakan terjadi setelah peristiwa pembantaian orang Cina di Batavia tahun 1740. VOC

yang berhasil memadamkan pemberontakan tersebut mengirimkan orang-orang Cina ke daerah Tangerang untuk bertani. Belanda mendirikan pemukiman bagi orang Cina berupa pondok-pondok yang sampai sekarang masih dikenal dengan nama Pondok Cabe, Pondok Jagung, Pondok Aren, dan sebagainya. Di sekitar Tegal Pasir Belanda mendirikan perkampungan Cina yang dikenal dengan nama Petak Sembilan.

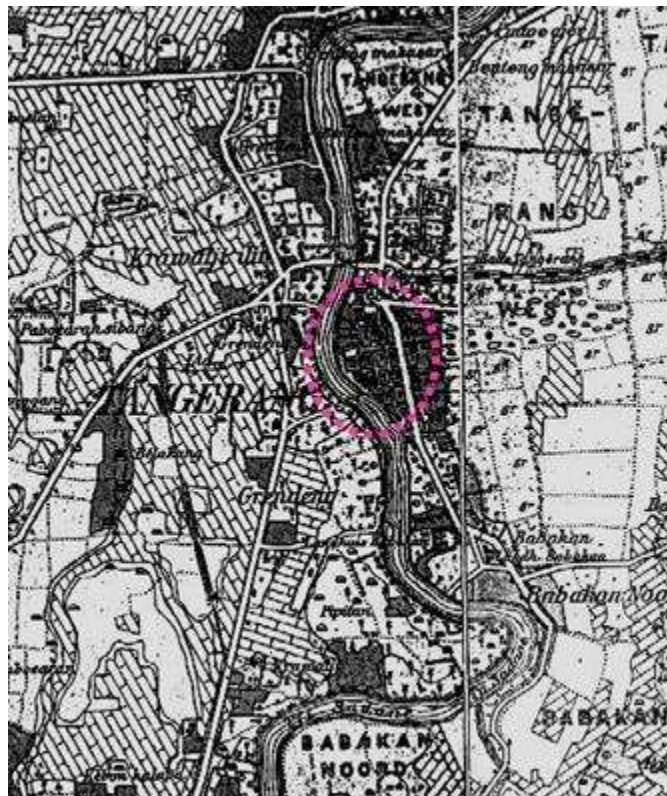
Perkampungan ini kemudian berkembang menjadi pusat perdagangan dan telah menjadi bagian dari Kota Tangerang. Daerah ini terletak di sebelah Timur Sungai Cisadane, daerah Pasar Lama sekarang. Pada akhir tahun 1800-an, sejumlah orang Cina dipindahkan ke kawasan Pasar Baru dan sejak itu mulai menyebar ke daerah-daerah lainnya. Pasar Baru pada tempo dulu merupakan tempat transaksi (sistem barter) barang orang-orang Cina yang datang lewat sungai dengan penduduk lokal. Mereka yang tinggal di luar Pasar Lama dan Pasar Baru itu tetap disebut sebagai Cina Benteng.

Kawasan ini kemudian dikenal sebagai pusat Kota Lama Tangerang atau Kota Cina Tangerang. Sebagai kawasan permukiman Cina, di Pasar Lama dibangun kelenteng tertua, Boen Tek Bio, yang didirikan tahun 1864 dan merupakan bangunan paling tua di Tangerang. Lima tahun kemudian, 1869, di Pasar Baru dibangun kelenteng Boen San Bio. Kedua kelenteng itulah saksi sejarah bahwa orang-orang Cina sudah berdiam di Tangerang lebih dari tiga abad silam.

Permukiman masyarakat Cina Benteng terkonsentrasi di sekitar kawasan Pasar Lama (Jalan Ki Samaun dan sekitarnya) yang berada di tepi sungai Cisadane. Permukiman ini merupakan pertama masyarakat Cina di sana. Struktur tata ruangnya sangat baik dan permukiman Cina Benteng tersebut merupakan cikal-bakal Kota Tangerang. Mereka tinggal di tiga gang, yang sekarang dikenal sebagai Gang Kalipasir. Secara garis besar gambar lokasi kota lama pada masa tersebut dapat dilihat di gambar 4.2.

Gambar. 4. 2

Peta Kota Lama Akhir Abad 19



Sumber : Arsip Nasional RI

4. 2. Deskripsi Data

Deskripsi data penelitian merupakan penjelasan mengenai data yang telah didapatkan dari hasil observasi penelitian. Penelitian mengenai Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan di Kota Tangerang, peneliti menggunakan teori analisis SWOT. Teori tersebut memberikan gambaran yang berguna atas komponen- komponen penting yang harus dipertimbangkan oleh pimpinan untuk menjamin bahwa strategi dapat berjalan dengan kehidupan organisasi. Strategi yang efektif mencakup hubungan yang konsisten dari satu faktor yaitu strengths, weaknesses, opportunities, threats. Peneliti mengelompokkan faktor-faktor yang berasal dari faktor ekstern dan faktor intern yang akan memberikan gambaran yang jelas tentang keberhasilan strategi tersebut.

Mengingat penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka data yang diperoleh bersifat deskriptif berbentuk kata dan kalimat dari hasil wawancara, observasi, serta data atau hasil dokumentasi lainnya. Dalam penelitian ini kata-kata dan tindakan orang yang diwawancara merupakan sumber utama dalam penelitian. Berdasarkan teknik analisa data kualitatif, data-data tersebut dianalisa selama penelitian berlangsung, di mana data-data tersebut merupakan data-data yang berkaitan dengan Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan di Kota Tangerang. Data-data yang telah didapatkan kemudian dianalisa sehingga dapat menghasilkan suatu pemahaman baru dari data yang didapatkan.

Data yang didapatkan harus dikonfirmasi ulang tidak hanya dari satu sumber data atau informan tetapi dari sumber lain yang memang masih memiliki informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Data yang sudah didapatkan kemudian diuji kembali dengan metode triangulasi. Kemudian data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi lapangan, dan kajian pustaka tersebut, dilakukan ke dalam bentuk tertulis untuk mendapatkan polanya serta diberi kode-kode pada aspek-aspek tertentu berdasarkan jawaban-jawaban yang sama dan berkaitan dengan pembahasan permasalahan penelitian serta dilakukan kategorisasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif sehingga dalam menganalisis data dilakukan secara bersamaan selama proses pengumpulan data berlangsung. Oleh karena itu proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan kegiatan reduksi data, maka peneliti memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Kode-kode tersebut ditentukan berdasarkan jawaban-jawaban yang sama dan berkaitan dengan permasalahan penelitian. Adapun kode-kode tersebut yaitu :

- a. Kode Q menunjukkan daftar urutan pertanyaan
- b. Kode A, B, C dan seterusnya menunjukkan item pertanyaan
- c. I₁, I₂, I₃, dan seterusnya menunjukkan daftar informan

Untuk penyajian data (data display) dalam penelitian ini, peneliti melakukan penyajian data dalam bentuk teks narasi, tabel, dan gambar. Selanjutnya menarik kesimpulan atau mencari makna-makna baru dari hasil yang sudah diperoleh.

4.3. Informan Penelitian

Seperti yang telah peneliti jelaskan pada bab 3 sebelumnya, bahwa penelitian ini informan penelitiannya ditentukan dengan menggunakan teknik purposive, yaitu suatu teknik pengambilan informan dengan pertimbangan tertentu dari pihak peneliti yang memahami objek dan fokus penelitian. Adapun informan-informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

Informan Penelitian

Kode Informan	Nama Informan	Status Informan
I ₁₋₁	Usep Supriadi	Kepala seksi Pemasaran dan Pengembangan Pariwisata
I ₂₋₁	Udaya Halim	Pengurus Museum Benteng Heritage
I ₃₋₁	Kong Chin Eng	Pengurus Kong Chu Bio
I ₄₋₁	Edi	Warga Kawasan Pecinan
I ₄₋₂	Fauzi	Warga Kawasan Pecinan
I ₄₋₃	Dadang	Warga Kawasan Pecinan
I ₄₋₄	Sukmana	Warga Kawasan Pecinan
I ₅₋₁	Ahmad Sjahrodji	Pengurus Masjid Kalipasir
I ₆₋₁	Delly Apriyanto	Wisatawan

I ₆₋₂	Nurcholis	Wisatawan
I ₆₋₃	April	Wisatawan
I ₆₋₄	Dwi Hariyanto	Wisatawan
I ₆₋₅	Edwin	Wisatawan
I ₇₋₁	Sitar	Pedagang
I ₇₋₂	Lim Bun Tin	Pedagang

(Sumber: Peneliti 2018)

4. 4. Strategi Pemerintah Kota Tangerang

Dalam Pelaksanaan pembangunan di suatu daerah, Pemerintah Daerah memiliki strategi yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM). Di dalamnya tercantum sasaran, strategi pencapaian, kebijakan pencapaian, serta program dan informasi menyangkut pembangunan daerah yang dilaksanakan dalam tempo tertentu. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh Pemerintah Kota Tangerang yang tercantum dalam RPJM 2014-2018 yaitu :

1. Terwujudnya pemantapan dan pengembangan potensi dan promosi objek wisata daerah;
2. Terwujudnya pemantapan dan pengembangan ketersediaan sarana dan prasarana.

Dalam RPJM 2014-2018 Daerah Kota Tangerang juga tercantum permasalahan yang dihadapi dalam pembangunan pada urusan kepariwisataan. Adapun Permasalahan yang dihadapi dalam rangka penyelenggaraan Urusan Pariwisata di Kota Tangerang adalah sebagai berikut:

1. Belum optimalnya upaya pengembangan objek dan daya tarik wisata daerah;
2. Belum optimalnya upaya pengembangan pemasaran pariwisata daerah;
3. Kurangnya pengembangan destinasi pariwisata; kebijakan pengelolaan lahan yang belum jelas, serta rendahnya keikutsertaan swasta dalam pengembangan kepariwisataan daerah.

Dari tujuan pencapaian yang di inginkan dalam urusan kepariwisataan oleh Pemerintah Kota Tangerang dan permasalahan yang terdapat dalam urusan kepariwisataan di Kota Tangerang maka Pemerintah Kota merumuskan program kebijakan untuk menangani permasalahan yang ada dan mencapai tujuan pembangunan pariwisata yang diuraikan sebagai berikut :

1. Terwujudnya pemantapan dan pengembangan potensi dan promosi objek wisata daerah
 - a. Melakukan Pengembangan potensi objek-objek wisata serta mempromosikan objek wisata daerah kepada masyarakat baik regional, nasional hingga internasional
 - i. Meningkatkan pembinaan terhadap pelaku usaha jasa pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan tahun 2014-2018 sebanyak 6.000 orang (Promosi)
 - ii. Meningkatkan kerja sama dengan pelaku jasa pariwisata untuk mempromosikan potensi objek wisata tahun 2014-2018 sebanyak 5 kegiatan (Kemitraan)

2. Terwujudnya pemantapan dan pengembangan ketersediaan sarana dan prasarana Kepariwisataaan
 - a. Melakukan penggalian potensi objek wisata unggulan di Kota Tangerang
 - i. Meningkatkan sarana dan prasarana objek-objek wisata, dengan penataan Kawasan Wisata Pasar Lama dan Wisata Air Kali Cisadane selama tahun 2014-2018 sebanyak 5 Penataan Objek wisata (Destinasi)

Dari uraian di atas maka dapat ditarik bahwa Pemerintah Kota Tangerang dalam masalah urusan kepariwisataan yang di sini diwakili oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang merumuskan 3 (tiga) Rencana Strategis yang dibungkus sebagai Program Kebijakan yaitu, sebagai berikut :

1. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata;
2. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata;
3. Program Pengembangan Kemitraan.

Yang selanjutnya ketiga program ini dikembangkan sehingga menciptakan sebuah strategi yang akan dilaksanakan sehingga tujuan dari pengembangan pariwisata di Kota Tangerang dapat tercapai. Adapun penjabaran dari strategi ketiga program di atas adalah, sebagai berikut :

1. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata
 - a. Pelaksanaan promosi pariwisata nusantara di dalam dan di luar negeri.

Usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah Kota Tangerang dalam mempromosikan pariwisata yang terdapat pada Kota Tangerang adalah dengan membawakan salah satu kebudayaan dan kesenian dari kota Tangerang dan memperkenalkan kepada daerah lain maupun negara lain pada saat DISBUDPAR mengadakan kunjungan ke suatu daerah maupun negara secara umum apa saja kegiatan wisata yang bisa dinikmati di Kota Tangerang. Selain itu DISBUDPAR juga telah beberapa *booklet* yang menjelaskan wisata dan objek wisata yang ada di Tangerang, peta wisata Kota Tangerang, serta CD yang berisi *video* wisata Kota Tangerang.

b. Pemilihan Duta Pariwisata Kang Dan Nong.

Adapun pemilihan ini ditujukan agar keduanya menjadi Duta Pariwisata Kota Tangerang. Kang Nong Kota Tangerang memiliki tugas untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kota Tangerang, membantu kelompok sadar wisata yang nantinya mampu membantu kelompok sadar wisata dalam membangun Kota Tangerang dengan pemikiran-pemikiran mudanya.

c. Pemeliharaan Rutin Berkala Pusat Informasi Pariwisata.

Untuk mempermudah masyarakat dan wisatawan yang ingin mengetahui berbagai potensi pariwisata Kota Tangerang, Pemkot Tangerang melalui Disporbudpar membentuk Pusat Informasi Pariwisata Kota Tangerang. Pusat Informasi Pariwisata Kota Tangerang ini dikelola oleh para Akang dan Nong (Kang Nong) Kota

Tangerang di bawah Disporbudpar. Adapun tujuan utama Pusat Informasi Pariwisata Kota Tangerang ini adalah untuk memperkenalkan berbagai potensi wisata yang ada di Kota Tangerang. Dan pemeliharaan rutin ini ditujukan agar kondisi dan keadaan Pusat Informasi Pariwisata ini tetap terjaga keutuhannya.

d. Sosialisasi Sadar Wisata.

Peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata dinilai sangat penting. Untuk itu Disporbudpar mengajak masyarakat untuk sadar wisata dengan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat yang mengelola destinasi wisata senantiasa selalu memperhatikan sapa pesona untuk mendongkrak potensi sektor pariwisata yang aman, nyaman, dan memberikan keuntungan ekonomi masyarakat. Pada sosialisasi sadar wisata angkatan 2 diikuti oleh 60 orang yang berasal dari destinasi wisata yang ada di Kota Tangerang, Kang Nong Tangerang, serta Generasi Pesona Indonesia.

e. Fasilitasi penyelenggaraan festival-festival pada objek wisata daerah (Festival Cisadane).

Festival Cisadane merupakan sebuah *event* yang di laksanakan Pemerintah Kota Tangerang dengan tujuan menjadi *Icon* kegiatan wisata Kota Tangerang. Pagelaran ini dilaksanakan setiap tahun sekali dengan menampilkan banyak kegiatan budaya dan atraksi serta sebagai

media promosi wisata di Kota Tangerang. Karena hal itu Festival Cisadane menjadi sorotan utama Pemerintah Kota Tangerang sehingga acara ini berkembang setiap tahunnya, dan hal ini di dukung dengan terus meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan pada acara ini setiap tahunnya.

- f. Penyelenggaraan Pelatihan Pengelolaan Usaha Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif.

Sosialisasi ditujukan untuk meningkatkan usaha masyarakat agar dapat menciptakan usaha kreatif yang menghasilkan produk olahan sendiri sehingga bisa di perjualkan sebagai akhirnya bisa menciptakan produk *iconic* sebagai oleh-oleh Kota Tangerang. Sosialisasi ini dilaksanakan oleh Disporbudpar kepada pelaku wisata yang ada di Kota Tangerang.

- g. Pelatihan pemandu Wisata.

Wisata Kota Tangerang sendiri sampai saat ini belum mempunyai sebuah asosiasi yang bisa dijadikan sebagai *Guide* atau pemandu wisata dalam pelaksanaan kegiatan wisatanya, sehingga strategi ini di tujukan untuk melahirkan pemandu-pemandu yang bisa dijadikan anggota atau pekerja pada Asosiasi Travel Kota Tangerang sehingga akan bisa menkoordinir paket-paket wisata di kota Tangerang, agar dapat mengunjungi destinasi wisata secara terprogram.

- h. Pembuatan Media Promosi Pariwisata Kota Tangerang.

Media promosi yang telah dibuat oleh Disbudpar sampai saat ini adalah buku panduan wisata Kota Tangerang, *booklet*, perkelnalan wisata di Kota Tangerang, dan *booklet* taman-taman tematik yang ada di Kota Tangerang serta sebuah CD yang berisi sebuah *video* 10 menit tentang Wisata di Kota Tangerang.

2. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata

a. Pengembangan Objek pariwisata unggulan.

Pengembangan objek wisata unggulan ini dilaksanakan dengan membangun taman-taman tematik yang berada di berbagai sudut di Kota Tangerang. Seperti Taman Kunci, Flying Deck Cisadane, dan Lain-lain. Selain itu pengembangan juga dilaksanakan terhadap objek-objek wisata yang telah ada seperti Situ Cipondoh, namun tidak semuanya berjalan dengan lancar seperti revitalisasi kawasan Kota Lama yang sampai saat ini hanya baru mampu memperbaiki saluran irigasi dan perkabelan.

b. Pengembangan, Sosialisasi dan Penerapan serta Pengawasan Standarisasi.

Pelaksanaan sosialisasi kepada pengusaha jasa pariwisata sehingga ada standarisasi penyelenggaraan usaha pariwisata, serta pengawasan terhadap objek-objek wisata yang ada di Kota Tangerang seperti taman-taman tematik.

c. Penyusunan DED Pembangunan Objek Wisata.

Penyusunan perencanaan teknis pembangunan objek wisata yang ada di Kota Tangerang.

d. Peningkatan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata.

Meningkatkan pembangunan sarana dan prasarana pendukung pariwisata seperti panggung terapung yang digunakan untuk kegiatan Festival Cisadane dan perahu naga. Serta sarana dan prasarana lainnya pada semua objek wisata.

3. Program Pengembangan Kemitraan

a. Fasilitasi pembentukan forum komunikasi antar pelaku industri pariwisata dan budaya.

Disbudpar memfasilitasi pembentukan forum komunikasi antara pelaku industri pariwisata dan budaya sehingga nantinya akan terjalin kemitraan yang ditujukan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan kepariwisataan destinasi wisata

b. Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program peningkatan kemitraan.

Setelah terbentuknya kemitraan antara pelaku pariwisata dan budaya, Disbudpar terus melaksanakan pemantauan dan evaluasi kegiatan wisata sehingga kegiatan wisata itu berkembang.

c. Pengembangan sumber daya manusia dan profesionalisme bidang pariwisata.

Salah satu masalah terbesar yang ada dalam internal Disbudpar sendiri yaitu kurangnya SDM yang ahli dalam bidang kepariwisataan sehingga

faktor SDM ini perlu terus dikembangkan dengan salah satunya melaksanakan pelatihan dan sosialisasi kemampuan dalam melaksanakan dan memahami kepariwisataan khususnya di Kota Tangerang.

d. Pembinaan Pengawasan Evaluasi dan Laporan Jasa Pariwisata.

Pengawasan terhadap evaluasi dan laporan pelaku jasa pariwisata yang ada di Kota Tangerang.

4. 5. Analisis Alternatif Strategi

Pembahasan dan analisa dalam penelitian ini merupakan data dan fakta yang peneliti dapatkan langsung dari lapangan serta disesuaikan dengan teori yang peneliti gunakan yaitu analisis SWOT. Di mana dalam analisis SWOT dapat menentukan strategi apa yang sebaiknya dilakukan dalam pengembangan pariwisata di kawasan pecinan Kota Tangerang Analisis SWOT membantu memilih strategi alternatif untuk mengembangkan Pariwisata di Kota Tangerang.

4.4.1. Strengths (Kekuatan)

Strengths merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek, atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi yaitu hal-hal positif yang menjadi kekuatan dalam mencapai tujuan. *Strengths* bersifat internal bukan hal-hal yang datang dari luar,

strengths biasanya berisi Potensi, manfaat, anggaran, Sumber Daya Manusia (SDM) atau Alam (SDA), kemampuan teknologi, dll. Tujuan dari penilaian kekuatan ialah untuk melihat keunggulan dari suatu hal agar dapat mengurangi kelemahan dan menutupi ancaman agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Kota Tangerang memang lebih dikenal sebagai kota 1000 industri di kalangan masyarakat Indonesia karena banyaknya industri yang berada di Kota Tangerang dan hal ini juga dapat dilihat dari kontribusi sektor industri pengolahan yang menyumbang sebesar 31% perekonomian di Kota Tangerang. Namun hal demikian itu tidak menyebabkan sektor lain tidak bisa berkembang Perkembangan di Kota Tangerang. Buktinya Sektor Pariwisata di Kota Tangerang terus meningkat setiap tahunnya.

Hal ini bisa dilihat dari perkembangan jumlah wisatawan baik wisatawan lokal maupun luar yang datang ke Kota Tangerang pada tahun 2016 berjumlah 554,299 jiwa meningkat menjadi 819,120 jiwa pada tahun 2017. Pemerintah juga terus mengembangkan sektor pariwisata di Kota Tangerang dengan membangun taman-taman tematik dan monumen unik yang bisa ditemukan di sekitar Kota Tangerang.

Kota Tangerang juga memiliki jenis destinasi wisata yang cukup banyak. Seperti destinasi wisata sejarah, seni budaya, religi, wisata air dan juga taman rekreasi. Dan Kota Tangerang memiliki sembilan cagar

budaya yang objek tersebut memiliki nilai sejarah tinggi bagi masyarakat di antaranya yakni Masjid Kali Pasir, Klenteng Boen San Bio, Klenteng Boen Tek Bio, Bendungan Pintu Air Sepuluh, Lapas Anak Pria, Lapas Anak Wanita, Lapas Pemuda, Museum Benteng Heritage sebagai nominator UNESCO dan Stasiun Kereta Api Tangerang.

Lalu ada enam tarian khas Kota Tangerang sebagai daya tarik wisatawan yang terus dilestarikan serta dikenalkan hingga kini seperti tari cokek dan tari lenggang Cisadane. Kemudian, Pemkot Tangerang pun telah membangun 21 taman tematik sebagai tempat rekreasi keluarga di pusat kota yaitu Taman Potret, Taman Bambu, Taman Prestasi, Taman Pisang dan Taman Kunci yang merupakan singkatan dari Kupu-Kupu dan Kelinci, Taman Ekspresi, Taman Laksa, Taman Pramuka, Taman Nobar, Taman Situ Cipondoh, Taman Dayung, Taman Elektrik, Taman Kunang-kunang, Taman Burung Perak, Taman Herbal, Taman Gajah Tunggal, Eco Park, Hutan Kota, Skate Park, Cisadane River Promnade, Kalipasir Promnade. Selain itu, ada juga Galeri Islam Al-Azhom, Museum Juang Taruna Tangerang, Pusat Kuliner Laksa dan Kawasan Jajanan Pasar Lama hingga menikmati keindahan Sungai Cisadane melalui Taman Flying Deck, Cisadane River Park dan Promnade Cisadane. Pantauan di lapangan, sejumlah taman tematik saat libur akhir pekan maupun hari libur nasional dan

libur panjang seperti lebaran, ramai dikunjungi masyarakat sejak pagi hingga sore hari.

Pada Kota Tangerang sendiri memiliki sebuah kawasan yang menjadi Titik Nol Kota Tangerang. Kawasan ini ialah yang menjadi cikal bakal berdirinya Kota Tangerang, yang dahulu menjadi pusat komersial di wilayah Batavia yang sekarang terkenal sebagai kawasan pecinan.

Kawasan pecinan yang terletak pada kawasan pasar lama Kota Tangerang merupakan kawasan bersejarah yang memiliki potensi-potensi wisata yang bisa digali. Seperti Wisata religi, Wisata Sejarah, Wisata Budaya, serta Wisata Kuliner. Seperti yang dipaparkan I₁₋₁ sebagai berikut :

“Kawasan pecinan atau lebih dikenal kawasan pasar lama memiliki banyak destinasi wisata yang bisa dikunjungi, seperti wisata religi, kuliner, sejarah, maupun budaya.. Pasar lama sendiri lebih terkenal sebagai wilayah yang banyak macam kulinernya. selain itu di pasar lama banyak bangunan-bangunan sejarah yang bisa dikunjungi. Kayak klenteng tertua di Tangerang Boen Tek Bio, Masjid Tertua di Tangerang Masjid Kali Pasir, ada juga museum budaya warga Tionghoa Benteng Heritage.”

Dari pemaparan I₁₋₁ tersebut dapat diketahui bahwa kawasan pecinan memang merupakan sebuah kawasan yang memiliki banyak objek wisata sehingga pantas untuk dikembangkan sebagai sebuah kawasan destinasi pariwisata di Kota Tangerang.

Tabel 4.5
Potensi Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Kawasan Pecinan

No	Jenis ODTW	Nama ODTW	Karakteristik
1	Bangunan	Klenteng Boen Tek Bio	Kelenteng tertua yang berada di Kota Tangerang
		Masjid Jami' Kalipasir	Masjid Tertua di Kota Tangerang
		Museum Benteng Heritage	Museum kebudayaan masyarakat peranakan tionghoa
		Prasasti Tangga Djamban	Prasasti yang bertuliskan aksara mandarin
2	Kuliner	Pasar Lama	Wilayah yang banyak menjajahkan aneka macam kuliner
		Kecap Benteng	Tempat Produksi Kecap Benteng Siong Hin
		Dodol Tangerang	Dodol asli Tangerang yang laku keras menjelang lebaran dan tahun baru imlek
3	Seni	Barongsai	Kesenian dengan menggunakan kostum singa yang ditujukan untuk mengusir hal buruk
		Tari Cokok	Tari tradisional akulturasi budaya masyarakat betawi dan tionghoa di kawasan Tangerang
		Tari Lenggang Cisadane	Tari Lenggang Cisadane sendiri merupakan perpaduan unsur budaya yang ada di Kota Tangerang seperti budaya Sunda, Jawa, Betawi, Cina, Arab dan budaya lainnya.
4	Kebudayaan	<i>Peh Cun</i>	Festival perahu peranakan tionghoa yang diadakan setiap tahun
		<i>Taopekong</i>	Perayaan yang dilakukan setiap tahun shio Naga

(Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang)

Dari banyak destinasi wisata yang bisa dikunjungi di Kota Tangerang, pada kawasan pasar lama yang juga menjadi letak kawasan pecinan di Kota Tangerang memiliki keunikan yaitu memiliki banyak

bangunan-bangunan tua sejarah yang memiliki arsitektur cina. Salah satu objek yang bisa dikunjungi di wilayah ini yaitu Museum Benteng Heritage. Yaitu sebuah rumah komunitas yang dimiliki oleh keluarga Lao yang kemudian dibeli oleh Udaya Halim yang kemudian dikembangkan oleh beliau sebagai sebuah museum budaya dan sejarah perjalanan berkembangnya masyarakat peranakan tionghoa di Kota Tangerang.

Pada museum ini terdapat benda-benda kuno bersejarah peranakan tionghoa yang dikumpulkan oleh Udaya Halim dan juga sumbangan dari pemerhati sejarah dan budaya tionghoa yang berasal dari Kota Tangerang. Bahkan untuk menjaga keorisinalitasan bangunan, pemugaran bangunan ini menggunakan material yang dipakai seperti zaman dahulu. Seperti yang telah diungkapkan I₂₋₁

“museum benteng heritage ini dulu rumah kepunyaan keluarga Lao yang kemudian karena mempunyai 3 anak rumah ini diberikan kepada 3 anak tersebut dengan membagi tiga. Bangunan tengah, bangunan sayap kiri, dan bangunan sayap kanan. Sekarang bangunan ini yang sudah dibeli dan dijadikan museum adalah bagian yang tengah dan bagian yang kiri. Sedangkan benda-benda koleksi yang ada di dalam itu ada memang yang sudah dipunyai sendiri dan juga ada barang hasil donasi dari pemerhati budaya tionghoa di Tangerang. Kita juga pernah melakukan pemugaran bangunan, dan untuk menjaga keorisinalitasan bangunan kita menggunakan bahan-bahan bangunan dahulu. Seperti tembok pada ruang depan bangunan tengah itu di perbaiki menggunakan material jaman dulu kayak kali pasir dan sebagainya. Sedangkan lantainya itu masih asli yang berubah cuman lantai depan rumah. Jadi, hampir bagian semua dari bangunan dan isinya itu orisinal ”

Museum ini sekarang dikelola oleh yayasan Benteng Heritage, yang diresmikan semenjak tahun 2011. Museum ini bisa dikunjungi setiap harinya kecuali hari senin, dengan biaya tiket masuk sebesar Rp. 20.000. dan ketika berkunjung pada lokasi ini akan otomatis mendapatkan pemandu yang akan menjelaskan segala hal yang bisa ditemukan di dalam museum ini mulai dari benda-benda, sejarah, dan kebudayaan masyarakat peranakan bahkan arsitektur pada bangunan museum ini.

Selain museum Benteng Heritage kita juga dapat menjumpai klenteng yang ada pada kawasan ini, yang letaknya berada di sebelah lokasi museum Benteng Heritage. Klenteng ini bernama klenteng Boen Tek Bio yang merupakan sebuah klenteng paling tua yang berada di Kota Tangerang. Klenteng ini merupakan klenteng yang didirikan oleh masyarakat peranakan tionghoa yang berjumlah 81 orang dengan mengumpulkan dana secara swadaya. Kejadian ini tercatat pada prasasti Tangga Djamban yaitu sebuah prasasti yang bertuliskan huruf tionghoa hokien yang berisi cerita klenteng Boen Tek Bio yang didirikan oleh 81 nama yang tercantum di dalam prasasti tersebut, yang dahulu terletak di bantaran sungai Cisadane dan kemudian sekarang di relokasi ke dalam Museum Benteng Heritage. Seperti apa yang di ungkapkan oleh I₃₋₁ berikut:

“adapun klenteng Boen Tek Bio ini di dirikan oleh para pedagang peranakan tionghoa yang berswadaya mendirikan sebuah pusat keagamaan dan budaya yang berjumlah 81 orang. Ini tercatat pada prasasti yang

namanya Tangga Djamban yang sekarang ada di dalam museum Benteng Heritage. Dan bahkan sampai sekarang Boen Tek Bio pun masih dijadikan pusat segala kegiatan keagamaan dan budaya yang sampai sekarang pelaksanaannya dilaksanakan oleh Perkumpulan Boen Tek Bio. Perkumpulan Boen Tek Bio setiap tahunnya selalu menjadi pelaksana kegiatan seperti Cap Go Meh, Peh Cun atau lebih sering dikenal perahu naga. Peh cun itu merupakan kebudayaan asli dari tionghoa sana. Dan juga kita melaksanakan festival 12 tahunan yang dilaksanakan pada shio naga yaitu festival Taopekong.”

Dari hasil wawancara dengan I₃₋₁ diatas dapat kita ambil bukan hanya klenteng Boen Tek Bio bangunan peribadatan yang menyimpan banyak sejarah perkembangan kawasan pecinan di Kota Tangerang tetapi juga tempat melestarikan budaya-budaya tionghoa yang ada di Kota Tangerang.

Adapun kebudayaan tionghoa yang dilaksanakan di kawasan tersebut salah satunya yaitu perayaan Imlek atau Cap Go Meh. Pada hari biasa lokasi ini hanya akan tampak seperti biasa begitu juga pedagang yang berjualan. Namun ketika menjelang imlek suasana kawasan pecinan akan sangat terasa bukan hanya pedagang yang mulai berjualan pernak - pernik imlek seperti kertas angpao, lilin, serta lampion akan bermunculan. Kawasan sekitar klenteng juga didekorasi dengan hiasan khas tionghoa. Begitu klenteng akan dihiasi lampion dan lilin. Tutar I₃₋₁

:

“kalo mau terasa kawasan pecinannya kemari pada saat menjelang imlek. Kawasan ini banyak didekorasi dengan hiasan bercirikan tionghoa seperti lampion, dan kita juga menggelar atraksi liong dan barongsai. Yang datang pun bisa sampe ribuan setiap harinya. Kegiatan ini ada setiap tahunnya kecuali pada shio naga. Ketika shio naga maka

dewa yang ada di dalam klenteng diarak berkeliling. Rutenya dari sini lalu keluar ke pinggir Cisadane menuju ke arah klenteng Boen San Bio dan lalu kembali lagi ke sini acara ini disebut Taopekong, karena cuman pada saat shio naga jadi pelaksanaannya cuman 12 tahun sekali.”

Dari ulasan di atas kita juga dapat menemukan satu festival lagi yang bisa kita jumpai di kawasan pecinan pasar lama ini yaitu festival arak-arakan dewa yang berada dalam klenteng, yang diadakan setiap 12 tahun sekali tepatnya pada tahun shio naga, dan festival bernama Festival Taopekong. Selain itu tiap tahunnya pada kawasan ini juga terdapat sebuah perayaan khusus yang dinamakan Festival *Peh Cun*, atau lebih dikenal dengan nama Festival Perahu Naga. *Peh Cun* merupakan festival yang sudah terkenal di Kota Tangerang, yang mana di sini kita bisa menjumpai perahu-perahu yang berbentuk naga. Festival ini bukan merupakan festival yang berasal dari peranakan tionghoa di Tangerang. Melainkan merupakan sebuah festival yang berasal langsung dari kebudayaan masyarakat Cina.

Di Cina festival ini ditujukan untuk menghormati seorang jenderal yang dicintai oleh rakyatnya namun di benci oleh penguasa wilayahnya. Yang kemudian jenderal tersebut menaiki sebuah perahu ke tengah sungai dan menenggelamkan dirinya pada sungai tersebut yang kemudian masyarakat mencari keberadaan jasad jenderal tersebut dengan menggunakan perahu yang berbentuk naga, namun sampai sekarang jasadnya belum ditemukan. Dan akhirnya sampai sekarang untuk menghormati jenderal tersebut dilaksanakan perayaan

mendayung perahu berbentuk naga yang dinamakan *Peh Cun*. Seperti yang diberitahukan oleh I₃₋₁ :

“tiap tahunnya kita juga mengadakan sebuah festival di sungai Cisadane yaitu festival pehcun. Festival ini asli berasal dari cina sana. Bukan budaya peranakan tionghoa yang datang ke Tangerang. Festival ini ditujukan untuk menghormati jenderal yang konon katanya sangat dicintai oleh masyarakat cina. Namun penguasa di wilayah tersebut di suka dengan jenderal tersebut, sehingga sang jenderal menaiki perahu ke sebuah sungai dan melompatkan dirinya ke sungai tersebut. Masyarakat yang mencintai jenderal tersebut kemudian bersama-sama berusaha mencari jasad jenderal tersebut namun tidak dapat menemukannya. Dan karena itu setiap tahunnya masyarakat menaiki perahu yang berbentuk naga menelusuri sungai tersebut untuk mencari jasad sang jenderal, yang akhirnya menjadi sebuah festival yang dinamakan Festival Peh Cun. Yang berbeda di perayaan di sini dengan di Cina, di sini sudah dicampuri dengan budaya lokal, sehingga ketika perayaan peh cun kita melaksanakan kegiatan tambahan yaitu menangkap bebek. Saat pelaksanaan Festival kita melepaskan bebek yang nantinya masyarakat yang hadir bisa berlomba untuk menangkap bebek yang kemudian boleh untuk dibawa pulang. Jadi banyak bukan hanya masyarakat yang hadir bukan hanya masyarakat peranakan tionghoa tapi juga masyarakat peranakan lokal”

Dari rangkaian hasil wawancara di atas dapat disaksikan pada kawasan pecinan ini memang banyak mengandung objek-objek dan kegiatan wisata yang banyak mengandung unsur-unsur kebudayaan tionghoa. Budaya-budaya ini muncul dari warga tionghoa yang datang berdagang ke Indonesia dan kemudian setelah lama menetap di Tangerang munculah masyarakat peranakan tionghoa yang seterusnya budaya yang dimiliki warga peranakan dipadu dengan kebudayaan lokal seperti betawi dan sunda sehingga melahirkan budaya-budaya baru.

Contohnya adalah kesenian tari cokek yang memadukan kebudayaan Tionghoa dengan kebudayaan betawi. Seperti diungkapkan I₃₋₁ :

“banyak objek wisata di kawasan wisata yang mengandung corak kebudayaan cina dan akhirnya berpadu dengan budaya lokal kayak tari cokek. tari cokek itu adalah tari yang diwarnai etnik cina yang diiringi dengan instrumen musik gambang kromo ala betawi.”

Hal ini menunjukkan memang kebudayaan etnik Tionghoa sudah mendarah daging dalam perkembangan Kota Tangerang dan budayanya pun sudah banyak berakulturasi di segala bidang kehidupan masyarakat Kota Tangerang. Akulturasi kebudayaan di kawasan pecinan juga dapat kita saksikan pada salah satu objek wisata yang bisa ditemui pada sekitar Kawasan Pecinan yaitu seperti Masjid Jami' Kalipasir. Merupakan sebuah masjid tertua yang berada di Kota Tangerang ini, memiliki keunikan yang berbeda dengan masjid pada umumnya di Kota Tangerang. Masjid Jami' Kali pasir memiliki menara masjid yang desainnya seperti bentuk desain pagoda pada renovasi tahun 1904. Letak masjid ini pun berdampingan dengan objek wisata kebudayaan tionghoa yaitu klenteng Boen Tek Bio.

Akulturasi budaya ini bukan hanya menunjukkan keunikan tersendiri tetapi juga menjadi sebuah simbol kerukunan antara keberagaman etnis, budaya, serta agama masyarakat yang mendiami wilayah pecinan ini. I₅₋₁ memaparkan bahwa:

“salah satu mengapa bentuk menara masjid ini seperti pagoda itu menunjukkan kalo warga di sini baik peranakan cina atau peranakan indo tidak ada

perpecahan dan bisa untuk hidup saling rukun dan saling membantu”

Bukan hanya simbol saja tetapi masyarakat baik peranakan tionghoa atau pun pribumi selalu ikut saling membantu pelaksanaan kebudayaan atau agama yang diadakan, seperti yang disampaikan oleh I₄₋₃ dan I₄₋₂ berikut:

“setiap penyelenggaraan acara yang ada di sini itu kita saling membantu seperti taopekong yang diadakan setiap 12 tahun sekali. Di situ bisa dilihat kebersamaannya sangat kentara warga muslim yang ada di sini itu bisa saling membantu ikut bersama menggotong taopekong, ikut menjaga keamanan acara, bahkan membantu mengatur lalu - lintas, supaya acara bisa berjalan dengan lancar.”

“pada perayaan peh cun beberapa warga kalipasir juga mendapat pesanan untuk membuat kue bacang. Kue ini tuh untuk nantinya dibagikan kepada umat yang mengikuti persembahyangan dan warga yang datang.”

Warga Tionghoa pun tidak enggan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat pribumi dan kaum muslim melalui Perkumpulan Boen Tek Bio ketika umat muslim kawasan pecinan merayakan Idul Fitri dan Idul Adha seperti yang di sampaikan I₄₋₃ :

“pada saat kita merayakan Idul Fitri mereka melalui Perkumpulan Boen Tek Bio juga mau memberikan bantuan seperti beras dan kebutuhan pokok lainnya kepada umat muslim di sini. Dan pas waktu Idul Adha mereka juga menyerahkan bantuan hewan Kurban.”

Dari hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa seluruh warga kawasan pecinan Kota Tangerang sudah bisa dan mau untuk saling membantu menjaga dan melancarkan pelaksanaan acara perayaan kebudayaan maupun agama yang dilaksanakan pada kawasan pecinan

ini sehingga acara-acara tersebut berjalan dengan lancar. Point ini menunjukkan bahwa pengembangan destinasi pariwisata di kawasan pecinan dapat diterima dengan penuh dari seluruh masyarakat yang bertempat tinggal di kawasan pecinan Kota Tangerang.

Selain hasil di atas beberapa hasil wawancara menunjukkan bahwsannya segala kegiatan dan objek wisata yang berada di kawasan pecinan ini tidak serta - merta dikelola dan berjalan dengan sendirinya. seperti yang diungkapkan I₃₋₁ :

“klenteng ini diperkirakan sudah ada sejak ini sudah didirikan sejak tahun 1684 oleh para kongsi dagang perkampungan petak sembilan yang secara gotong royong mengumpulkan dana untuk mendirikan sebuah klenteng yang dinamakan Boen Tek Bio. Mereka langsung memanggil arsitektur dari cina sehingga arsitekturnya mencerminkan sifat tionghoa asli. dan klenteng ini dikelola oleh masyarakat Tionghoa yang tergabung dari Perkumpulan Boen Tek Bio.”

Berdasarkan ungkapan di atas dapat diketahui bahwa Pengelolaan Objek Wisata dan Kegiatan Agama, serta Budaya adalah masyarakat sekitar yang telah melakukan pengelolaan objek-objek wisata tersebut sejak didirikannya objek tersebut. Sebagaimana klenteng Boen Tek Bio yang dikelola oleh Perkumpulan Boen Tek Bio, yang merupakan perkumpulan masyarakat peranakan tionghoa dan beragama Konghucu di Kota Tangerang baik masyarakat yang bertempat tinggal sekitar kawasan peinan ataupun masyarakat yang bertempat tinggal di luar kawasan pecinan. Sehingga masyarakat kawasan pecinan ini sendiri sudah sangat berpengalaman dalam mengelola baik objek wisata

maupun pelaksanaan kegiatan-kegiatan baik keagamaan maupun kebudayaan secara mandiri.

Selain objek dan kebudayaan yang ada di kawasan pecinan ini. Kawasan Pasar Lama yang merupakan lokasi pecinan ini berada, menjadi nilai lebih tersendiri dalam pengembangan destinasi wisata di Kota Tangerang. Pasalnya kawasan pasar lama ini adalah salah satu lokasi yang menjadi destinasi wisata kuliner yang berada di Kota Tangerang. Lokasi ini sudah sangat terkenal bukan hanya bagi masyarakat lokal tetapi juga sudah dikenal masyarakat yang berasal dari luar daerah sebagai kawasan pusat kuliner. Seperti apa yang disampaikan oleh I₆₋₁ :

“saya tau pasar lama dari mana-mana sih, banyak sumbernya. Di internet juga banyak artikel yang bahas pasar lama. Di Tv juga pernah disiarin makan-makanan yang ada di pasar lama. Emang udah terkenal kayaknya sih di mana-mana. Pokoknya kalo ke Tangerang ya harus mampir dulu ke kawasan pasar lama untuk sekedaricip makanan yang ada di Tangerang.”

Wilayah pasar lama sendiri memang sudah sangat terkenal sebagai sumber berbagai macam jenis kuliner. Di lokasi ini bukan hanya terdapat kuliner dari tempat makan ternama seperti Nasi Bakar Taecon, Warunk UpNormal, dan Roti Bakar 88. Di sini kita bisa menjumpai berbagai macam jenis etnis kuliner mulai dari kuliner Indonesia, Cina, hingga India. Adapun beberapa kuliner yang terkenal di kawasan ini yaitu : (1) Sate Ayam H. Ishak, (2) Bakmi Ayam Pasar Lama, (3) Bubur Ayam Spesial “Keluarga” Bang Ben, (3) Bubur Ayam Spesial Ko Iyo,

(4) Bubur dan Bakmi Kepiting Hokien, (5) Roti Cane India, (6) Es Podeng DP Varia, (7) Bakso Mas Gino, dan masih banyak lagi kuliner-kuliner yang bisa di nikmati di sana.

Masuk pada gang menuju lokasi Benteng Heritage dan Klenteng Boen Tek Bio kita bisa menemukan lokasi Asinan Lan Jin yang sudah terkenal di kota sekitar Tangerang di sini juga menjual otak-otak. Selain itu di kawasan kita juga bisa menjumpai makanan berbahan daging babi seperti baso babi, dendeng daging babi, kerupuk rambak kulit babi, dan sate babi. Dan usaha ini memang sudah dilakukan secara turun-temurun seperti apa yang di sampaikan oleh I₇₋₂ sebagai berikut :

“saya usaha di sini memang sudah turun-temurun dari orang tua saya. selain jual makanan daging babi saya juga jual perlengkapan sembahyang untuk warga yang mau sembahyang ke klenteng.”

Lanjut berjalan menuju klenteng, tepatnya berada di seberang klenteng kita juga dapat menjumpai warung Es Bun Tin yang sudah menjajahkan esnya sejak tahun 1980. Dan tepat di depan klenteng kita juga dapat mencicipi Laksa Benteng yang berada di depan klenteng, tetapi pedagang tidak menyediakan kursi. Lalu berjalan keluar menuju sungau Cisadane kita bisa melihat salah satu bangunan sejarah lainnya yaitu Roemah Boeroeng, dan tetap di seberangnya yaitu rumah tua berwarna hijau adalah rumah milik almarhum OKT yaitu penulis yang dikenal sebagai penulis silat kung fu. Setelah keluar makan kita akan menemukan Dapoer Ci Bule yang menyajikan makanan khas peranakan Tangerang yaitu Ikan Ceng Cuang.

Dari banyaknya bahasan di atas dapat ditarik bahwa banyak sekali potensi yang bisa dikembangkan pada kawasan pecinan ini untuk menjadi salah satu destinasi wisata utama yang berada di Kota Tangerang.

4.4.2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan merupakan kondisi kekurangan yang terdapat di dalam organisasi. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi. Kelemahan Destinasi Pariwisata kawasan pecinan Kota Tangerang dilihat dari kekurangan yang ada dalam Pengelolaan dan Pengembangan kawasan pecinan yang dapat menghambat pengembangan pariwisata.

Terbalik banding dengan program-program baru yang dicanangkan oleh Pemerintah Kota Tangerang, di mana pengelolaan, pemasaran, pelaksanaannya diatur oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Objek-objek wisata yang berada pada kawasan pecinan masih sepenuhnya berstatus dimiliki oleh pribadi masyarakat, bukan dimiliki oleh Pemerintah Kota Tangerang. Seperti yang dipaparkan I₁₋₁ :

“Masalahnya objek-objek seperti Boen Tek Bio, Benteng Heritage, itu yang mengelolanya bukan kami. Itu yang mengelolanya dari atas nama pribadi. Karena status objek-objek wisata itu bukan milik Pemerintah tetapi masih milik pribadi. Kayak Benteng Heritage, pemiliknya ya turun temurun. Dari kakek, ke anak, terus ke cucu. Kita sudah coba berusaha supaya membuat objek tersebut menjadi milik pemerintah tapi sampai sekarang itu masih milik pribadi. Kita aja sewaktu melakukan kunjungan kesana tetap bayar, karena ya itu bukan milik kita.”

Hal yang disebutkan dalam wawancara di atas juga di sebutkan dalam wawancara dengan I₂₋₁ :

“Kalo Pengelolaan Museum ini ya kita kelola sendiri, kan mananya juga ini milik pribadi ya pasti dikelola sendiri. Adapun dana pengelolaan didapat dari hasil penjualan tiket masuk ke sini Rp. 20.000.- pertiket masuknya. Dari pemerintah juga ada pemberian bantuan, dan kalo butuh pun kita bisa mengirimkan proposal ke DISBUD.”

Yang menjadi permasalahannya di sini yaitu pihak Dinas Budaya dan Pariwisata akhirnya memiliki banyak keterbatasan dalam melaksanakan pengelolaan dan pengembangan objek-objek wisata tersebut. Karena Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak memiliki wewenang untuk melaksanakannya. Sehingga membuat pengembangan destinasi pariwisata di kawasan pecinan ini menjadi terhambat dan susah untuk dikembangkan. Seperti yang disampaikan I₁₋₁ :

“ya kita gak bisa berbuat apa-apa, itu toh milik pribadi, kalau kita paksakan yang jadi malah kita yang salah, pelanggaran HAM. Tetap kalo butuh bantuan kami siap langsung membantu. Tinggal kirimkan proposal saja kemari.”

Kewenangan pemerintah yang terbatas dalam hal pengelolaan dan pengembangan objek wisata tersebut menyebabkan juga membuat pemerintah tidak bisa memasarkan dan mempromosikan objek wisata tersebut secara maksimal. Lantas langkah apa yang pemerintah ambil dalam hal pemasaran dan promosi wisata di kawasan pecinan. Menurut yang disampaikan oleh I₁₋₁ :

“itu dia kita susah untuk mau mempromosikannya, abis mau bagaimana lagi, itu kan statusnya masih milik pribadi, jadi pemerintah belum bisa mempromosikan secara maksimal. Kita juga tidak lepas tangan dalam hal mempromosikan wisata yang ada. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu membuka stan dalam acara Tahunan Tangerang Expo yang dilaksanakan saat hari ulang tahun Tangerang. Di sana kita menunjukkan apa saja sih wisata yang ada di Kota Tangerang, dan apa saja kebudayaan yang ada di Kota Tangerang. Saat kita ada kunjungan keluar daerah kita juga membawa pelaku-pelaku kesenian Tangerang kaya barongsai, gambang kromo, sama beksi. Dan kita juga membuat buklet, dan cd tentang apa aja sih destinasi wisata di Kota Tangerang untuk bisa di bagikan kepada masyarakat yang minta”

Dari wawancara di atas menunjukkan bahwa masalah kepemilikan dan pengelolaan objek wisata tersebut juga menghambat pemerintah untuk bisa melakukan pemasaran dan promosi objek secara maksimal. Sehingga pemasaran yang terjadi selama ini hanya dilakukan melalui upaya swadaya masyarakat dan melalui perbincangan di masyarakat dan pemerintah hanya bisa mempromosikan pada tingkat lokal seperti Tangerang Expo yang diadakan ketika hari ulang tahun Kota Tangerang. DISBUDPAR juga membuat buklet dan CD yang berisi destinasi apa saja yang berada di Kota Tangerang dan diberikan kepada dinas terkait kota lain ketika DISBUDPAR mengadakan kunjungan ke kota tersebut. Dan promosi ini pun masih bersifat umum/general dan belum secara khusus mempromosikan destinasi pada kawasan pecinan.

Selain itu masalah lain tentang pengembangan destinasi pariwisata yang timbul dari hal ini yaitu membuat lemahnya pemasaran objek-objek wisata tersebut. Dalam pengembangan wisata tentunya pemasaran

adalah menjadi hal pokok yang harus dilaksanakan. Karena tanpa adanya pemasaran dan promosi maka informasi objek wisata yang tersebar di masyarakat menjadi sedikit dan akan membuat banyak masyarakat tidak mengetahui tentang destinasi wisata apa saja yang ada. Seperti yang di sampaikan oleh I₆₋₂ :

“wah maaf kalo itu saya kurang tau, saya ke sini lagi ke tempat sodara. Saya gak tau malah kalo di sini ada objek wisata. Saya dateng ke sini yang taunya mau makan”

Hal serupa juga tidak hanya disampaikan pada wawancara di atas tetapi juga disampaikan dalam wawancara dengan I₆₋₃ dan I₆₋₄:

“setau saya sih ada klenteng gitu di sini, kalo gak salah namanya Boen Tek Bio deh. Sama museum tapi saya gak tau namanya.”

“oh iya saya tau ada di pasar lama. Tapi kalo lokasinya kurang tau saya masuk gang mana. Pokoknya ada di pasar lama .”

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan kurangnya informasi dan pengetahuan yang ada di masyarakat akan menimbulkan lemahnya kesadaran masyarakat terhadap pariwisata dan lemahnya gairah masyarakat dalam melakukan aktivitas wisata. Karena mereka tidak tahu apa saja wisata yang bisa dilakukan atau dikunjungi di kawasan pecinan. Maka dari itu peningkatan promosi dan pemasaran pariwisata harus dilakukan dalam usaha mengembangkan destinasi pariwisata yang berada di kawasan pecinan.

Selain permasalahan pada pengelolaan objek wisata di kawasan pecinan permasalahan yang tampak pada kawasan ini yaitu penataan

kawasan objek wisata yang masih buruk. Dari awal masuk pada kawasan pecinan pasar lama ini keadaan yang dijumpai pertama ialah kemacetan kendaraan yang melintas pada kawasan ini. Hal tersebut disebabkan oleh sebagian ruas jalan digunakan oleh kendaraan pengunjung sebagai lahan parkir. Sehingga ruas jalan yang seharusnya bisa dilalui oleh pengemudi kendaraan yang melewati kawasan ini termakan oleh lahan-lahan parkir liar yang dimanfaatkan oleh oknum.

Selain itu pedagang yang berjualan di kawasan ini pun memberikan sumbangsuhnya dalam menjadi penyebab ruas jalan pengendara terpakai. Karena para pedagang yang berjualan pada kawasan ini menggelar dagangannya pada tempat pejalan kaki, bahkan ada pedagang yang berjualan hingga sampai ke trotoar jalan karena tidak ada tempat lagi di pinggir jalan, karena telah terisi oleh parkir kendaraan dan pedagang lain yang berjualan.

Pemerintah telah berupaya untuk menertibkan hal ini tapi kurangnya kooperasi dari para pedagang dan masyarakat kawasan pecinan yang berjualan di sepanjang jalan kawasan ini menjadi masalah utama. Masyarakat enggak untuk mengikuti arahan yang diberikan oleh pemerintah. Bahkan DISBUDPAR juga telah memberikan opsi untuk melaksanakan pembangunan khusus pedagang seperti yang dilaksanakan pada destinasi wisata Pusat Laksa. Sebagaimana di sana didirikan pendopo yang sudah diberi atap, meja dan kursi gratis yang

diadakan oleh pemerintah tetapi para pedagang dan masyarakat di sana enggan melaksanakannya. Seperti yang dipaparkan I₁₋₁ berikut :

“untung pembangunan sarana - prasarana pendukung sudah kami rancang dan kami tawarkan kepada pedagang dan masyarakat yang berjualan disana tetapi mereka engga mau. Rencana kita itu mau dibuat seperti pusat laksa. Baut pendopo beratap gitu, dan akan dibuat sekat-sekat jadi nanti berjualannya ada pembatas satu penjual sama yang lain. Padahal bisa dilihat gimana keadaan wilayah sana?. Udah macet, dan kalo mau masuk destinasi wisata haru melewati pasar udah becek, banyak sampah, dan bau lagi. Kita juga pernah mau melaksanakan pembersihan ke toko-toko yang ada di sana , ngecat tembok dengan warna yang sudah kami tentukan mereka juga tidak mau. Mungkin karena mereka sudah punya wilayah situ jadi kita arahkan agak susah. Kemarin saja revitalisasi gorong-gorong harus ngotot - ngototan dulu.”

Akibat kurangnya kooperasi masyarakat dan pedagang dengan pemerintah timbullah permasalahan lain yang ada pada kawasan pecinan yaitu permasalahan sarana - prasarana serta infrastruktur bangunan yang berada di sana. Pada kawasan pecinan objek wisata yang berada pada kawasan terletak berada di dalam gang Cirarab yang jika ingin sampai ke sana harus melewati pedagang-pedagang yang berjajah di sepanjang jalan menuju objek wisata tersebut. Kondisi para pedagang yang tidak tertata rapih menyebabkan jalan menuju objek becek dan kotor dengan buah dan sampah-sampah penjual, seperti buah busuk para penjual buah.

Hal ini diperparah dengan para penjual ikan dan daging yang berjualan di sana menambah kondisi sepanjang perjalanan beraroma kurang sedap dengan bau amis dan sampah. Inilah yang menjadi salah satu penyebab masyarakat enggan untuk mengunjungi objek wisata yang

berada pada kawasan tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh I₅₋₅ sebagai berikut :

“Males mau ke sana repot, harus masuk-masuk dulu ke dalem baru bisa ke sana, ribet. Terus jalannya gak enak lagi, kotor terus bau. Bikin males ke sananya. Jadi, kalo ke sini ya paling nyari makan kalo nggak mau nongkrong-nongkrong.”

Sangat disayangkan, dari semua pernyataan di atas menunjukkan belum dapat optimalnya pengembangan objek wisata yang ada di kawasan pecinan. Sesuai apa yang diungkapkan I₁₋₁ bahwa :

“kami juga sudah berusaha untuk merevitalisasi bangunan-bangunan tua sejarah yang ada di kawasan tersebut. tapi itu yang baru kita bisa bangun baru gotnya saja. Itu kita mesti berantem dulu sama pedagang di sana. Yang lama lah, segala macam. Emang zaman dulu bikin candi semalem jadi. Kan rencana kita gak ada kabel di sana, semua di masukin ke dalamnya jadi di luar nanti gak ada kabel-kabel lagi. Tapi ya itu kita mesti banyak banyak ngadu otot jadinya. Padahal ini untuk kebaikan mereka juga, saya mah siapa, bukan warga situ, enggak tinggal di situ juga, makannya sayang banget.”

Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa buruknya fasilitas sarana - prasarana di kawasan pecinan bukan karena memang tidak ada usaha pemerintah untuk mengembangkannya dan meningkatkannya tetapi pedagang dan masyarakat di sana kurang mau berkooperasi dan mengikuti arahan yang diberikan oleh pemerintah. Hal ini akhirnya menjadi masalah besar terhadap pembangunan sarana - prasarana serta infrastruktur bangunan-bangunan sejarah yang ada di kawasan pecinan tersebut.

Dan dari masalah ini pula menyebabkan rendahnya tingkat partisipasi pihak swasta dalam mengembangkan destinasi pariwisata dikawasan pecinan Kota Tangerang. I₇₋₁ mengungkapkan bahwa :

“kalo selama ini sih gak ada mas bantuan-bantuan dari swasta gitu. Paling kaya tadi mas dari pemerintah pas ngadain acara kayak Culinary Night. Itu juga pasti ada yang mintain duit buat lahan dari oknum-oknum.”

Pernyataan yang diberikan kepada kami juga sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh I₁₋₁ dalam wawancara yang dilakukan beberapa waktu lalu, sebagai berikut :

“Giman mau natanya dibilangin aja susah. Kita mau bangun, kita gak minta apa-apa, kita mau tata itu sulit. Itu kalo bagus saya bisa bilang yang ada jogja itu kalah, tapi mindsetnya udah gitu, mentok-mentok lagi kalau mau ngebangun. Pengusaha akhirnya juga gak mau ikut membantu kan, kalo nanti ujung-ujungnya malah jadi masalah. Padahal mereka paling cuman mau minta pengusaha itu keringanan pajak saja kan. Oke kita kerjama sama dpkad tentang pajak segala macem. Teh botol mau masuk ke situ juga masalah. Padahal kita sudah berhasilkan Laksa itu dengan teh botol.”

Dari banyaknya pernyataan di atas dapat kita lihat yang menjadi kelemahan utama dalam pengembangan destinasi pariwisata pada kawasan pecinan ini yaitu kurangnya kooperasi pedagang dan masyarakat dengan aparat pemerintah sehingga menghambat laju pembangunan dan pengembangan wisata pada kawasan tersebut. karena pada akhirnya permasalahan ini menimbulkan permasalahan-permasalahan baru. Rendahnya kualitas sarana dan prasarana,

partisipasi swasta, dan yang utama lemahnya pengembangan destinasi wisata pada kawasan pecinan tersebut.

4.4.3. *Opportunities* (Kesempatan)

Opportunities merupakan kondisi peluang berkembang di masa yang akan datang. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi itu sendiri. Misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

Melalui penataan dan pengembangan pariwisata di dalam upaya meningkatkan sekaligus menciptakan rasa aman bagi para wisatawan baik domestik maupun mancanegara berkunjung ke objek – objek wisata religi, sejarah dan wisata budaya di kawasan pecinan Kota Tangerang. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang (DISBUDPAR) secara terus menerus melaksanakan pengembangan dan penggalian potensi wisata dengan pengembangan destinasi objek wisata merupakan langkah–langkah yang ditempuh, agar dapat memberikan kontribusi bagi pendapatan daerah sehingga kelangsungan pembangunan pada bidang kepariwisataan terus berjalan sesuai dengan tuntutan pembangunan daerah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kota Tangerang terkenal sebagai kota seribu industri dan sejuta jasa, di mana Pendapatan Asli Daerah Kota Tangerang mengandalkan pada sektor Industri Pengolahan dan Pergudangan. Secara geografis Kota Tangerang jauh dari gunung dan pantai. Kota Tangerang tidak

memiliki gunung, dan kualitas pantai terdekat di wilayah Kota Tangerang pun sudah mulai kalah dengan kualitas pantai yang dimiliki kota lain di Provinsi Banten, seperti pantai anyer. Sehingga Kota Tangerang tidak bisa mengandalkan Sumber Daya Alamnya untuk dijadikan sebagai potensi wisata alami.

Maka dari itu Salah satu upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam menggali potensi wisata ini adalah dengan menciptakan destinasi pariwisata buatan dengan merancang program-program serta objek-objek wisata yang bisa di kunjungi di Kota Tangerang. Salah satu usaha yang telah dilakukan yaitu dengan membangun taman-taman tematik yang unik yang tersebar di seluruh wilayah Kota Tangerang. Sekarang taman tematik yang telah berhasil dibangun di Kota Tangerang berjumlah 21 taman tematik

Di wilayah sekitar pecinan sendiri Pemerintah Kota Tangerang juga telah membangun beberapa taman tematik salah satunya yaitu taman Flying Deck yang berupa sebuah jalan setapak dengan pagar besi merah yang berada di sepanjang pinggir sungai Cisadane di Jalan Kalipasir. Dengan dibangunnya taman ini memungkinkan wisatawan yang berkunjung untuk menikmati suasana yang nyaman dengan pemandangan sungai Cisadane yang indah.

Selain taman-taman tematik yang banyak dibangun beberapa akhir tahun belakangan ini di Kota Tangerang. Pemerintah Kota Tangerang juga mengembangkan Program *Event* Wisata yang cukup berhasil

pelaksanaannya di Kota Tangerang, seperti yang di ujar I₁₋₁ dalam wawancara yang dilakukan peneliti berikut ini :

“selain objek-objek wisata yang ada di Kota Tangerang Pemerintah Kota Tangerang juga mempunyai Event Program yang sudah berjalan beberapa tahun ini seperti Festival Cisadane yang dilaksanakan setiap tahunnya sekarang sudah yang ke-7 dan Festival Culinary Night yang diadakannya nggak nentu kapannya biar eventnya kerasa lebih terkesan, lagian entar kalo di jadwalkin kayak pasar malem malah jadinya dan event ini dilaksanakan di wilayah pasar lama.”

Dua event ini merupakan program unggulan yang dicanangkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang sebagai bagian bentuk pengembangan potensi pariwisata yang ada di Kota Tangerang. Sebagaimana program tersebut adalah program yang digali dari keunikan yang dimiliki kawasan pecinan/pasar lama berada di Kota Tangerang. Festival Cisadane sendiri merupakan sebuah festival kebudayaan yang mengangkat bukan hanya budaya pecinan tetapi juga budaya yang ada di masyarakat seperti budaya betawi, sunda, dan lain-lain. Sepeti yang dilontarkan I₃₋₁:

“Cikal bakalnya diadakannya Festival Cisadane itu berawal dari perayaan Peh Cun yang rutin dilaksanakan oleh perkumpulan Boen Tek Bio semenjak tahun 1910 yang dulunya diadakan di kawasan Jakarta, tetapi di pindahkan ke Sungai Cisadane karena pendangkalan sungai di wilayah Jakarta. Terus pemerintah berinisiatif untuk mengembangkan bukan cuman budaya pecinan saja, tapi seluruh kebudayaan masyarakat Kota Tangerang.”

Dengan diadakannya Festival Cisadane ini pemerintah berhasil meningkatkan partisipasi dan kesadaran masyarakat untuk ikut serta

dalam usaha mengembangkan destinasi pariwisata yang ada di Kota Tangerang, khususnya kawasan pecinan. Seperti yang di jabarkan I₁₋₁

“bukan hanya pemerintah yang turun tangan dalam mempersiapkan Festival Cisadane ini tetapi juga melibatkan untuk ikut andil dalam melaksanakan kegiatan ini. Karena ini adalah kegiatan yang besar, di mana di sini bukan hanya kebudayaan tionghoa yang akan ditampilkan tetapi seluruh kebudayaan yang berada di kota Tangerang, seperti Silat Bekasi, Gombong Kromo, Tari Cokek, Wayang Kulit, Barongsai, dan juga segala sanggar dan pihak yang bisa menunjukkan sebuah atraksi. Dan kita juga ngadain perlombaan, yang atraksi utamanya lomba Dayung Perahu Naga.”

Kegiatan ini memang menjadi sebuah kegiatan yang akbar dan *Iconic* bagi Kota Tangerang. dan butuh melibatkan banyak pihak dalam persiapan dan pelaksanaan kegiatan tersebut. Seperti paparan I₃₋₁ :

“dulu sebelum perayaan peh cun seperti sekarang ini masih bisa dikelola hanya oleh Perkumpulan Boen Tek Bio saja, dan bantuan masyarakat muslim di sekitar klenteng. Karena dulu yang menjadi pesertanya hanya masyarakat peranakan tionghoa dan masyarakat sekitar saja. Tetapi sekarang butuh dorongan dari banyak pihak terkait baik pemerintah, masyarakat sekitar pecinan mau pun pihak-pihak lain yang terkait.”

Keberhasilan program Festival Cisadane ini dapat dilihat dengan meningkatnya tingkat kunjungan wisatawan yang hadir pada pagelaran yang diselenggarakan tiap tahunnya di Kota Tangerang.

Tabel 4.6
Jumlah Kunjungan Festival Cisadane

Tahun	Total Pengunjung
2015	26.352 Pengunjung
2016	32.785 Pengunjung
2017	52.890 Pengunjung

(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang)

Selanjutnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang juga berhasil melaksanakan satu *event* wisata yang acaranya dilaksanakan pada salah satu kawasan pecinan di Kota Tangerang, yaitu kawasan Pasar Lama. Acara kegiatan ini dinamakan *Culinary Night*, merupakan sebuah *event* wisata kuliner yang menyajikan bukan hanya kuliner dari restoran dan hotel di Tangerang te, tetapi juga makanan tradisional seperti makanan khas tionghoa, betawi sunda, dan lainnya. Dan harga yang ditawarkan oleh para pedagang pun cukup murah dan tidak perlu merogoh kantong dalam-dalam. Bukan hanya menyuguhkan wisata kuliner saja saat pelaksanaannya. Festival ini juga menyuguhkan atraksi dan tampilan yang menarik seperti beladiri whusu, *free style football*, dan tari tradisional di Kota Tangerang.

Event wisata kuliner yang diselenggarakan oleh pemerintah ini tidak memiliki jadwal yang tetap dalam pelaksanaannya. Tujuannya supaya pelaksanaan program ini bisa lebih berkesan dibandingkan jika telah terjadwal. Dan tema yang diusung dalam pelaksanaan program ini juga berbeda setiap kali pelaksanaannya. Bukan karena kurang disukai oleh masyarakat tetapi untuk menjaga ketertarikan masyarakat terhadap *event* ini. Salah satu tema yang pernah dilaksanakan pada acara *Culinary Night* ini antara lain seperti Earth Hour 60+, Kuliner Pasundan, dan “Black and White”. Seperti yang diungkapkan I₁₋₁ berikut:

“kita juga ada acara culinary night di kawasan pecinan pasar lama. Kalo festival ini beda dengan festival Cisadane yang terjadwal setiap tahunnya. Kalo yang ini setahun bisa 2 kali, 3 kali atau berkali-kali. Supaya event

ini berasa lebih berkesan gitu loh. Kalo di jadwalin tiap malem terkesan kaya pasar malem. Disana kita bukan hanya menyuguhkan makan-makanan modern tapi juga makanan tradisional, sama acara-acara atraksi panggung dan non-panggung. Dan yang paling penting tema di setiap acara ini beda terus, kemaren pernah temanya pasundan, mungkin kedepannya tema betawi atau tema cina.”

Lalu I₆₋₃ menambahkan dalam wawancaranya :

“iya menarik banget acaranya. Saya dateng yang waktu tema hemat energi gitu, saya lupa nama temanya. Itu pas acara kagak pake lampu, jadi sepanjang jalan itu gelap. Penerangan yang dipake cuman pake lilin, keren banget kerasa candle light dinner gitu. Terus harga nya gak begitu mahal juga, yah standar lah untuk ukuran segitu. coba bisa tiap malem minggu, jadi gak perlu jauh-jauh cari tongkrongan.”

Keberhasilan kedua program ini memang sudah tidak bisa dipungkiri lagi. Bahkan program *event* Festival Cisadane sudah mencapai taraf wisata internasional. Karena bukan hanya peserta festival berasal dari dalam kota, peserta festival banyak yang berasal dari luar kota Tangerang dan bahkan hingga peserta yang berasal dari luar negeri.

Seperti yang dipaparkan oleh I₁₋₁ berikut :

“Untuk pelaksanaan Festival Cisadane ini kita bukan hanya mengundang masyarakat dalam kota saja, kita juga mengundang orang-orang dari luar daerah. Festival Cisadane 2017 kemarin kita mengundang daerah lain se-Provinsi Banten untuk bantu memriahkan acara untuk menampilkan atraksi budaya dari daerahnya masih-masing. Dan atraksi utama Lomba Dayung Perahu Naga terbuka juga memperbolehkan siap saja untuk ikut. Tahun kemaren kita bahkan kedatangan 2 tim dari Singapura sama Australia.”

Sejalan yang telah disampaikan sebelumnya I₃₋₁ juga menambahkan

“lomba perahu naga sekarang sudah tidak seperti dulu lagi, dulu yang ikut serta hanya masyarakat Tangerang saja. Sekarang banyak orang dari luar daerah hingga orang asing juga ikut jadi peserta lomba juga.”

Tabel 4.7
Daftar Peserta Lomba Dayung Perahu Naga
Festival Cisadane 2017

Jenis Tim	Tim
Umum	PODSI Kab. Bandung
	Club Dayung Bekasi
	Club Dayung Karawang
	Club Dayung Cilacap
	PODSI Tangerang
	Club Gajah Mada
	Damkar Purwakarta
TNI	Koarmar
	Koarmabar
	Kolinlamil
Asing	Singapura
	Australia

(sumber : Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Tangerang)

Di Banten sendiri pun Cisadane sudah mendapat predikat salah satu dari *“Banten 7 Wonder”*. Yang merupakan bagian dari *Icon* utama destinasi wisata yang berada di Provinsi Banten. Adapun yang termasuk menjadi *“Banten 7 Wonder”* yaitu Banten Lama, Pantai Tanjung Lesung, Pantai Sawarna, Anyer-Carita, Sungai Cisadane, Baduy, dan Ujung Kulon. Seperti apa yang diungkapkan oleh I₁₋₁ berikut :

“Cisadane juga telah menjadi salah satu dari Banten 7 wonder yang ada di provinsi Banten. 7 destinasi wisata ini destinasi pariwisata yang emang dipilih oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten untuk jadi Icon utama destinasi pariwisata Banten.”

Semua hal itu tentunya dapat memberikan dampak kepada masyarakat Tangerang khususnya pada kawasan pecinan yang terletak

pada kawasan pasar lama. Salah satu dampak yang pemerintah ingin diterima masyarakat sekitar dengan adanya usaha pengembangan destinasi wisata ini adalah menyejahterakan masyarakat Tangerang. Dan dengan pengembangan ini pedagang yang berada pada kawasan pecinan memang bisa merasakan dampaknya, seperti apa yang diungkapkan I₇₋₁ :

“Oh setiap ada event kayak gitu kita bisa dapet untung 2 kali lipat dari biasanya. Soalnya banyak banget emang yang dateng waktu ada festivalnya.”

Selain itu dengan diadakannya *Event* seperti Festival Cisadane dan Culinary Night, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang juga berusaha untuk melibatkan UMKM dengan menggelar stan yang ditujukan kepada UMKM yang berada di Tangerang untuk menjual dan mempromosikan hasil karyanya pada pagelaran Festival Cisadane. Dan lokasi-lokasi untuk berjualan pedagang sepanjang jalan di pasar lama ketika mengadakan festival Culinary Night. Sehingga daya usaha, saing dan kesejahteraan masyarakat Kota Tangerang diharapkan bisa meningkat. Ungkap I₁₋₁

“pada pelaksanaan Festival Cisadane kita juga mengundang UMKM yang berada di seluruh kota Tangerang untuk mengisi stan-stan yang telah kita siapkan. Jadi di stan di sana di bagi ada stan untuk dinas-dinas di kota Tangerang, stan untang mempromosikan budaya-budaya di Tangerang sama yang tadi stand untuk UMKM yang ada di Kota Tangerang.”

Adapun semua usaha dalam pengembangan destinasi pariwisata yaitu ditujukan demi meningkatkannya kesejahteraan masyarakat Kota Tangerang

4.4.4. *Threats (Ancaman)*

Threats Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi itu sendiri. Kondisi yang terjadi merupakan ancaman dari luar organisasi itu sendiri, misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

Dalam pengembangan destinasi pariwisata di kawasan pecinan ada faktor-faktor eksternal yang menghambat pelaksanaan pengembangan untuk dapat berjalan dengan lancar. Ungkap I₁₋₁ berikut:

“yaitu itu tadi karena masyarakat belum mau melepas objek wisata itu ke pada kita dan susah untuk di arahkan akhirnya usah yang kita coba berikan mentok. Kita ada rencana revitalisasi kawasan pasar lama. Saya udah punya rencana untuk jadiin kawasan ini jadi kawasan Kota Tua, kendaraan kita patok gak boleh lewat sana jadi jalan dulu sedikit kita kalo mau ke sana, terus untuk model pedagang kita mau memakai konsep kaya di jogja lesehan gitu. Tapi ya dari masyarakatnya susah, terkadang egonya udah tinggi banget mungki meresa seperti yang punya kawasan. Sama kaya pasar bengkok di Cipondoh, itu mau dipindahin gak mau udah keluar golok aja itu kalo udah ada omongan mau dipindahin. Akhirnya sampe sekarang ya baru gorong-gorong itu doang yang dilaksanakan, ya kita coba secara bertahap”

Program revitalisasi yang tidak bisa berjalan ini menjadikan kawasan pecinan belum bisa berkembang dan mengakibatkan kondisi bangunan yang sudah tua, dan telah dimakan oleh zaman, kondisinya semakin buruk tiap tahunnya. Apalagi diperparah dengan adanya pembangunan-pembangunan bangunan modern di sekitar Objek-objek wisata tersebut mengakibatkan objek tersebut semakin tertutupi

keberadaannya. Sehingga bangunan ini sulit untuk ditemukan. Ungkap

I₂₋₁ dalam wawancara berikut :

“ya semakin tahun pembangunan di kawasan ini juga semakin meningkat, mau tidak mau ya bangunan lama seperti ini tertutup sama bangunan-bangunan yang baru. Apalagi letak kita kan berada di dalam gang seperti ini. Orang nggak bisa langsung melihat bangunan kita dari jalan

Sedihnya tidak bisa berkembangnya objek wisata ini karena dari pihak masyarakat yang belum bisa bekerja sama dengan pemerintah untuk menyerahkan pengelolaan kepada pemerintah. Sehingga pengembangan kawasan pecinan sebagai destinasi pariwisata belum bisa berjalan dengan baik. Apalagi wilayah pecinan juga harus bersaing dengan wilayah lain di Kota Tangerang yang juga melaksanakan pengembangan destinasi pariwisatanya. Seperti yang diungkapkan I₁₋₁ :

“Kayak kampung bekelir tau kan?. Itu wisata baru yang ada di dekat sekitar kawasan pecinan, sekarang banyak tuh yang berkunjung. Banyak yang dari luar daerah, dari luar negeri juga ada yang berkunjung ke situ. Dia itu kerja sama dengan pacific paint makannya di depan ada kan tulisannya. Sama kayak taman gajah dia kan. Bikin taman gajah itu kita kerja sama sama sama pt gajah tunggal.”

Seperti yang disampaikan di atas kampung bekelir yang juga berada pada Kecamatan Tangerang ini, yang sekarang menjadi sebuah destinasi baru yang berada di kota Tangerang, kawasan ini mulai dari atap rumah, dinding, hingga jalan-jalan di warnai dan didekorasi dengan desain-desain yang kreatif. Dari dahulunya kawasan yang telah divonis oleh Pemerintah Kota sebagai kawasan kumuh tingkat sedang, namun dengan usaha bersama masyarakat untuk mau mengubah gaya

hidup, dan kerja sama dengan pihak-pihak lain yang mendukung mengembangkan kawasan ini menjadi sebuah destinasi pariwisata, dan pengembangan wilayah ini uniknya tidak menggunakan dana APBD sepeser pun. sekarang kawasan ini sudah banyak dikunjungi oleh wisatawan yang bukan hanya berasal dari dalam kota, tapi juga luar kota, bahkan ada yang berasal dari filipina, yang bertujuan untuk berfoto dan berekreasi.

Hal ini menimbulkan persaingan antara destinasi pariwisata untuk memperebutkan antusiasme kunjungan wisatawan pada destinasi pariwisata tersebut. Wisatawan pun akan lebih memilih destinasi wisata yang lebih menarik dibandingkan dengan destinasi wisata yang masih banyak kekurangan. Dan pada akhirnya destinasi yang lebih buruk akan ditinggalkan dan semakin lama akan semakin tersisihkan keberadaannya. Maka dari itu pentingnya pengembangan destinasi wisata di suatu wilayah sehingga terus menimbulkan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut dan kembali lagi.

4.4.5. Analisis Faktor Internal

Strengths (Kekuatan)

1. Potensi sumber sejarah dan budaya

Kawasan Pecinan Kota Tangerang memiliki sumber religi, budaya dan sejarah pecinan yang banyak yaitu dapat dilihat dari bangunan-bangunan sejarah tertua yang bercorak budaya tionghoa di Tangerang

yang dimilikinya seperti Masjid Kali Pasir dan Vihara Bon Tek Bio serta bangunan sejarah lainnya seperti museum Benteng Heritage, dan lain-lain. Selain itu setiap tahunnya pada kawasan ini juga diadakan kegiatan-kegiatan keagamaan dan kebudayaan yang menarik untuk dikunjungi seperti *Cap Go Meh*, *Peh Cun* dan *Taopekong*. Serta *event-event* wisata baru yang diselenggarakan oleh pemerintah seperti Festival Cisadane dan Festival *Culinary Night*.

2. Kerukunan dari keberagaman masyarakat

Dalam kawasan pecinan pasar lama bukan hanya dihuni oleh masyarakat peranakan tionghoa tetapi juga masyarakat pribumi yang berbeda budaya dan agama yang dianutnya. Tetapi hal itu tidak mengakibatkan terjadinya perpecahan antara masyarakat, melainkan masyarakat bisa hidup dengan rukun. Bisa dilihat saat adanya perayaan kebudayaan atau keagamaan. Masyarakat yang beragam bisa saling membantu satu sama lainnya.

3. Berpengalaman mengelola objek wisata sendiri

Objek wisata yang berada di kawasan ini masih berstatus milik pribadi, dan pengelolaannya dilakukan oleh masyarakat kawasan pecinan tersebut. Sehingga masyarakat kawasan pecinan sudah memiliki banyak pengalaman dalam mengelola objek dan kegiatan wisata sendiri. *Event-event* yang diadakan di kawasan tersebut pun berasal dari dana yang dikeluarkan swadaya. Seperti pelaksanaan Festival *Peh cun*, *taopekong*,

dan pengelolaan objek seperti museum pun menggunakan dana dari tiket masuk objek wisata.

4. *Icon* Pusat Kuliner Kota Tangerang

Pasar lama merupakan salah satu kawasan pecinan yang berada di Kota Tangerang. Kawasan ini juga merupakan kawasan yang terkenal sebagai salah satu pusat kuliner di wilayah Tangerang sehingga tiap harinya banyak orang yang datang hanya sekedar makan dan juga banyak pekerja yang sarapan pagi atau yang menghabiskan waktu istirahat makan siang di wilayah ini. Adapun beberapa makanan atau tempat makan yang populer di wilayah ini yaitu (1) Sate Ayam H. Ishak, (2) Bakmi Ayam Pasar Lama, (3) Bubur Ayam Spesial “Keluarga” Bang Ben, (3) Bubur Ayam Spesial Ko Iyo, (4) Bubur dan Bakmi Kepiting Hokien,

(5) Roti Cane India, (6) Es Podeng DP Varia, (7) Bakso Mas Gino, (8) Asinan Lan Jin, (9) Es Bun Tin, dan (10) Laksa Benteng.

5. Tingkat Partisipasi Masyarakat Yang Tinggi

Dalam pengembangan destinasi wisata kawasan pecinan, masyarakat juga juga ikut berpartisipasi dalam melaksanakannya, yaitu dengan membantu melaksanakan *event-event* kebudayaan dan membantu pemerintah dalam *event* yang diadakan di wilayah tersebut dengan menjadi panitia pelaksana kegiatan tersebut.

Weaknesses (Kelemahan)

1. Kepemilikan Objek Masih Berstatus Pribadi

Salah satu penghambat kinerja pemerintah dalam mengembangkan kawasan pecinan ini sebagai destinasi pariwisata ialah status objek-objek wisata di kawasan ini yang masih berstatus sebagai milik pribadi, sehingga pemerintah tidak bisa berbuat banyak untuk mengembangkan objek-objek tersebut karena pemerintah tidak mempunyai wewenang untuk melaksanakannya.

2. Lemahnya tingkat kooperasi masyarakat dalam penataan wilayah

Pemerintah telah mencoba untuk menata kawasan pecinan pasar lama ini agar tampak lebih baik sehingga akan membuat wisatawan merasa tertarik dan bagi wisatawan yang berkunjung agar merasa nyaman. Namun dari pihak masyarakat di wilayah tersebut baik pedagang atau bukan kurang mau untuk mengikuti instruksi dan arahan yang diberikan oleh pemerintah sehingga upaya tersebut masih belum bisa dilaksanakan secara maksimal.

3. Kurangnya Partisipasi Swasta dalam Pengembangan

Akibat rendahnya tingkat kooperasi pedagang dan masyarakat kawasan pecinan dalam usaha pengembangan kawasan. Pihak swasta menjadi enggan untuk ikut memberikan kontribusinya dalam pengembangan kawasan tersebut. Mereka mengkhawatirkan akan terjadinya masalah dalam usaha pengembangan wilayah tersebut ke depannya, sehingga mereka enggan berkontribusi.

4. Belum optimalnya pengembangan objek wisata

Akibat pemerintah belum bisa memberikan kontribusi penuh terhadap pengembangan wisata pada kawasan tersebut sehingga objek-objek wisata hanya bisa di kembangkan dengan swadaya masyarakat yang notabeneanya tidak memiliki kemampuan seperti yang dimiliki oleh pemerintah sehingga pengembangan objek wisata tersebut belum bisa berjalan secara maksimal.

5. Kurangnya fasilitas sarana dan prasarana

Masih banyak kurangnya fasilitas sarana dan prasarana yang berada pada kawasan tersebut. Salah satunya adalah fasilitas parkir kendaraan pengunjung sehingga banyak oknum-oknum yang memanfaatkannya untuk membuat lahan parkir ilegal yaitu di pinggir jalan sehingga jalan sepanjang wilayah ini selalu dipenuhi dengan parkir kendaraan bermotor sehingga suasana menjadi macet dan kurang nyaman bagi pengunjung. Selain itu belum adanya fasilitas toilet umum yang tersedia pada kawasan ini, mengingat kawasan ini juga terkenal dengan kulinernya.

6. Kurangnya Pemasaran Objek Wisata

Dalam Pengembangan destinasi pariwisata suatu objek, hal yang penting untuk diperhatikan adalah pemasaran destinasi wisata tersebut. Karena suatu destinasi pariwisata akan dikunjungi oleh wisatawan jika informasi wisata tersebut dapat mudah diperoleh dan tersebar di masyarakat sehingga banyak masyarakat yang nantinya akan tertarik untuk mengunjungi objek tersebut. Pada kawasan pecinan di Kota

Tangerang ini masih bisa dinilai belum maksimal. Pemerintah Kota Tangerang sendiri melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata baru bisa memasarkan objek wisata pada kawasan ini baru setaraf lingkup kota saja, yang biasanya dilakukan ketika pelaksanaan Tangerang Expo pada hari Ulang Tahun Kota Tangerang. DISBUDPAR juga telah membuat pamflet dan buklet namun barang ini belum bisa disebarakan kepada masyarakat umum melainkan hanya masyarakat yang memintanya baru diberikan.

4.4.6. Analisis Faktor Eksternal

Opportunities (Kesempatan)

1. Berkembangnya program pariwisata pendukung

Dalam usaha pengembangan destinasi pariwisata yang dilakukan bukan hanya mengembangkan objek wisata yang sudah ada pada kawasan tersebut, tetapi juga mengembangkan dan membuat program-program baru yang mendukung berkembangnya wisata di kawasan tersebut. Dalam hal ini pemerintah Kota Tangerang berhasil mengembangkan hal tersebut dengan lahirnya program-program baru seperti pembangunan taman tematik, Pelaksanaan Festival Cisadane, dan *Festival Culinary Night*.

2. Destinasi berskala nasional bahkan internasional

Dalam mengembangkan destinasi wisata pada kawasan pecinan ini pemerintah berhasil mengembangkan program kebudayaan dengan Festival Cisadane yang sudah memiliki taraf Nasional. Karena sebagai peserta dalam acara tersebut bahkan bisa mendatangkan tamu-tamu dari kanca internasional untuk membantu memeriahkan acara tersebut. Yaitu pada acara utama Festival Cisadane Lomba Mendayung Perahu Naga yang pesertanya bukan hanya berasal dari Kota Tangerang saja tetapi juga berasal dari luar Kota seperti Bandung, Bekasi, dan Cilacap. Selain itu pada Festival Cisadane tahun 2017 terdapat 2 tim yang berasal dari Negara Asing yaitu Singapura dan Australia.

3. Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Dalam pengembangan destinasi wisata di kawasan pecinan ini memberikan dampak positif bukan hanya bagi masyarakat sekitar tetapi juga masyarakat Kota Tangerang dengan meningkatkan pendapatan khususnya para pedagang yang menjajahkan barang jualannya ketika diadakannya kegiatan-kegiatan wisata yang terdapat pada kawasan pecinan ini.

4. Memiliki Akses Lokasi yang Strategis dan Mudah Diakses

Kawasan pecinan di Kota Tangerang ini berada pada wilayah pasar lama di mana kawasan ini memiliki letak yang strategis yaitu dengan letaknya yang tepat bersebelahan dengan stasiun Tangerang sehingga masyarakat yang keluar dari stasiun harus melewati kawasan ini karena

jalur ini merupakan jalur *one way*. Dan jalur ini juga sebagai salah satu jalur lewat bagi masyarakat yang berasal dari bandara.

5. Cisadane Sebagai Destinasi “Banten 7 Wonder”

Dinas Pariwisata Provinsi Banten telah menetapkan beberapa lokasi di Banten yang akan menjadi *Icon* tujuan utama destinasi wisata yang berada di Provinsi Banten. Ada tujuh lokasi yang di pilih oleh dinas Pariwisata Banten, salah satunya adalah Sungai Cisadane yang berada di dekat kawasan pecinan Kota Tangerang.

Threats (Ancaman)

1. Daya dukung program yang tidak berkelanjutan

Salah satu penghambat kurang berjalannya program pengembangan destinasi pariwisata yang ada di Kota Tangerang adalah tidak berlanjutannya beberapa program pendukung pengembangan destinasi wisata yang ada. Salah satu program tersebut adalah Revitalisasi Kawasan Pasar Lama. Sampai saat ini keberhasilan yang dicapai dari program ini hanya sampai perbaikan saluran irigasi. Sedangkan pemugaran bangunan dan penataan lingkungan sampai saat ini belum berhasil.

2. Pembangunan Bangunan-Bangunan Baru

Dengan terus berjalannya waktu, munculnya gedung dan bangunan baru menunjukkan berjalannya pembangunan yang ada di suatu wilayah. Begitu pula pada kawasan pecinan di Kota Tangerang. Namun dengan berjalannya pembangunan tersebut bukan berarti tidak

memberikan dampak negatif. Salah satu dampak yang ditimbulkan adalah semakin tertutupnya wajah-wajah bangunan tua, dan sejarah yang menjadi objek wisata pada kawasan pecinan ini dengan bangunan-bangunan modern yang baru.

3. Persaingan dengan destinasi wisata lain

Pengembangan destinasi pariwisata di Kota Tangerang tentunya bukan hanya berada pada wilayah pecinan ini saja tetapi juga terlaksana di berbagai wilayah Kota Tangerang. Hal ini menimbulkan persaingan antara satu destinasi wisata dengan destinasi wisata yang lain, dalam menarik perhatian wisatawan yang berkunjung. Dan wisatawan tentunya akan lebih memilih destinasi wisata yang lebih menarik, bagus, dan nyaman untuk dikunjungi.

4.4.7. Matriks Analisis SWOT

Tabel 4.8
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

NO.	FAKTOR INTERNAL		
	STRENGTHS		WEAKNESSES
S1	Potensi sumber sejarah dan budaya	W1	Kepemilikan Objek masih di pegang pribadi
S2	Kerukunan dari keberagaman masyarakat	W2	Lemahnya Tingkat Kooperasi Masyarakat dengan Pemerintah
S3	Berpengalaman mengelola objek wisata sendiri	W3	Pembangunan bangunan-bangunan baru
S4	Icon pusat kuliner Kota Tangerang	W4	Belum optimalnya pengembangan objek wisata
S5	Partisipasi masyarakat yang Tinggi	W5	Kurangnya fasilitas sarana dan prasarana wisata
S6	Akses Lokasi yang strategis dan mudah diakses	W6	
NO.	FAKTOR EKSTERNAL		
	OPPORTUNITIES		THREATS
O1	Berkembangnya program pariwisata pendukung	T1	Daya dukung program pengembangan tidak berkelanjutan
O2	Destinasi Pariwisata berskala Nasional bahkan Internasional	T2	Pembangunan bangunan-bangunan baru
O3	Meningkatkan kesejahteraan Masyarakat lokal	T3	Persaingan dengan destinasi wisata lain
O4	Cisadane sebagai Destinasi "Banten 7 Wonder"	T4	Kurangnya Pemasaran Objek Wisata

Berikut dibawah ini adalah Matrik Internal Factor Analysis Sumamry (IFAS) yang dirangkum dari Faktor Strength dan Weakness diatas :

Tabel 4. 9
Faktor-Faktor Strategis Internal
(Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS)

Faktor-faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
- Potensi sumber sejarah dan budaya	0,1	4	0,3
- Kerukunan dari keberagaman masyarakat	0,07	1	0,07
- Berpengalaman mengelola objek wisata sendiri	0,05	3	0,15
- <i>Icon</i> pusat kuliner Kota Tangerang	0,12	4	0,48
- Partisipasi masyarakat yang Tinggi	0,03	2	0,06
- Akses Lokasi yang strategis dan mudah diakses	0,09	3	0,27
Jumlah Strengths	0,46		1,32
- Kepemilikan Objek masih di pegang pribadi	0,15	1	0,15
- Lemahnya Tingkat Kooperasi Masyarakat	0,17	1	0,17
- Belum optimalnya pengembangan objek wisata	0,1	2	0,2
- Kurangnya fasilitas sarana dan prasarana wisata	0,09	2	0,18
- Pembangunan bangunan-bangunan baru	0,03	4	0,12
Jumlah Weaknesses	0,54		0,82
TOTAL	1,00		1,98
S-T = x	1,32 – 0,82 = 0,5		

Dari hasil analisis pada Tabel 4. 9 pada Matriks IFAS. Faktor *Strength* mempunyai total nilai skor 1.28 sementara itu *Weakness* mempunyai total nilai skor 0.70. Seperti halnya Matrik IFAS, maka matrik EFAS pun juga harus dilakukan identifikasi yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.10 Matrik EFAS dibawah ini :

Tabel 4. 10
Faktor-Faktor Strategis Eksternal
(Eksternal Strategic Factors Analysi Summary/EFAS)

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
- Berkembangnya program pariwisata pendukung	0,165	4	0,66
- Destinasi Pariwisata berskala Nasional bahkan Internasional	0,09	2	0,18
- Meningkatkan kesejahteraan Masyarakat lokal	0,07	1	0,07
- Cisadane sebagai Destinasi “Banten 7 Wonder”	0,11	3	0,33
Jumlah Oppotunities			1,29
- Daya dukung program pengembangan tidak berkelanjutan	0,18	1	0,18
- Persaingan dengan destinasi wisata lain	0,125	2	0,25
- Kurangnya Pemasaran Objek Wisata	0,16	1	0,16
- Kurangnya partisipasi swasta dalam pengembangan	0,1	3	0,3
Jumlah Threats			0,89
TOTAL	1,00		2,18
O-T = y	$1,29 - 0,89 = 0,4$		

Analisis yang didapat pada Tabel 4.10 Matrik EFAS menunjukkan bahwa untuk faktor Opportunity nilai skornya 1.29 dan faktor Threat 0.89. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut :

Strength : 1.32

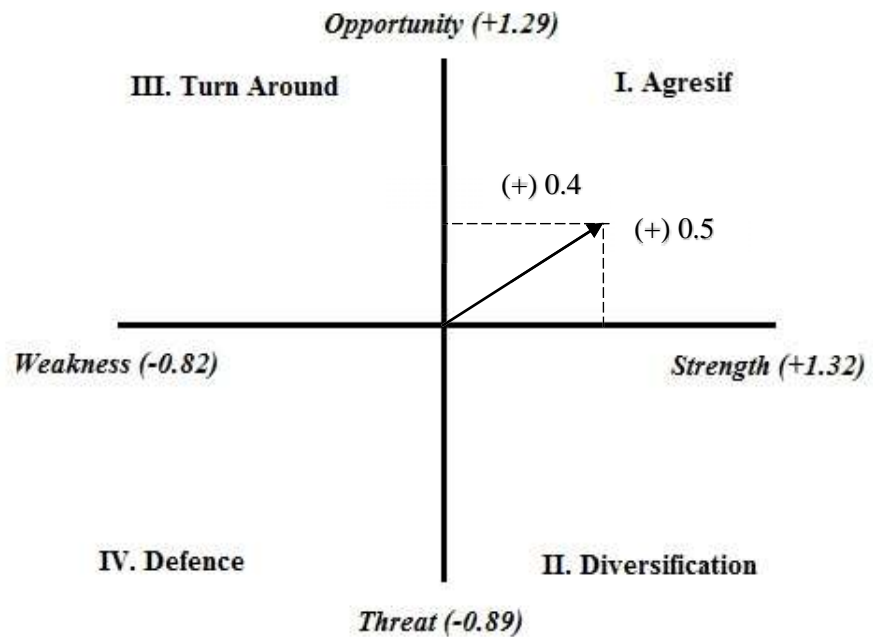
Weakness : 0.82

Opportunity : 1.29

Threats : 0.89

Maka diketahui nilai Strength di atas nilai Weakness, dengan selisih (+) 1.70 dan nilai Opportunity di atas nilai Threats dengan selisih (+) 1.50. Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT yang dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini :

Gambar 4.3
Diagram Analisis SWOT



Dari nilai total masing-masing faktor selain digambarkan ke dalam diagram SWOT, tetapi juga digambarkan dalam rumusan Matriks SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 4. 11 di bawah ini :

Tabel 4.11
Rumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT

EFAS	IFAS	Strengths (S)	Weaknessess (W)
Opportunities (O)		Strategi SO : $1.32 + 1.29 = 2.61$	Strategi WO : $0.82 + 1.29 = 2.11$
Threats (T)		Strategi ST : $1.32 + 0.89 = 2.21$	Strategi WT : $0.82 + 0.89 = 1.71$

Dari diagram SWOT pada Gambar 4. 3. Diagram Analisis SWOT, dihasilkan bahwa Strategi yang tepat dalam Pengembangan Kawasan Pecinan ada pada Kuadran I yaitu Agresif. Maka alternatif strategi yang dapat dipakai dalam mengembangkan kawasan pecinan adalah sebagai berikut :

Kuadran I Agresif adalah situasi yang sangat menguntungkan. Kawasan PEcinan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (Growth Oriented Strategy).

Tabel 4. 12
Matriks Analisis SWOT

<p align="center">Faktor Internal</p> <p align="center">Faktor Eksternal</p>	<p align="center"><i>Strengths (S)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> a. Potensi sumber sejarah dan budaya b. Kerukunan dari keberagaman masyarakat c. Berpengalaman mengelola objek wisata sendiri d. <i>Icon</i> pusat kuliner Kota Tangerang e. Partisipasi masyarakat yang Tinggi f. Akses Lokasi yang strategis dan mudah diakses 	<p align="center"><i>Weaknesses (W)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kepemilikan Objek masih di pegang pribadi b. Lemahnya Tingkat Kooperasi Masyarakat c. Belum optimalnya pengembangan objek wisata d. Kurangnya fasilitas sarana dan prasarana wisata e. Pembangunan bangunan-bangunan baru
	<p align="center"><i>Opportunities (O)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> a. Berkembangnya program pariwisata pendukung b. Destinasi Pariwisata berskala Nasional bahkan Internasional c. Meningkatkan kesejahteraan Masyarakat lokal d. Cisadane sebagai Destinasi “Banten 7 Wonder” 	<p align="center">Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menggali potensi budaya dan sejarah untuk meningkatkan daya tarik wisata b. Meningkatkan manajemen pengembangan pariwisata kawasan pecinan c. Mengembangkan festival kebudayaan, kesenian, dan kerajinan tionghoa pada kawasan pecinan d. Memaksimalkan pengembangan destinasi wisata kawasan pecinan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat e. Membangun kawasan pecinan dengan tema Kota Tua

<i>Threats (T)</i>	Strategi ST	Strategi WT
a. Daya dukung program pengembangan tidak berkelanjutan b. Persaingan dengan destinasi wisata lain c. Kurangnya Pemasaran Objek Wisata d. Kurangnya partisipasi swasta dalam pengembangan	a. Melaksanakan revitalisasi bangunan sejarah pada kawasan pecinan b. Mengembangkan kawasan pecinan sebagai pusat kuliner kota Tangerang c. Menjalin kemitraan antara stakeholder dengan masyarakat pecinan d. Mempromosikan wisata kawasan pecinan pada media elektronik/sosial	a. Meningkatkan pengadaan fasilitas usaha masyarakat b. Memaksimalkan sarana dan prasarana pendukung kawasan pecinan c. Memberikan sosialisasi kepada swasta dalam pengembangan destinasi pariwisata kawasan pecinan d. Melakukan kerja sama atas pengelolaan objek yang ada pada kawasan pecinan e. Melaksanakan sosialisasi sadar wisata

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena organisasi memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Berdasarkan hasil penelitian lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, bahwa strategi pengembangan destinasi pariwisata pada kawasan pecinan berdasarkan strategi SO (*Strengths – Opportunities*) yang dapat dilakukan di antaranya :

1. menggali kembali potensi-potensi yang masih terpendam dalam pada kawasan seperti terdapatnya rumah-rumah tua yang memiliki nilai sejarah sendiri seperti salah satu rumah tua yang terdapat pada kawasan pecinan yang merupakan rumah pengerang novel silat kuno OKT (Oey Kim Tang) yang sangat terkenal pada masanya.
2. Serta memanfaatkan kondisi wilayah pasar lama yang merupakan salah satu jalur perlintasan dengan mengembangkan wilayah dengan perak pernik dan

dekorasi dengan corak khas Tionghoa sehingga para pemakai jalan merasa tertarik untuk dapat singgah sejenak dan bisa mengunjungi objek-objek wisata ada terdapat pada sekitar kawasan.

3. Mengembangkan manajemen pelayanan pada objek-objek pariwisata dengan mengadakan pemandu yang bisa memandu para wisatawan untuk menunjukkan dan memberikan informasi seputar objek-objek wisata yang ada.
4. Pengembangan program-program yang menggunakan keunikan kawasan pecinan seperti festival budaya yang bercorak Tionghoa pada lokasi sehingga banyak diadakan kegiatan wisata kebudayaan yang tidak tergantung pada hari-hari khusus keagamaan saja seperti cap go meh.
5. Dan yang paling utama pengembangan pada kawasan pecinan itu sendiri. Salah satunya dengan mengembangkan kawasan sebagai kawasan kota lama sehingga ciri khas kawasan pecinan yang memiliki bangunan-bangunan tua bisa dimanfaatkan. Lalu selanjutnya bisa menyelaraskan wisata kuliner pasar lama yang berada tepat pada kawasan pecinan dengan wisata kota lama yang akan dikembangkan pada kawasan.

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan di Kota Tangerang yang dilakukan dan pengamatan di lapangan. Peneliti menemukan strategi yang digunakan Pemerintah Kota untuk mengembangkan destinasi pariwisata di Kota Tangerang. Pemerintah Kota Tangerang menggunakan strategi WO yaitu strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Festival Cisadane merupakan jawaban dari strategi tersebut yang mana salah satu kelemahan pengembangan kawasan pecinan adalah objek wisata dan kegiatan yang masih berstatus milik pribadi.

Contohnya kegiatan Peh Cun yang di kelola oleh perkumpulan Boen Tek Bio sehingga pemerintah tidak bisa mengelola kegiatan tersebut karena tidak memiliki kewenangan. Sehingga pemerintah membuat Program Festival Cisadane yang di dasarkan atas kegiatan Peh Cun, dan kegiatan tersebut bisa Pemerintah Kota kembangkan bukan hanya mengangkat kebudayaan peranakan Tionghoa melainkan kebudayaan yang terdapat pada Kota Tangerang. Walaupun tidak bisa dipungkiri keberhasilan dari Strategi ini, namun masih kurang tepat dilaksanakan terkait pengembangan destinasi pariwisata pada kawasan pecinan.

Dari hasil perhitungan analisis SWOT, nilai terbesar terdapat pada Kuadran I yaitu Strategi Agresif. Jadi strategi yang tepat untuk dilaksanakan dalam pengembangann destinasi pariwisata pada kawasan pecinan Kota

Tangerang adalah Strategi SO. Yaitu, strategi yang menggunakan kekuatan kawasan pecinan seperti banyaknya potensi wisata sejarah, budaya, dan agama serta kawasan pecinan ini yang terletak pada kawasan pasar lama yang memiliki nilai tinggi sebagai pusat kuliner. Untuk memanfaatkan peluang pada kawasan ini yaitu program-program pendukung yang ada pada kawasan pecinan seperti taman-taman tematik dan juga kegiatan festival seperti festival Cisadane dan Culinary night. Sehingga menciptakan sebuah strategi yang dapat mengembangkan kawasan pecinan sebagai destinasi pariwisata unggulan di Kota Tangerang.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Pecinan di Kota Tangerang maka peneliti mencoba memberikan saran alternatif strategi dari hasil penelitian agar dapat membantu dalam melaksanakan pengembangan Pariwisata di Kawasan Pecinan adalah sebagai berikut :

1. menggali kembali potensi-potensi yang masih terpendam dalam pada kawasan seperti terdapatnya rumah-rumah tua yang memiliki nilai sejarah sendiri seperti salah satu rumah tua yang terdapat pada kawasan pecinan yang merupakan rumah pengerang novel silat kuno OKT (Oey Kim Tang) yang sangat terkenal pada masanya.
2. Serta memanfaatkan kondisi wilayah pasar lama yang merupakan salah satu jalur perlintasan dengan mengembangkan wilayah dengan perak pernik dan dekorasi dengan corak khas Tionghoa sehingga para pemakai jalan merasa

tertarik untuk dapat singgah sejenak dan bisa mengunjungi objek-objek wisata ada terdapat pada sekitar kawasan.

3. Mengembangkan manajemen pelayanan pada objek-objek pariwisata dengan mengadakan pemandu yang bisa memandu para wisatawan untuk menunjukan dan memberikan informasi seputar objek-objek wisata yang ada.
4. Pengembangan program-program yang menggunakan keunikan kawasan pecinan seperti festival budaya yang bercorak Tionghoa pada lokasi sehingga banyak diadakan kegiatan wisata kebudayaan yang tidak tergantung pada hari-hari khusus keagamaan saja seperti cap go meh.
5. Pengembangan sarana dan prasarana pendukung kegiatan wisata yang belum tersedia pada kawasan seperti lahan parkir, WC umum, dan lahan kegiatan aktivitas belanja dan kuliner yang banyak di lakukan pada kawasan pecinan. serta melakukan penataan pada pedagang sehingga kawasan lebih tertata.
6. Dan yang paling utama pengembangan pada kawasan pecinan itu sendiri. Salah satunya dengan mengembangkan kawasan sebagai kawasan kota lama sehingga ciri khas kawasan pecinan yang memiliki bangunan-bangunan tua bisa dimanfaatkan. Lalu selanjutnya bisa menyelaraskan wisata kuliner pasar lama yang berada tepat pada kawasan pecinan dengan wisata kota lama yang akan dikembangkan pada kawasan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: PT Indeks.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2000. *Kelenteng Kuno di DKI Jakarta dan Jawa Barat*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Fred R. David .2010. *Strategic Management*. Jakarta: Selemba Empat
- Fuad, Anis dan Nugroho Kandung. 2012. *Panduan Praktis Peneliti Kualitatif*. Serang: FISIP Untirta Press.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko. T. Hani. 2011. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE. Hasibuan, 2011:2
- Hasibuan, Malayu S.P., 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Heuken, Adolf. (1997). *Tempat-tempat Bersejarah di Jakarta*. Jakarta: Yayasan Loka Cipta Caraka
- Hunger, David. J & Thomas L. Wheelen. 2003 *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2012. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- J.A. Muljadi. 2012. *Pariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Mangkuprawira, Tb. Sjafrli. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Marr, B (2006). *Strategic Performance Management: Laveraging an Measuring Your Intangible Value Drivers*. Berlington USA: Elsevier

- Moleong, L. J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. 2000. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Oliver, S. 2007. *Strategic Public Relations*. Jakarta : Erlangg
- Pearce and Robbins, 2011. *Manajemen Strategi – Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat
- Pitana, IG & Diarta, IKS 2009, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, S. 2010. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Simatupang, V. 2009. *Pengantar Hukum Kepariwisata Indonesia*. Bandung : PT. Alumni
- Sammeng, A. M. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka Yohanes, Y. 2006. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Siagian, Sondang P. 2008. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2011. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2011. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Warpani. Suwardjoko, P dan Warpani, P. Indira, 2006, *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*, Institut Teknologi Bandung

William R. King dan David I. Cleland. 1978. *Strategic Planning and Policy*, Van Nostrand Reinhold, 178, New York.

Yohanes. Yahya. 2006. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Yuanzhi, Kong Y. *Silang Budaya Tiongkok Indonesia*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer. 2005

PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Perda Kota Tangerang Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Tangerang Tahun 2014-2018

Perda Kota Tangerang Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Tangerang Tahun 2012-2032

PP No. 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pengembangan Kepariwisataaan Tahun 2010-2025

Pusdatin Kemenprekraf & BPS Tahun 2015. Perkembangan Wisatawan Mancanegara Tahun 2010-2015

UU No. 32 tahun 2004 mengenai Otonomi Daerah

Peraturan Daerah Provinsi Banten Nomor 9 Tahun 2005 Tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Provinsi Banten

Sumber Lain

UNWTO Tourism Highlights. 2014. *UNWTO World Tourism Barometer*. Jan.

2015: WTTC. Jan 2015

Saghita, Novia. 2011. *Alternatif Strategi Pengelolaan Pariwisata Pulau Untung*

Jawa Melalui Pendekatan Analisis SWOT. Serang: Universitas Sultan

Ageng Tiryayasa.

Yunita. 2015. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa Sawarna Kecamatan*

Bayah Kabupaten Lebak. Serang: Universitas Sultan Ageng Tiryayasa.

Henry. 2008. *Studi Potensi Lanskap Sejarah Kawasan Pecinaan Glodok Jakarta*

Sebagai Kawasan Wisata Sejarah. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

<https://arulmtp.wordpress.com/2008/08/03/analisa-swot-sebagai-alat-perumusan-strategi/>

<http://zahracreative93.blogspot.com/2013/06/analisis-swot-pln.html>