

**STUDI KETERKAITAN ANTAR OBYEK WISATA DALAM
RANGKA PEMBENTUKAN *CLUSTER* WISATA DI WILAYAH
PENGEMBANGAN PARIWISATA (WPP) A
KABUPATEN MAGELANG**

Tugas Akhir

Penyusun :
ERMAWATI DYAH PRASETYO
L2D 000 421



**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2004**

ABSTRAKSI

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan andil besar terhadap pertumbuhan wilayah. Berbagai potensi obyek wisata di suatu wilayah selayaknya dikembangkan untuk menciptakan sinergi bukan ketimpangan, seperti masalah disparitas kunjungan antar obyek wisata. Dalam perencanaan pengembangan pariwisata wilayah, masing-masing obyek wisata tidak dapat tumbuh sendiri terpisah dengan yang lain. Obyek yang telah maju atau berkembang diupayakan untuk memberikan stimulasi terhadap obyek wisata lain di sekitarnya yang belum maju/berkembang. Untuk itu sebagai langkah efisiensi dalam menciptakan pertumbuhan kepariwisataan wilayah, maka diperlukan penerapan konsep **clustering**. Cluster wisata merupakan upaya mengelompokkan obyek-obyek wisata berdasarkan pada kesamaan karakter atraksi wisata, keterkaitan antar obyek berdasarkan tinjauan komponen wisata, serta geografis kawasan. Sebagai pendukung pertumbuhan cluster wisata diperlukan penyediaan fasilitas penunjang wisata pada kawasan optimal yang mampu memberikan layanan terhadap wisatawan yang berkunjung ke wilayah pariwisata tersebut.

Candi Borobudur adalah salah satu aset wisata internasional yang terletak di WPP (Wilayah Pengembangan Pariwisata) A Kabupaten Magelang dengan jumlah kunjungan lebih dari dua juta wisatawan per tahun, dalam pertumbuhannya belum sepenuhnya menunjukkan keterpaduan dengan obyek-obyek wisata di sekitarnya. Wisatawan yang berkunjung ke WPP A, lebih dari 90% terserap ke obyek wisata Candi Borobudur, sedangkan kunjungan ke obyek-obyek wisata di sekitar candi ini masih relatif kecil. Hal ini menunjukkan bahwa keterkaitan antar obyek wisata yang terbentuk melalui penciptaan kontinuitas kunjungan masih relatif rendah. Untuk itu sebagai upaya menciptakan pertumbuhan dan keterpaduan wisata WPP A melalui pengembangan potensi obyek-obyek wisata sebagai langkah penciptaan kontinuitas kunjungan untuk memperpanjang lama tinggal wisatawan, **maka diperlukan studi keterkaitan antar obyek wisata dalam rangka pembentukan cluster wisata**. Dengan demikian satu hal yang perlu dicari jawabannya adalah bagaimana kondisi keterkaitan yang terbentuk antar obyek wisata sebagai dasar pembentukan cluster wisata di WPP A?

Untuk pencapaian output studi ini akan digunakan **analisis deskriptif kualitatif** dan **distribusi frekuensi** untuk mendeskripsikan/menjelaskan kondisi penunjang terbentuknya keterkaitan antar obyek melalui tinjauan komponen wisata yang meliputi pasar wisata (wisatawan), atraksi wisata, ketersediaan sarana prasarana, transportasi kawasan, dan pemasaran wisata. **Analisis skoring** digunakan untuk mengetahui kondisi keterkaitan antar obyek wisata WPP A berdasarkan komponen wisata tersebut. Selanjutnya juga akan digunakan analisis keruangan berupa penentuan **mean centre** dan **standard distance** untuk mengetahui lokasi pusat pelayanan fasilitas penunjang wisata dan jangkauan pelayanannya.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka **keterkaitan kuat** hanya terbentuk antara Candi Borobudur dengan Candi Mendut, **keterkaitan sedang** terbentuk antara Candi Borobudur dengan Candi Pawon, Candi Pawon dengan Candi Mendut, dan Candi Mendut dengan Taman Anggrek. Sedangkan hubungan yang lainnya masih membentuk keterkaitan yang lemah. Dari kondisi keterkaitan dan mendasarkan pada beberapa pertimbangan yaitu kesamaan karakter atraksi wisata dan geografis obyek (letak obyek wisata) maka di WPP A dapat dibentuk dua alternatif pengembangan cluster. **Alternatif I berupa cluster wisata budaya, wisata alam, dan wisata buatan**. Cluster wisata budaya terdiri dari obyek wisata Candi Borobudur, Candi Pawon, Candi Mendut, kawasan perdesaan di sekitar rute gajah, Museum Wayang, Museum H. Widayat, Taman Rekreasi Mendut, dan Taman Anggrek dengan pusat pelayanan fasilitas wisata (**mean centre**) terletak di kawasan sekitar Candi Borobudur. Untuk wisata buatan terdiri dari Taman Anggek, Taman rekreasi Mendut, Museum Wayang, Candi Mendut, pembibitan ikan Ngrajeg, dan kompleks silver shop, dengan pusat pelayanan fasilitas (**sub mean centre**) terletak di kawasan sekitar pembibitan ikan Ngrajeg. Wisata alam meliputi Desa Wisata Candirejo, Watu Kendil, tracking Pegunungan Menoreh, sisir Sungai Sileng dan Progo, serta industri kerajinan tangan daun bambu dan pandan, dengan pusat pelayanan aktifitas wisata (**sub mean centre**) di lingkungan Desa Candirejo. **Cluster alternatif II** merupakan pengembangan atau penggabungan dari cluster-cluster yang telah terbentuk dari Alternatif I. **Cluster pada Alternatif II meliputi cluster wisata budaya, cluster wisata budaya-alam, dan cluster wisata budaya-buatan**. Untuk menunjang perkembangan masing-masing **cluster** pada Alternatif II ini, maka akan tetap mempertahankan keberadaan **mean centre** ataupun **sub mean centre** dari Alternatif I, sebagai pusat penyediaan pelayanan fasilitas penunjang wisata

*Key Words: **Keterkaitan antar obyek wisata dan cluster wisata.***

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk di dalamnya pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Sedangkan definisi wisata sendiri adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata (Pendit, 1994:16).

Dalam pengembangan kepariwisataan wilayah perlu memperhatikan potensi obyek-obyek wisata atau daya tarik wisata yang dimiliki, karena terkait dengan *supply* wisata. Dengan *supply* yang optimal akan mempengaruhi peningkatan *demand* wisata. Obyek-obyek wisata ini akan lebih efektif pengembangannya jika dilakukan secara bersama-sama, obyek wisata unggulan diharapkan akan menginduksi obyek wisata sekitarnya yang belum maju, sehingga kesemuanya akan terpadu membentuk suatu wilayah pariwisata yang maju. Untuk itu keterkaitan yang terbentuk antar obyek wisata merupakan faktor yang mendukung pencapaian tujuan tersebut. Obyek-obyek wisata yang secara spasial berdekatan dan berkarakter atraksi sama, akan dikelompokkan menjadi satu (*clustering*) agar lebih efektif dalam penyediaan fasilitas pendukung wisata. Dengan demikian, dalam pengembangan pariwisata untuk memperlama masa tinggal wisatawan, sangat penting apabila keberadaan obyek-obyek wisata di suatu wilayah diupayakan untuk berkembang secara bersama dan tidak terpisah-pisah, sehingga dalam pertumbuhannya tidak tercipta kesenjangan antar obyek.

Perkembangan pariwisata Indonesia telah dimulai sejak masa penjajahan Belanda. Berbagai keanekaragaman potensi wisata yang dimiliki mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Salah satu aset wisata Indonesia yang menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara adalah wisata budaya peninggalan sejarah berupa Candi Borobudur yang terletak di Kabupaten Magelang.

Dalam kerangka pengembangan wilayah, pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Magelang dibagi ke dalam tujuh Wilayah Pengembangan Pariwisata (WPP). Rencana Perwilayahan Pariwisata Kabupaten Magelang yang tertuang dalam Rencana Induk Pariwisata selengkapnya dapat dilihat pada **Tabel I.1** dan **Peta I.1**.

TABEL I.1
TABEL RENCANA PERWILAYAHAN PARIWISATA
KABUPATEN MAGELANG

WPP	Cakupan Wilayah	ODTW	Pusat Pelayanan	Basis Pengembangan Produk
A	Kec. Borobudur, sebagian Kec. Mungkid, dan sebagian Kec. Muntilan	C. Borobudur, C. Mendut, C. Pawon, Museum Wayang, Museum H. Widayat, Taman Anggrek, TR. Mendut, Desa Wisata Candirejo, dan arung jeram Kali Progo dan Elo.	Borobudur	Pengembangan produk wisata bertumpu pada wisata budaya peninggalan sejarah dan pengembangan wisata ekologi-budaya pedesaan sebagai pendukung.
B	Sebagian Kec. Mungkid, sebagian Kec. Muntilan, Kec. Salam, Kec. Ngluwar, Kec. Mertoyudan, dan Kec. Candimulyo	Makam Gunungpring, C. Ngawen, C. Gunung Wukir, C. Canggal, Makam Vanlith, Pemandian Blambangan, Kerajinan Pahat Batu Prumpung, Taman Aquarium, Kerajinan Kaleng, Ancol, Makam Cina, Pondok Pesantren Pabelan	Mungkid	Pengembangan produk bertumpu pada wisata budaya spiritual dan pengembangan wisata kerajinan rakyat sebagai pendukung.
C	Kec. Sawangan, Kec. Dukun, Kec. Srumbung, sebagian Kec. Pakis	Jurang Jero, Pos Pengamatan Babadan, Agrowisata Salak Nglumut, Dataran Tinggi Keteb, Air Terjun Kedung Kayang, C. Asu, C. Pendem, C. Lumbang, dan Kerajinan Kaleng	Sawangan	Pengembangan bertumpu pada wisata alam geologi vulkanik dan pengembangan agrowisata sebagai pendukung.
D	Kec. Galang, sebagian Kec. Pakis, Kec. Ngablak	Agrowisata Losari, Pemandian Candi Umbul, Telaga Blender, Air Terjun Sekar Langit, Air Terjun Tlogorejo, Air Terjun Seloprojo, Makam Sunan Geseng	Grabag	Bertumpu pada pengembangan wisata alam tirta dan agrowisata sebagai pendukung
E	Kec. Salaman, dan Kec. Tempuran	Goa Lawa, Goa P. Diponegoro, Langgar Agung P. Diponegoro, Agrowisata Bukit Menoreh, Kerajinan Kaleng	Salaman	Bertumpu pada wisata sejarah dan pengembangan wisata budaya peninggalan sejarah sebagai pendukung
F	Kec. Secang, Kec. Tegalrejo, Kec. Windusari, Kec. Bandongan	Pemandian Kali Bening, C. Selogriyo, Kerajinan Tanduk Pucang	Secang	Bertumpu pada wisata tirta dan pengembangan wisata budaya peninggalan sejarah sebagai pendukung
G	Kec. Kaliangkrik, Kec. Kajoran, dan Kec. Windusari	Treking G. Sumbing, Air Terjun Curug Silawe	Kaliangkrik	Bertumpu pada wisata alam petualangan dan pengembangan wisata tirta sebagai pendukung.

Sumber: Rencana Induk Kabupaten Magelang, 2001

Dari rencana pembagian WPP di atas, pengkajian dalam studi ini difokuskan pada WPP A, karena dalam pengkajian ini keberadaan Candi Borobudur sebagai *core* pengembangan pariwisata kawasan terletak di WPP A. Dalam pembagian perwilayahan pariwisata ini, wilayah cakupan WPP A meliputi Kecamatan Borobudur, sebagian Kecamatan Mungkid, dan sebagian Kecamatan Muntilan.

Upaya pengembangan terpadu obyek-obyek wisata WPP A sejauh ini terlihat masih kurang optimal untuk mendukung tumbuhnya kepariwisataan wilayah. Kondisi itu menyebabkan kunjungan wisatawan ke WPP A terkonsentrasi hanya di obyek wisata Candi Borobudur. Dari data Statistik Dinas Pariwisata Kabupaten Magelang tahun 2002, menunjukkan bahwa pada tahun 1999 persentase kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara ke Candi Borobudur sebesar 92,6% dari jumlah total kunjungan WPP A, kemudian pada tahun 2000, persentase kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur mengalami kenaikan menjadi sebesar 93,6%.

Adanya disparitas jumlah kunjungan ke obyek-obyek wisata WPP A memberikan gambaran bahwa keterkaitan antar obyek wisata di WPP A masih relatif rendah. Setelah mengunjungi Candi Borobudur hanya sedikit wisatawan yang melakukan kunjungan ke obyek wisata lainnya di WPP A. Selain dari faktor kunjungan, rendahnya keterkaitan dapat ditunjukkan dengan kurangnya upaya pengembangan wisata dalam bentuk paket-paket wisata.

Candi Borobudur merupakan obyek wisata bertaraf internasional yang masuk ke dalam tujuh keajaiban dunia, memiliki potensi berupa jangkauan pasar yang luas (lokal-nasional-internasional), dan memiliki nilai jual tinggi dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara/domestik lebih dari dua juta per tahun¹. Berdasarkan pada potensi ini, seharusnya keberadaan Candi Borobudur dapat dimanfaatkan sebagai magnet yang menarik wisatawan untuk datang ke WPP A Kabupaten Magelang, sekaligus dapat difungsikan sebagai *distribution core* kunjungan wisatawan. Wisatawan yang datang ke Candi Borobudur, selanjutnya dapat didistribusikan ke obyek-obyek wisata disekitarnya.

Pengembangan pariwisata diupayakan untuk menciptakan *multiplier effect* baik secara langsung dan tidak langsung, seperti yang termaktup dalam UU RI No. 9 tahun 1990 tentang tujuan pengembangan pariwisata yaitu untuk meningkatkan devisa negara, memperluas kesempatan kerja dan usaha, mendorong pembangunan daerah, serta mengenalkan alam dan budaya bangsa, juga seperti yang dituliskan Pendit bahwa pariwisata menampilkan peranannya dalam memberikan kontribusi terhadap kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya bangsa Indonesia. Maka untuk mencapai tujuan tersebut perlu dilakukan upaya pengembangan obyek-obyek wisata di WPP A Kabupaten Magelang. Dalam menciptakan efisiensi pengembangan kepariwisataan WPP A dapat dilakukan

¹ Pada tahun 2002 jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Candi Borobudur sebanyak 2.106.327, sedangkan jumlah kunjungan total wisatawan ke WPP A sebanyak 2.217.122 jiwa.