

**PRIORITAS PENGEMBANGAN OBYEK-OBYEK WISATA AIR
DI KAWASAN RAWA PENING KABUPATEN SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Oleh:

AGNES YULIASRI W.

L2D 098 404



**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2005**

ABSTRAK

Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah merencanakan Kawasan Rawa Pening untuk dikembangkan sebagai Pusat Pariwisata Jawa Tengah, khususnya pengembangan ke arah pariwisata alam dengan berbasis pada daya tarik dan potensi lokal. Ini sesuai dengan kedudukan pariwisata Jawa Tengah sebagai daerah Tujuan Wisata (DTW) dengan keharmonisan budaya dan alam. Kawasan Rawa Pening sebagian besar berupa kawasan perairan dan cukup banyak masyarakat sekitar yang bermatapencaharian di bidang perikanan yang dapat menunjang terselenggaranya kegiatan wisata air. Dengan memperhatikan potensi Kawasan Rawa Pening, maka perlu dilakukan suatu usaha diversifikasi atraksi yang ditawarkan kepada wisatawan, yaitu dengan menambah atraksi-atraksi baru dan memadukannya dengan sumber daya lainnya dalam satu kawasan

Usaha pengembangan pariwisata yang dapat dilakukan antara lain adalah usaha pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa pening Kabupaten Semarang, yaitu dengan menonjolkan atraksi wisata sesuai dengan potensi kawasan dan menarik wisatawan untuk berinteraksi secara langsung dengan alam, tidak hanya sekedar melihat pemandangan alam saja, melainkan melihat, melakukan sesuatu, dan membeli atau memperoleh sesuatu. Atraksi wisata air di Indonesia ternyata masih belum digali dan dikaji cara-cara penanganannya dan penyediaan komponen pendukungnya secara optimal oleh pemerintah di Indonesia, padahal banyak kawasan, termasuk Kawasan Rawa Pening di Kabupaten Semarang. Usaha pengembangan ini dilakukan dengan cara mengkaji secara komprehensif mengenai usaha pengembangan atraksi wisata air di kawasan tersebut. Dalam rangka mengembangkan Kawasan Rawa Pening menjadi daerah tujuan yang menarik, perlu disusun suatu rencana yang menyeluruh, baik mengenai penyediaan komponen-komponen pendukung berupa sarana dan prasarana, bentuk pengelolaan, serta wujud keterlibatan pemerintah daerah, swasta, dan masyarakat lokal dengan memperhatikan potensi-potensi yang dimiliki, baik potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia.

Adapun teknik analisis yang akan digunakan yaitu untuk identifikasi kondisi eksisting menggunakan analisis SWOT. Untuk mengetahui situasi awal pengembangan atraksi wisata air menggunakan metode analisis Boston Consulting Group (BCG) dengan menggunakan variabel penentu pertumbuhan produk wisata dan pasar wisata Kawasan Rawa Pening. Menganalisis sisi permintaan wisata dengan menggunakan metode A Priori Segmentation untuk menentukan segmen-segmen wisatawan yang mengindikasikan karakteristik wisatawan. Untuk mengetahui sisi penawaran menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Prioritas pengembangan disusun berdasarkan analisis penilaian atraksi wisata air berdasarkan penawaran dan permintaan produk wisata dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif berdasarkan analisis sebelumnya.

Penilaian atraksi wisata air berdasarkan tingkat kepuasan wisatawan terhadap atraksi wisata eksisting, kesesuaian antara permintaan dengan atraksi yang ditawarkan serta penilaian produk wisata yang dibutuhkan untuk mendukung pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening sesuai dengan permintaan wisatawan menghasilkan prioritas-prioritas pengembangan ditiap-tiap usulan lokasi, yaitu Sub-Kawasan Lopait, Bukit Cinta, dan Muncu. Prioritas-prioritas tersebut tidak hanya atraksi wisata namun juga prioritas produk-produk wisata lain, yaitu fasilitas, sarana prasarana, dan sebagainya. Atraksi wisata air yang menjadi prioritas pengembangan adalah kegiatan rekreasi seperti bersantai menikmati pemandangan, berperahu, memancing, sepeda air, berenang, sedangkan atraksi olahraga air antara lain dayung, jet ski, ski air, dan kano. Prioritas pengembangan obyek-obyek wisata di Rawa Pening khususnya mengenai atraksi wisata air dan produk pendukungnya ini dapat diterapkan dalam usaha pengembangan Kawasan Rawa Pening menjadi pusat pariwisata alam di Jawa Tengah dengan keunggulan produk wisata serta memiliki daya saing kuat dengan obyek wisata lainnya baik oleh pemerintah, khususnya Bappeda dan Dinas Pariwisata, lembaga-lembaga terkait, maupun pihak swasta .

Keywords : *Obyek Wisata Air, Atraksi Wisata Air, Penawaran Produk Wisata, Permintaan Produk Wisata, Prioritas Pengembangan, Kawasan Wisata Rawa Pening.*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu upaya pengembangan industri pariwisata dapat dilakukan dengan cara pengembangan atraksi wisata di suatu kawasan sebagai daya tarik wisata. Pengembangan atraksi wisata ini tentunya direncanakan dan dilakukan sesuai dengan potensi dan kemampuan daerah untuk menyusun rencana dan mengelola secara optimal sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Suatu tempat atau kawasan wisata di suatu daerah baiknya memiliki beraneka warna ragam atraksi, baik itu merupakan atraksi keindahan alam, keagungan manifestasi kebudayaan, pusat perekonomian, maupun atraksi lengkap yang dalam keseluruhannya merupakan daya tarik kuat bagi para wisatawan dari segala pelosok, dalam maupun luar negeri.

Salah satu alternatif pengembangan atraksi wisata dan dapat dijadikan pilihan para wisatawan sebagai Daerah Tujuan Wisata untuk dinikmati khususnya di daerah Jawa Tengah adalah atraksi wisata air yang terkait dengan pariwisata alam. Pada umumnya, menurut hasil pengamatan, penyelidikan serta pengalaman di masa-masa lampau, wilayah pariwisata yang baik dikunjungi adalah daerah yang digolongkan ke dalam Daerah Tujuan Wisata yang tergantung atas alam, yaitu tempat-tempat untuk berlibur, beristirahat, dan rekreasi guna kesehatan badan jasmani maupun rohani (Pendit, 1999:73).

Atraksi wisata air yang berbasis pada potensi perairan dapat dijadikan salah satu usaha diversifikasi atraksi yang dapat ditawarkan kepada konsumen, dalam hal ini para wisatawan, sebagai bentuk atraksi yang mengajak wisatawan tidak hanya datang ke suatu kawasan wisata untuk melihat pemandangan saja, tetapi juga menikmati dan melakukan kegiatan-kegiatan yang ditawarkan di dalam kawasan wisata tersebut.

Jawa Tengah sebagai salah satu destinasi wisata turut menikmati maraknya perkembangan industri pariwisata baik dalam bentuk kunjungan wisatawan, usaha pariwisata serta penerimaan devisa dan perputaran kegiatan ekonomi dari kegiatan pariwisata. Sebagai salah satu Daerah Tujuan Wisata, dalam rangka mendukung tercapainya tujuan pengembangan kepariwisataan Indonesia, Jawa Tengah telah melakukan berbagai kegiatan pembangunan pariwisata, antara lain berupa penyediaan prasarana dan sarana pariwisata, pembinaan, penyuluhan, promosi, pemasaran pariwisata, dan juga usaha pengembangan kegiatan wisata sesuai dengan potensi pariwisata yang dimiliki baik berupa sumber keanekaragaman objek dan atraksi wisata sehingga dapat meningkatkan daya tarik pariwisata Jawa Tengah.

Secara bertahap Pemda Propinsi Jawa Tengah mengembangkan kepariwisataan di wilayah ini, dengan melibatkan swasta dan masyarakat sebagai *stakeholder* pembangunan. Melalui kebijakan pembangunan kepariwisataannya telah ditetapkan kedudukan pariwisata Jawa Tengah, yaitu sebagai daerah tujuan wisata dengan keharmonisan budaya dan alam, dengan tawaran produk bagi wisatawan nusantara bergolongan ekonomi menengah serta wisatawan mancanegara yang memiliki minat budaya (Diparta Propinsi Jawa Tengah, 2001). Dari kedudukan tersebut diupayakan berbagai program pengembangan produk pariwisata yang terkait dengan budaya dan alam. Jika dilihat dari banyaknya Daerah Tujuan Wisata yang terdapat di Kabupaten Semarang, tidaklah salah apabila fokus utama pengembangan pariwisata Jawa Tengah ditujukan kepada Kabupaten Semarang. Kabupaten Semarang memiliki beberapa Daerah Tujuan Wisata yang berpotensi, antara lain yaitu objek wisata Bandungan, Candi Gedong Songo, Museum Kereta Api Ambarawa, Agro Wisata Tlogo, Benteng Pendem, serta Kawasan Rawa Pening (Pemerintah Kabupaten Semarang, 2001).

Salah satu wilayah di Jawa Tengah yang perlu dikembangkan dan mempunyai potensi tinggi adalah Kawasan Rawa Pening di Kabupaten Semarang dengan basis pengembangan pada daya tarik dan potensi lokal. Hal ini didukung dengan adanya kebijaksanaan Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah yang merencanakan Kawasan Rawa Pening akan dikembangkan sebagai Pusat Pariwisata Jawa Tengah, khususnya pengembangan ke arah pariwisata alam (Diparta Propinsi Jawa Tengah, 2001). Keberadaan Kawasan Rawa Pening di tengah *triangle* Yogya-Semarang-Solo membuat kawasan ini memiliki kekuatan strategis dan potensial untuk dikembangkan melalui kegiatan pariwisata.

Kawasan Rawa Pening merupakan salah satu Daerah Tujuan Wisata yang memiliki beragam atraksi wisata, baik yang bersifat alami maupun buatan manusia dan hingga saat ini, kawasan wisata tersebut belum dikelola secara optimal dan profesional oleh pemerintah. Dalam rangka mengembangkan Kawasan Rawa Pening menjadi daerah tujuan wisata yang menarik, perlu disusun suatu rencana yang menyeluruh, baik mengenai penyediaan komponen-komponen pendukung berupa sarana dan prasarana wisata, bentuk pengelolaan, serta wujud keterlibatan pemerintah daerah, swasta, dan masyarakat lokal dengan memperhatikan potensi-potensi yang dimiliki, baik potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Dengan memperhatikan potensi Kawasan Rawa Pening, maka perlu dilakukan suatu usaha diversifikasi atraksi wisata yang ditawarkan kepada wisatawan, yaitu dengan menambah atraksi-atraksi baru dan memadukannya dengan sumber daya wisata lainnya dalam satu kawasan yang memiliki keunggulan dan daya saing dengan produk-produk wisata yang telah ada, baik di kawasan tersebut maupun di kawasan wisata daerah lain. Untuk konsumsi wisatawan selain terpelihara keasliannya perlu diciptakan variasi obyek dan atraksi yang akan dijual. Hal tersebut sangat penting dalam pengembangan produk

(*product development*) dalam industri kepariwisataan. Pengembangan dan pengelolaan produk yang berkualitas akan memberikan nilai daya tarik sendiri bagi potensi pasar wisatawan yang tengah tumbuh pesat dengan karakter spesifik.

Potensi alami yang dimiliki salah satunya yaitu pemandangan rawa yang sekaligus dapat dimanfaatkan sebagai lokasi kegiatan wisata air, sehingga wisatawan dapat berinteraksi secara langsung dengan alam, tidak hanya sekadar melihat atau menikmati keindahan pemandangan alam saja, melainkan melihat, melakukan sesuatu, dan membeli atau memperoleh sesuatu. Atraksi wisata air dilihat sebagai jenis atraksi yang sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh Kawasan Rawa Pening yang sebagian besar berupa kawasan wisata air dan cukup banyak pula masyarakat sekitar kawasan yang bermatapencarian di bidang perikanan dan mengelolanya secara tradisional yang dapat menunjang terselenggaranya kegiatan wisata air, misalnya memancing (Diparta Propinsi Jawa Tengah, 2001). Apabila pemerintah mampu merangkul masyarakat bersama-sama dengan pihak swasta untuk mengelola dan mengembangkan wisata air di kawasan Rawa Pening maka kawasan tersebut akan mampu berkembang menjadi salah satu unggulan dan potensi pariwisata bagi Kabupaten Semarang.

Pemilihan Kawasan Rawa Pening untuk dikembangkan sebagai kawasan dengan atraksi wisata air didukung dengan kondisi kawasan yang berupa danau dengan pemandangan alam dan kurang tersedianya obyek wisata dengan atraksi wisata air di Jawa Tengah padahal atraksi tersebut dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan menikmati atraksi tersebut. Oleh karena itu pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening ini diharapkan mampu mengembangkan pariwisata di Kabupaten Semarang dan menjadi salah satu alternatif usaha diversifikasi atraksi sehingga memperkaya ragam atau jenis atraksi yang ditawarkan kepada wisatawan.

Dilatarbelakangi oleh berbagai kondisi dan situasi kawasan pariwisata tersebut diatas, maka perlu dilakukan suatu studi pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang sebagai bagian dari usaha pengembangan pariwisata Jawa Tengah sehingga semakin mendukung aktivitas industri pariwisata serta memberikan ciri khas tersendiri yang dapat menjadi nilai tambah bagi sektor pariwisata untuk mengundang para wisatawan.

1.2 Rumusan Permasalahan

Masalah yang dapat diangkat dalam penelitian mengenai pengembangan pariwisata di Kawasan Rawa Pening ini adalah sebagai berikut:

1. Wisatawan sebagai konsumen pasar wisata menjadi salah satu faktor penentu pengembangan produk wisata. Dengan memperhatikan permintaan wisatawan maka efektifitas serta efisiensi usaha pengembangan dapat dilakukan. Namun permintaan pasar wisata kadang masih belum diperhatikan, dalam hal ini adalah permintaan para wisatawan yang dapat mempengaruhi

penyediaan atraksi wisata air pada khususnya dan atraksi wisata secara keseluruhan pada umumnya di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang.

2. Belum dikembangkannya Kawasan Rawa Pening secara optimal sesuai dengan potensi yang dimiliki, baik potensi alam maupun buatan, serta sesuai dengan perkembangan jaman yang mempengaruhi minat dan permintaan dari para wisatawan akan kebutuhan penyediaan suatu atraksi wisata lengkap dengan komponen-komponen pendukungnya oleh pemerintah dan pihak-pihak terkait. Salah satu potensi yang dimiliki Kawasan Rawa Pening ini yaitu dikembangkannya jenis wisata air yang cukup diminati oleh wisatawan sebagai pihak konsumen. Jenis wisata air di Indonesia masih belum digali dan dikaji cara-cara penanganannya dan penyediaan komponen pendukungnya secara optimal oleh pemerintah di Indonesia, padahal banyak kawasan wisata, termasuk Kawasan Rawa Pening di Kabupaten Semarang, yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata, khususnya wisata air.
3. Usaha pengembangan tentu tidak terlepas dari adanya berbagai masalah yang menjadi kendala serta ancaman. Kendala dan ancaman tersebut perlu diidentifikasi agar dapat diatasi atau diminimalisasi dampak-dampaknya terhadap usaha pengembangan kawasan atraksi wisata air di Rawa Pening. Untuk itu, kendala dan ancaman yang muncul harus diperhatikan dalam usaha pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang.

Dari rumusan masalah diatas maka dapat dikatakan yang menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini yaitu “atraksi wisata air yang seperti apakah yang paling sesuai untuk dikembangkan di Kawasan Rawa Pening sesuai dengan potensi dan peluang yang dimiliki tanpa mengabaikan kendala dan ancaman yang dapat menghambat usaha pengembangan kawasan tersebut”.

1.3 Tujuan dan Sasaran

1.3.1 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah menyusun prioritas pengembangan di obyek-obyek wisata air Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang sebagai salah satu bentuk diversifikasi atraksi yang ditawarkan kepada wisatawan.

1.3.2 Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai dalam studi ini antara lain yaitu:

1. Mengidentifikasi potensi, peluang, kendala, dan ancaman yang dihadapi dalam rangka pengembangan atraksi wisata air kawasan wisata Rawa Pening dengan menggunakan alat analisis SWOT.

2. Menganalisa situasi awal pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening berdasarkan pertumbuhan produk dan kondisi pasar wisata dengan menggunakan alat analisis *portofolio* dengan metode *Boston Consulting Group*.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi input proses analisa yang dilihat dari sisi permintaan wisata yaitu faktor-faktor yang dilihat dari indikator sosio-ekonomis/demografis, tujuan perjalanan, geografis, produk wisata, motivasi, persepsi dan harapan wisatawan kawasan wisata Rawa Pening dengan menggunakan alat analisis *A Priori Segmentation*.
4. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi input proses analisa yang dilihat dari sisi penawaran wisata yaitu karakteristik kawasan wisata khususnya kawasan wisata yang dapat digunakan sebagai lokasi pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening serta pengelolaan eksistingnya dalam kawasan tersebut dengan menggunakan alat analisis deskriptif kualitatif.
5. Menganalisa penilaian atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening berdasarkan permintaan dan penawaran wisata sebagai acuan menyusun prioritas pengembangan dengan alat analisis deskriptif kualitatif.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembahasan studi ini dibatasi pada 2 (dua) ruang lingkup, yaitu ruang lingkup spasial (wilayah) dan ruang lingkup substansial (materi).

1.4.1 Ruang Lingkup Spasial (Wilayah)

Secara spasial, ruang lingkup studi penelitian ini diorientasikan pada Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang, Propinsi Jawa Tengah sebagai ruang lingkup makro, yang secara administrasi geografis Kabupaten Semarang ini berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Kota Semarang
- Sebelah Timur : Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Boyolali
- Sebelah Selatan : Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Magelang
- Sebelah Barat : Kabupaten Temanggung dan Kabupten Kendal

Kawasan Wisata Rawa Pening terletak pada pertengahan jalur Semarang-Surakarta kurang lebih 40 km dari Kota Semarang dan 60 km dari Kota Surakarta dengan luas kawasan kurang lebih 885 ha. Secara fisik Kawasan Rawa Pening ini berada di 4 (empat) wilayah kecamatan, meliputi Kecamatan Banyubiru, Kecamatan Tuntang, Kecamatan Bawen, dan Kecamatan Ambarawa. Untuk lebih jelasnya, peta administrasi Kabupaten Semarang dapat dilihat dalam gambar 1.1.

Kawasan wisata Rawa Pening ini dibagi menjadi 6 (enam) sub kawasan, yaitu : Sub-Kawasan Tlogo, Sub-Kawasan Lopait, Sub-Kawasan Bukit Cinta-Brawijaya, Sub-Kawasan Muncul, Sub-Kawasan Asinan, dan Sub-Kawasan Benteng Pendem.

Ruang lingkup mikro yang digunakan adalah sub-sub kawasan yang cukup berpotensi untuk dikembangkan sebagai lokasi bagi atraksi wisata air, yaitu Sub-Kawasan Lopait, Sub-Kawasan Bukit Cinta, dan Sub-Kawasan Muncul.

1.4.2 Ruang Lingkup Substansial (Materi)

Secara substansial ruang lingkup studi ini dibatasi pada studi yang terkait dengan usaha pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang, yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (kesempatan dan ancaman) dalam pasar wisata di Kawasan Rawa Pening yang berguna untuk mendukung usaha pengembangan atraksi wisata air sehingga diketahui arahan pengembangan atraksi wisata air di kawasan tersebut. Hasil dari identifikasi ini adalah mengetahui kondisi eksisting dan potensi yang dimiliki oleh Kawasan Rawa Pening agar dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik daerah tujuan wisata.
2. Identifikasi dengan pendekatan pengembangan mengenai kondisi eksisting berupa pertumbuhan produk dan kondisi pasar di kawasan wisata Rawa Pening dalam usaha pengembangan atraksi wisata air. Faktor-faktor pertumbuhan produk antara lain yaitu kualitas dan keunikan atraksi wisata, kualitas pelayanan dan ketersediaan fasilitas, kegiatan promosi, ketersediaan sarana dan prasarana transportasi, sedangkan untuk kondisi pasar antara lain yaitu jarak, tingkat pertumbuhan pengunjung, tingkat perolehan pendapatan, perbandingan jumlah wisatawan dengan objek lain, serta tingkat partisipasi dari wisatawan tersebut. Hasil dari identifikasi ini adalah mengetahui kondisi atau situasi awal suatu usaha pengembangan akan dilakukan. Hal ini diperlukan mengingat pentingnya efisiensi dan efektifitas dalam setiap perencanaan pengembangan.
3. Identifikasi dengan pendekatan kegiatan dan perilaku manusia yaitu mengenai fenomena pengembangan yang dilihat dari sisi permintaan, antara lain dari indikator sosio-ekonomis/demografis, tujuan perjalanan, geografis, produk wisata, motivasi, persepsi dan harapan para wisatawan pengunjung kawasan wisata Rawa Pening. Hasil dari identifikasi permintaan wisata ini yaitu segmentasi pasar wisata untuk mengetahui arahan dan prioritas pengembangan yang akan dilakukan.
4. Identifikasi dengan pendekatan keruangan dan pendekatan sumber daya mengenai fenomena pengembangan yang dilihat dari sisi penawarannya, yaitu karakteristik lokasi kawasan wisata

khususnya kawasan wisata yang dapat digunakan sebagai lokasi pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening, serta sistem pengelolaan yang telah berjalan hingga saat ini dilihat dari transportasi sebagai penyedia sarana dan prasarana inter dan antar destinasi, informasi atau promosi yang menjadikan media suatu produk dapat dinikmati oleh konsumen, atraksi yaitu bentuk pengembangan potensi sumber daya objek sebagai daya tarik wisata serta pelayanan serta fasilitas yang menunjang kegiatan wisata. Komponen-komponen tersebut memiliki fungsi sangat penting dalam penawaran suatu produk wisata.

5. Menentukan prioritas pengembangan dengan menggunakan pendekatan permintaan dan penawaran (*Demand and Supply Approach*) berupa prioritas pengembangan sumber daya pariwisata dan komponen pendukung atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening dengan melakukan penilaian atraksi wisata air di Rawa Pening berdasarkan kesesuaian permintaan dengan penyediaan atau penawaran wisata yang telah tersedia.

1.5 Keaslian Penelitian

Penelitian dengan fokus pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening dilakukan oleh penulis karena banyak kawasan wisata di Indonesia dengan keunikan keindahan kawasan perairan belum dikelola secara optimal, termasuk di kawasan wisata Rawa Pening. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lain yang juga membahas mengenai pengembangan kawasan pariwisata antara lain yaitu melakukan studi pengembangan kawasan wisata di Rawa Pening yang menitikberatkan pada pengembangan atraksi wisata air sebagai usaha diversifikasi produk wisata.

Untuk menentukan prioritas pengembangannya terlebih dahulu dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui kondisi eksisting serta dijadikan sebagai dasar pertimbangan pengembangan serta analisis pertumbuhan produk dan pasar wisata agar mengetahui posisi atau kondisi awal pengembangan sehingga dapat diketahui hal penting yang perlu diperhatikan untuk usaha pengembangan lebih lanjut. Setelah itu, studi pengembangan kawasan wisata air Rawa Pening ini dilakukan berdasarkan penilaian wisatawan mengenai kepuasan dan kebutuhan produk wisata serta kesesuaian antara penawaran dan permintaan wisatawan sehingga dapat diketahui prioritas pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening. Perbedaan penelitian ini dengan yang lain lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel I.1 berikut ini.

Tabel I.1
Perbedaan Penelitian “Prioritas Pengembangan Obyek-obyek Wisata Air di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang” dengan Penelitian Kepariwisata Lain

NO.	PENELITI	JUDUL PENELITIAN	MATERI PENELITIAN	LOKASI	HASIL PENELITIAN
1	Susilowati Retnaningsih	Studi Identifikasi Atraksi Wisata Rawa Pening yang Diminati Pasar Wisata	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan analisis atraksi wisata dari aspek penawaran dan permintaan wisata - Menganalisis keterkaitan antar obyek wisata yang menghasilkan suatu keunikan obyek wisata 	Kawasan Wisata Rawa Pening, Kabupaten Semarang	<ul style="list-style-type: none"> - Identifikasi atraksi wisata yang menjadi daya tarik kawasan Rawa Pening - Pengembangan yang mendukung Rawa Pening sebagai daya tarik utama
2	Agustina Ratri Hendrowati	Arahan Pengembangan Kawasan Taman Hutan Raya Ngargoyoso sebagai Obyek Wisata Alam Berdasarkan Potensi dan Prioritas Pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui potensi sumber daya alam dan wisata alam - Prioritas faktor dan elemen pengembangan 	Kawasan Taman Hutan Raya Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar	<ul style="list-style-type: none"> - Prioritas perlindungan kawasan dan pengelolaan wisata alam adalah menjaga kelestarian alam - Prioritas tindakan pengembangannya adalah pemantapan kawasan, pembangunan sarana dan prasarana, fasilitas, dan pengelolaan potensi kawasan.
3	Sri Damar Agustina	Studi Prioritas Pengembangan Komponen Pariwisata di Kawasan Wisata Agro Sodong	Perumusan prioritas tindakan pengembangan komponen pariwisata dan elemennya dengan tinjauan kondisi dan rencana pengembangan kawasan	Kawasan Wisata Agro Sodong, Semarang	<ul style="list-style-type: none"> - Potensi dan kendala pengembangan - Prioritas tindakan pengembangan - Adanya pembatas yang mempengaruhi perlunya prioritas tindakan pengembangan - Keuntungan ganda pengembangan komponen pariwisata di Kawasan Wisata Agro Sodong
4	Agnes Yuliasri Wahyu W.	Prioritas Pengembangan Obyek-obyek Wisata Air di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang	<ul style="list-style-type: none"> - Identifikasi faktor internal dan eksternal kawasan wisata - Identifikasi situasi awal pengembangan obyek wisata air di Rawa Pening - Penilaian Atraksi Wisata Air berdasarkan penawaran dan permintaan atraksi wisata air 	Kawasan Rawa Pening, Kabupaten Semarang	Prioritas pengembangan produk berupa atraksi wisata air dan produk pendukung di Kawasan Wisata Rawa Pening berdasarkan permintaan dan penawaran wisata

Sumber : Hasil analisis, 2005

1.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir studi ini merupakan acuan kerja penelitian sebagai gambaran pendekatan yang digunakan dalam merumuskan rekomendasi pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang. Awal pemikiran studi ini adalah munculnya keputusan pemerintah Propinsi Jawa Tengah yang menetapkan Kawasan Rawa Pening sebagai pusat pariwisata Jawa Tengah, khususnya pariwisata alam karena didukung oleh potensi alamnya. Dengan melihat rencana pemerintah dan kondisi eksisting pengembangan kawasan yang hingga saat ini masih sangat minim serta dengan mengacu pada kajian pengembangan, maka diperlukan adanya suatu usaha pengembangan pariwisata Kawasan Rawa Pening yang lebih difokuskan pada pengembangan atraksi kawasan wisata.

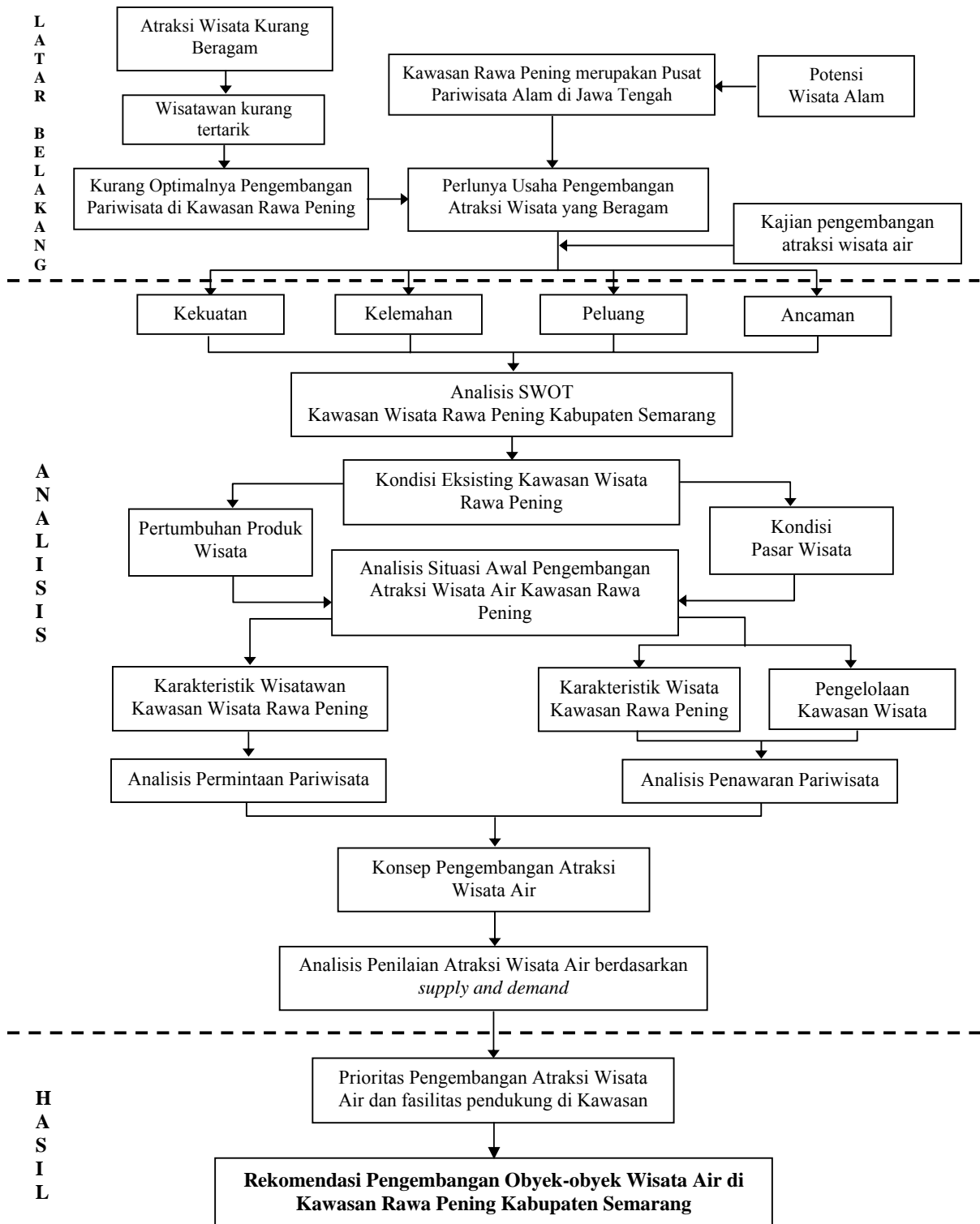
Pengembangan atraksi wisata sangat penting untuk mendukung usaha pengembangan secara umum. Atraksi wisata merupakan salah satu motivasi wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata. Usaha pengembangan ini diawali dengan melihat kondisi eksisting di Kawasan Rawa Pening yang dianalisis dengan menggunakan metode SWOT yaitu melihat kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi dalam usaha pengembangan atraksi wisata air. Kondisi eksisting ini perlu diperhatikan dalam melakukan usaha pengembangan khususnya pertumbuhan produk wisata dan kondisi pasar wisata untuk mengetahui sejauh mana usaha pariwisata yang telah ada di Kawasan Rawa Pening itu berkembang dan darimana awal usaha pengembangan harus dilakukan agar usaha tersebut efisien dan tepat guna.

Dari analisis situasi awal ini akan didapatkan karakteristik wisatawan yang merupakan input dari analisis permintaan pariwisata untuk mengetahui segmentasi wisatawan di kawasan tersebut serta karakteristik kawasan wisata dan bentuk manajemen atau pengelolaan dari pihak penyedia, baik pemerintah maupun pihak swasta, yang merupakan input dari analisis penawaran pariwisata. Permintaan dari para wisatawan muncul antara lain dari keadaan sosio-ekonomi atau demografis, produk wisata, adanya motivasi dalam melakukan perjalanan atau kegiatan wisata, persepsi para wisatawan yang terbentuk dari pengalaman pribadi di masa lampau, pengalaman orang lain, atau adanya pilihan-pilihan obyek wisata, adanya harapan-harapan, dan sebagainya. Dari indikator-indikator tersebut diatas akan memunculkan suatu gambaran atau kesan seseorang, dalam hal ini para wisatawan, mengenai daya tarik kawasan wisata yang akan atau ingin dikunjungi.

Dari segi penawaran, baik pihak pemerintah maupun pihak swasta yang terkait dalam usaha kepariwisataan, akan berusaha menonjolkan karakteristik kawasan wisata serta memperhatikan mengenai pengelolaan kawasan wisata tersebut. Dengan diketahuinya karakteristik masing-masing kawasan wisata, maka dapat diidentifikasi potensi-potensi wisata yang dimiliki Kawasan Rawa Pening, baik yang berupa obyek-obyek dan daerah tujuan wisata maupun fasilitas-

fasilitas penunjang kegiatan wisata kawasan tersebut, sehingga dapat dikembangkan secara optimal dan dapat memunculkan suatu ciri khas kawasan wisata sesuai dengan potensi tersebut.

Dari hasil analisis permintaan dan penawaran, maka dapat dibuat suatu konsep pengembangan yang sesuai untuk kawasan wisata Rawa Pening yaitu pengembangan atraksi wisata air. Konsep ini kemudian dikaji kembali melalui analisis penilaian atraksi wisata air berdasarkan permintaan dan penawaran pariwisata kawasan tersebut. Analisis ini dilakukan dengan cara meminta penilaian dari wisatawan dan para ahli atau pihak yang terkait dengan pengelolaan kawasan wisata Rawa Pening mengenai konsep pengembangan atraksi wisata air apakah sesuai apabila diterapkan untuk kawasan Rawa Pening. Hasil dari analisis penilaian ini adalah prioritas-prioritas yang disusun dan dapat dilaksanakan untuk mengembangkan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening, yang kemudian dijadikan sebagai suatu rekomendasi pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening.



Gambar 1.1
Kerangka Pikir

1.7 Metodologi Studi

Bab ini akan membahas tentang metodologi penelitian yang terdiri dari pendekatan studi dan metodologi studi. Dalam metodologi penelitian ini dibahas mengenai pendekatan studi yang akan digunakan serta mengenai metodologi studi yang berisi tahap-tahap pelaksanaan studi, dari tahap persiapan, tahap pengumpulan data hingga tahap analisis. Dalam metodologi studi juga dibahas mengenai analisis-analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan studi yang diinginkan dan membahas tentang alat-alat analisis sebagai alat bantu yang akan digunakan dalam menganalisis data-data yang diperoleh.

1.7.1 Pendekatan Studi

1. Pendekatan Keruangan

Pendekatan keruangan dimaksudkan bahwa dalam studi pengembangan atraksi wisata air ini dilakukan dengan memperhatikan wilayah studi dengan segala potensi dan kendala yang terdapat didalamnya sehingga pada akhirnya hasil dari pengembangan atraksi wisata air ini tercapai dengan tetap memperhatikan dan memanfaatkan potensi yang ada. Pendekatan keruangan ini digunakan untuk melihat sisi penawaran pasar wisata yaitu mengingat kawasan wisata Rawa Pening yang terdiri dari beberapa sub kawasan yang memiliki potensi yang berbeda, sehingga apabila ingin mengembangkan atraksi wisata air perlu dilakukan studi untuk pemilihan lokasi yang paling tepat, sehingga penerapan usaha pengembangan nantinya dapat dilakukan secara optimal dan didukung oleh sub kawasan wisata lain yang terdapat di kawasan wisata Rawa Pening sebagai bentuk penawaran wisata yang baru kepada para wisatawan.

2. Pendekatan Sumber Daya (*Resources Approach*)

Sumber daya alam dan lingkungan yang menentukan jenis, kuantitas, dan kualitas atraksi wisata. Pendekatan ini lebih menekankan faktor-faktor penawaran (*supply*) daripada faktor permintaan (*demand*). Faktor-faktor alami, pertimbangan ekologi, daya dukung lingkungan, dan lain sebagainya lebih dominan terhadap faktor sosial dan tuntutan kebutuhan manusia.

Pendekatan Sumber Daya efektif untuk area di luar perkotaan, misalnya untuk wisata waduk, wisata hutan, atau taman nasional.

3. Pendekatan Kegiatan (*Activity Approach*)

Pendekatan ini dilandasi pada selera dan keinginan umum dengan terlebih dahulu mengkaji kegiatan di masa lalu untuk memperkirakan peluang yang perlu diwadahi di masa depan. Penekanan pendekatan ini yaitu pada pengguna atau "*user*". Dalam proses perencanaannya banyak dipengaruhi oleh tata nilai kelompok tertentu yang terorganisasikan dengan baik. Pendekatan ini

dapat berhasil baik jika diterapkan untuk penduduk yang homogen dengan ruang lingkup terbatas. Jika pendekatan ini dilakukan pada kota besar dengan penduduk yang heterogen maka akan sulit untuk menentukan jenis kegiatan yang disepakati bersama karena penduduk heterogen memiliki gaya hidup, tata nilai, dan tingkat sosial ekonomi yang beraneka ragam.

4. Pendekatan Perilaku Manusia (*Human Behavior Approach*)

Pendekatan ini didasarkan pada pengkajian atas sikap dan perilaku penduduk dalam memanfaatkan waktu senggang (*how, when, and where*). Penekanannya pada aktivitas wisata sebagai suatu pengalaman, yaitu mengapa melakukan aktivitas berwisata, jenis atraksi wisata apa yang disukai, serta apa saja manfaat yang diperoleh dari berwisata tersebut. Keinginan, kesukaan, dan kepuasan dari pengguna sarana suatu objek wisata menentukan proses perencanaan. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui segmentasi pasar berdasarkan karakteristik wisatawan sehingga dapat diketahui kecenderungan permintaan pasar dari pendapat wisatawan mengenai motivasi, persepsi, dan harapan yang diinginkan wisatawan terhadap pengembangan kawasan studi. Hasil dari pendekatan ini digunakan untuk menganalisis lebih lanjut bentuk pengembangan atraksi wisata air yang paling sesuai untuk diterapkan di Kawasan wisata Rawa Pening.

5. Pendekatan Permintaan dan Penawaran (*Demand and Supply Approach*)

Pendekatan ini memadukan unsur *demand, supply*, dan menemukan indikator kebutuhan sosial untuk menyiapkan lingkungan fisik (ruang) yang sesuai dengan perilaku manusia. Pendekatan ini mencakup aneka ragam kemungkinan yang lebih luas daripada taman rekreasi tradisional pada umumnya.

6. Pendekatan Pengembangan

Belum optimalnya penggalan potensi wisata Rawa Pening yang ada menyebabkan kegiatan wisata di kawasan tersebut kurang beragam dan kurang terkoordinasi dengan baik. Pendekatan pengembangan ini digunakan untuk mengarahkan penelitian yang akan dilakukan kepada penyusunan konsep pengembangan atraksi wisata air yang sesuai untuk diterapkan di kawasan wisata Rawa Pening untuk dapat meningkatkan perkembangan kawasan wisata secara menyeluruh, baik untuk kawasan Rawa Pening itu sendiri, maupun untuk perkembangan wisata di Propinsi Jawa Tengah.

1.7.2 Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan identifikasi kebutuhan data-data baik primer maupun sekunder serta literatur-literatur yang diperlukan dalam pelaksanaan studi ini. Identifikasi kebutuhan data

primer dan sekunder yang dimaksudkan adalah data-data mengenai karakteristik, potensi, dan kendala pengembangan kawasan wisata Rawa Pening serta aspek permintaan dan penawaran wisata kawasan tersebut. Sedangkan studi literatur yang dilakukan adalah untuk mendapatkan teori-teori yang berkaitan dengan pengembangan kawasan wisata khususnya pengembangan atraksi wisata air yang disesuaikan dengan potensi yang dimiliki oleh suatu kawasan. Untuk mendapatkan data-data yang akurat tersebut dilakukan persiapan, antara lain :

1. Perumusan masalah, tujuan, dan sasaran studi
Permasalahan studi yang ingin diangkat dalam penelitian ini adalah kurang optimalnya pengembangan kawasan wisata Rawa Pening yang merupakan salah satu daya tarik wisata di Propinsi Jawa Tengah. Kurangnya optimalisasi atraksi wisata yang disuguhkan ini terlihat jelas pada belum tergalinya potensi Kawasan Rawa Pening yaitu potensi untuk dijadikan sebagai salah satu kawasan atraksi wisata air. Oleh karena itu studi ini bertujuan untuk melakukan studi pengembangan atraksi wisata di Kawasan Rawa Pening sebagai salah satu bentuk diversifikasi atraksi yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.
2. Inventarisasi data, yaitu berupa data-data temuan studi yang pernah dilakukan. Tahap ini berguna sebagai gambaran tentang studi yang akan dilaksanakan sekaligus untuk menyusun strategi pengumpulan data dan informasi untuk tujuan studi ini.
3. Pengumpulan studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian untuk mempermudah pelaksanaan penelitian, baik dari menyusun metodologi serta pemahaman terhadap topik yang diambil hingga pelaksanaan analisisnya.
4. Penyusunan teknis pelaksanaan survai
Kegiatan ini meliputi perumusan teknis pengumpulan data, teknik sampling, jumlah dan sasaran penyebaran kuesioner (responden), rancangan pelaksanaan observasi serta format kuesioner.

1.7.3 Tahap Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan cara mengolah data-data yang berkaitan untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu tahapan pengumpulan data merupakan tahapan yang harus direncanakan untuk mendapatkan suatu hasil yang optimal yang sesuai dengan tujuan dan sasaran penelitian. Data yang dibutuhkan dalam studi ini meliputi data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kawasan wisata Rawa Pening di Kabupaten Semarang.

1. Teknik Pengumpulan Data Primer

Data primer dikumpulkan melalui survai primer yaitu dengan melakukan pengamatan dan observasi langsung di lapangan untuk mengetahui secara langsung kondisi lokasi studi, serta

dengan melakukan penyebaran kuesioner atau mengadakan wawancara kepada wisatawan atau tokoh-tokoh atau para ahli di bidang pariwisata khususnya di Propinsi Jawa Tengah yang mengetahui mengenai Kawasan wisata Rawa Pening.

2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder merupakan teknik pengumpulan data yang berasal dari instansi yang terkait dengan studi untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan sebagai bahan proses analisis yang akan dilakukan. Di samping itu, data sekunder lainnya adalah studi literatur untuk mendapatkan literatur yang berkaitan dengan studi. Teknik pengumpulan data ini dilakukan melalui survai ke beberapa instansi pemerintah yang terkait, yaitu antara lain :

- Bappeda Daerah Tingkat I Propinsi Jawa Tengah
- Bappeda Daerah Kabupaten Semarang
- Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Tengah
- Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang
- Badan Pusat Statistik Propinsi Jawa Tengah

Waktu pengumpulan data-data sekunder disesuaikan dengan situasi dan kondisi di lapangan nantinya.

3. Kebutuhan Data

Pada subbab kebutuhan data ini akan diuraikan mengenai data-data yang diperlukan, jenis, metode, dan instansi yang menyediakan data-data tersebut. Data-data ini akan digunakan sebagai input analisis studi. Kebutuhan data dalam studi ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel I.2
Kebutuhan Data

NO	ANALISIS	JENIS DATA	METODE		INSTANSI
			PRIMER	SEKUNDER	
1.	Analisis SWOT Pengembangan Atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang	Potensi Pengembangan	- Wawancara - Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang
		Peluang pengembangan	- Wawancara - Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang

		Kendala Pengembangan	- Wawancara - Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang
		Ancaman pengembangan	- Wawancara - Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang
2.	Analisis Situasi Awal Pengembangan Atraksi Wisata Air	Pertumbuhan penduduk wisata	- Wawancara - Observasi lapangan	- Data instansi	Diparta Kabupaten Semarang
		Pasar Wisata	- Wawancara - Observasi lapangan	- Data instansi	Diparta Kabupaten Semarang
3.	Analisis Permintaan Pariwisata	Sosio-ekonomis/demografis	- Kuesioner	-	Wisatawan
		Geografis	- Kuesioner	-	Wisatawan
		Produk Wisata	- Kuesioner	-	Wisatawan
		Psikografis	- Kuesioner	-	Wisatawan
4.	Analisis Penawaran Pariwisata	Kondisi fisik obyek wisata	- Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang
		Jumlah dan jenis obyek wisata	-	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang
		Jumlah dan kondisi atraksi wisata	- Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang
		Peta sebaran obyek wisata	-	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang
		Lokasi obyek wisata	- Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang

		Kondisi sosial dan budaya masyarakat	- Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang
		Bentuk pengelolaan eksisting kawasan wisata Rawa Pening	- Wawancara - Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang - Bappeda Kabupaten Semarang
		Kebijakan pemerintah tentang pariwisata kawasan wisata Rawa Pening Kabupaten Semarang	-	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang - Bappeda Kabupaten Semarang
		Fasilitas pendukung yang tersedia	- Observasi lapangan	- Data instansi	- Diparta Propinsi Jawa Tengah - Diparta Kabupaten Semarang - Bappeda Kabupaten Semarang
5.	Analisis Penilaian Atraksi Wisata Air berdasarkan <i>Supply</i> dan <i>Demand</i>	Penilaian wisatawan mengenai kesesuaian permintaan dengan penawaran atraksi wisata air di Rawa Pening	- Kuesioner	-	- Wisatawan
4.	Peta	Peta Administasi Propinsi Jawa Tengah		- Data instansi	Bappeda Propinsi Jawa Tengah
		Peta Wilayah Kabupaten Semarang		- Data instansi	Bappeda Kabupaten Semarang
		Peta Kawasan wisata Rawa Pening		- Data instansi	Bappeda Kabupaten Semarang

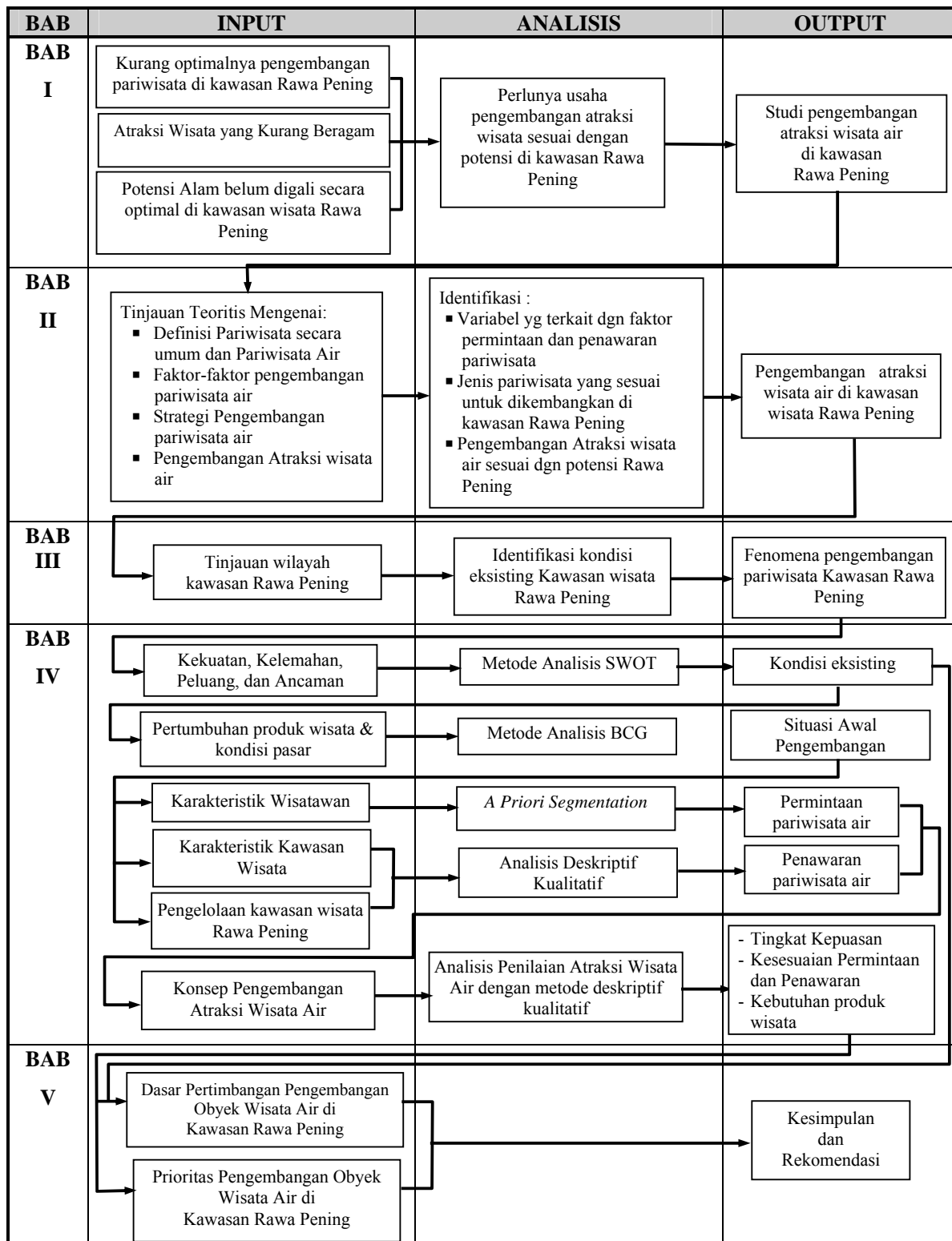
Sumber : Hasil Analisis, 2002

1.7.4 Tahap Analisis Data

Pada tahap ini mulai diidentifikasi analisis yang akan digunakan dan metodenya untuk mengolah data-data yang diperoleh. Analisis yang akan digunakan pada studi kali ini yaitu analisis mengenai usaha pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening dengan melihat kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) menggunakan alat analisis SWOT, analisis portofolio dengan metode *Boston Consulting Group* untuk mengetahui situasi awal pengembangan atraksi wisata di kawasan Rawa Pening, analisis permintaan dengan input berupa karakteristik wisatawan di Kawasan Rawa Pening menggunakan alat analisis *A Priori Segmentation*, analisis penawaran pariwisata dengan mendeskripsikan karakteristik wisata Kawasan Rawa Pening dan pengelolaan kawasan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, serta analisis penilaian atraksi wisata air berdasarkan *supply and demand* dengan metode deskriptif kualitatif.

Untuk lebih jelasnya mengenai tahapan analisis yang dilakukan beserta metode dengan input dan outputnya dapat dilihat pada kerangka tahapan analisis berikut ini.

Tabel I.3
Tahapan Analisis Studi



Sumber : Hasil Analisis 2002

1.7.5. Teknik Analisis

Analisis data dalam suatu penelitian diarahkan sebagai tindak lanjut dari tahap pengumpulan dan penyajian data untuk memperoleh output atau hasil studi yang diharapkan. Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai prinsip-prinsip dasar teknik analisis yang akan digunakan. Teknik analisis yang dipakai sebagai upaya dalam pencapaian tujuan studi adalah Analisis SWOT, Analisis Portofolio dengan Metode *Boston Consulting Group* (BCG), Analisis *A Priori Segmentation*, dan Analisis Deskriptif Kualitatif.

Analisis data dalam studi ini menggunakan beberapa pendekatan, antara lain yaitu :

1. Analisis Kualitatif

- Deskriptif, menganalisis kondisi obyek wisata yang menjadi fokus penelitian melalui uraian, pengertian ataupun penjelasan-penjelasan baik terhadap analisis yang bersifat terukur maupun tidak terukur.
- Normatif, analisis terhadap suatu kondisi yang seharusnya mengikuti aturan-aturan, acuan atau pedoman tertentu yang berlaku dan masih digunakan. Aturan tersebut dapat berupa suatu standar yang ditetapkan oleh instansi terkait maupun landasan hukum dan lain-lain.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor permintaan maupun penawaran wisata, dari faktor terkecil hingga faktor utama serta hal-hal lainnya yang perlu diperhatikan, yang memberikan pengaruh terhadap pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening.

1. Metode Analisis SWOT Untuk Penyusunan Konsep Pengembangan Atraksi wisata air

Alat analisis yang dipakai adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threatment) yaitu kekuatan, kelemahan, kesempatan atau peluang, dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan lebih banyak terjadi di lingkungan dalam (internal), sedangkan kesempatan dan ancaman banyak terjadi di luar lingkungan (Rangkuti dalam Arsyadha, 2002:56). SWOT merupakan alat analisis kualitatif sederhana tetapi telah sangat luas digunakan dalam manajemen termasuk manajemen pengembangan pariwisata. Data-data yang akan digunakan bersumber dari survei sekunder dan observasi lapangan serta dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Materi SWOT ini merupakan kompilasi dari berbagai data yang telah diperoleh dan hasil analisis.

Analisis SWOT dalam bidang pariwisata dapat dimanfaatkan untuk merumuskan arahan dan skenario pengembangan pariwisata baik dalam skala mikro sampai skala makro yang saling berhubungan, artinya SWOT dapat merumuskan secara rasional dan berurutan sesuai dengan tujuan keperluannya sebagai berikut:

- Memberikan gambaran mengenai permasalahan yang perlu diindikasikan untuk suatu keperluan tertentu

- Menganalisis hubungan antar issue
- Memberikan skenario dan arahan keadaan sekarang dan masa datang yang akan dituju

Analisis SWOT sering juga diartikan sebagai alat identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis SWOT dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan potensi dan kesempatan namun secara bersamaan dapat meminimalisasi kendala dan ancaman sehingga akan memberikan output berupa target atau perlakuan untuk mencapai tujuan. Contoh tabel metode analisis SWOT dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel I.4
Metode Analisis SWOT

Faktor Penentu		Faktor Internal	
		Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Faktor Eksternal	Opportunities (Peluang)	<i>SO</i>	<i>WO</i>
	Threats (Ancaman)	<i>ST</i>	<i>WT</i>

Sumber: Salusu, 1996

Dari hasil analisis SWOT akan dihasilkan beberapa strategi (Salusu dalam Reinhold, 2000), antara lain :

1. Strategi SO, yang digunakan untuk menarik keuntungan dari peluang yang tersedia dalam lingkungan eksternal.
2. Strategi WO, bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal.
3. Strategi ST, bertujuan untuk memperkecil dampak yang akan terjadi dari lingkungan eksternal.
4. Strategi WT, bertujuan untuk memperkuat dari dalam usaha untuk memperkecil kelemahan internal dan mengurangi tantangan eksternal.

2. Metode Portofolio *Boston Consulting Group* (BCG) untuk Analisis Situasi Awal Pengembangan Atraksi Wisata Air di Kawasan Rawa Pening

Untuk membantu suatu objek wisata agar memiliki kesempatan yang sama dengan objek lain untuk lebih berkembang, objek tersebut harus dipandang sebagai suatu *portofolio* yang secara rutin selalu ditinjau ulang secara cermat (Yoeti, 2002). Strategi portofolio yang digunakan dalam analisis ini adalah metode Portofolio *Boston Consulting Group* (BCG) yaitu dengan menilai setiap produk yang dimiliki berdasarkan angka tingkat pertumbuhan pasar.

Apabila dikaitkan dengan analisis ini, metode BCG digunakan untuk mengetahui kondisi dan potensi awal yang dimiliki oleh objek wisata di Rawa Pening dengan memperhatikan sisi permintaan (*demand*) dan sisi penawaran (*supply*) dalam rangka pengembangan lebih lanjut objek tersebut sehingga diketahui langkah atau strategi apa saja yang dibutuhkan untuk usaha pengembangan wisata air di kawasan objek wisata tersebut. Dengan pendekatan portofolio ini, setiap produk industri pariwisata utama yang terdapat di suatu daerah dapat dinilai tinggi rendahnya atas dasar dua kriteria (Yoeti, 2002:57), yaitu:

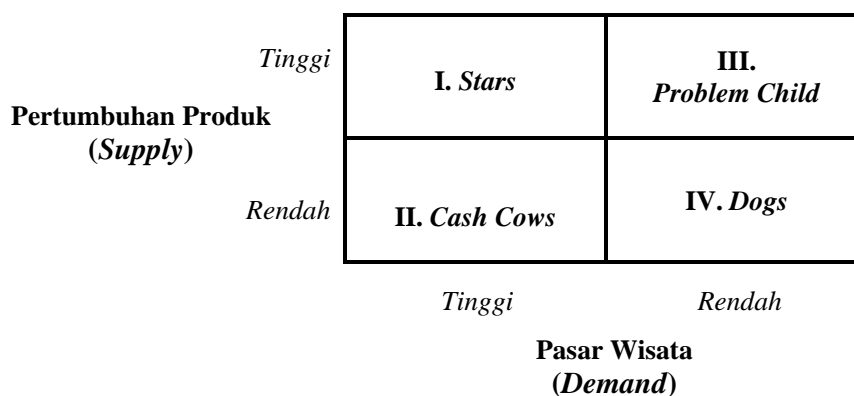
1. Angka Pertumbuhan Pasar (*Market Growth Rate*)

Yaitu angka pertumbuhan yang memanfaatkan produk industri pariwisata tertentu.

2. Penguasaan Bagian Pasar (*Market Share Dominance*)

Yaitu rasio antara wisatawan yang menggunakan atau menikmati produk wisata yang ditawarkan tersebut dengan produk lain yang merupakan saingan terbesar dalam pasar.

Dengan cara membagi pasar dalam pertumbuhan tinggi dan rendah serta bagian pasar menjadi bagian tinggi dan rendah, dapat diidentifikasi empat jenis produk yang disebut sebagai Bintang (*Stars*), Anak Bermasalah (*Problem Child*), Sapi Uang Kontan (*Cash Cows*), dan Anjing (*Dogs*), yang merupakan bagian kuadran dari *The Boston Consulting Group Matrix* berikut ini.



Gambar I.2
The Boston Consulting Group Matrix

Tiap-tiap kuadran mewakili empat jenis produk dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Kuadran I, pertumbuhan produk tinggi dengan pasar yang tinggi (*Stars*)
 Produk yang dipasarkan adalah yang paling menguntungkan karena memiliki segmen pasar yang besar dan cepat berkembang. Keadaan ini ditunjukkan melalui banyaknya permintaan produk yang ditawarkan di pasaran dalam jangkauan yang luas. Oleh karena itu produk pariwisata dengan kondisi ini perlu mendapat prioritas pengembangan.
- b. Kuadran II, pertumbuhan produk rendah dengan pasar yang tinggi (*Cash Cows*)
 Suatu daerah wisata yang disebut sebagai “sapi uang kontan” adalah daerah wisata yang hanya memiliki pangsa pasar kecil tetapi tumbuh dan berkembang relatif cepat. Kondisi aktivitas yang berlangsung masih menunjukkan adanya keuntungan. Produk yang ditawarkan oleh kawasan pariwisata tetap perlu dipertahankan walaupun dengan memperhatikan bahwa sewaktu-waktu produk menjadi tidak menguntungkan. Devisa yang diperoleh akan digunakan untuk membantu usaha pengembangan daerah wisata lain yang masih bermasalah atau belum menghasilkan seperti yang diharapkan.
- c. Kuadran III, pertumbuhan produk tinggi dengan pasar yang rendah (*Problem Child*)
 Daerah tujuan wisata memiliki pangsa pasar kecil, tetapi pertumbuhan pasarnya cepat (*fast-growing-market*). Produk yang dihasilkan oleh wilayah tersebut belum mempunyai prospek pasar yang jelas, bahkan mungkin akan mengalami kerugian karena produk yang dipasarkan belum mampu menguasai pasar yang luas. Daerah tujuan wisata jenis ini mempunyai masalah apakah akan meningkatkan investasi dengan harapan agar di masa datang dapat menjadi daerah wisata dengan klasifikasi Bintang (*Stars*) atau akan mengurangi investasi dengan pertimbangan bahwa dollar yang diterima dari industri pariwisata tersebut digunakan untuk hal-hal yang lebih bermanfaat untuk daerah tersebut. Usaha yang dilakukan adalah berusaha masuk ke dalam pasar yang terlebih dahulu telah dikuasai oleh pihak lain. Kebutuhan dana dari pengembangan produk berasal dari kuadran *Cash Cows*.
- d. Kuadran IV, pertumbuhan produk rendah dengan pasar yang rendah (*Dogs*)
 Produk daerah wisata kelompok kuadran ini adalah daerah yang memiliki pangsa pasar kecil dengan pertumbuhan pasar yang lambat atau mengalami penurunan. Kondisi pada kuadran ini memberikan indikasi bahwa produk yang dihasilkan oleh wilayah benar-benar tidak dapat dipertahankan dan kadang-kadang mengalami kerugian.

Kondisi pertumbuhan produk dan pasar wisata untuk mengetahui situasi pariwisata kawasan Rawa Pening ditentukan oleh beberapa variabel penentu berdasarkan kajian teori yang digunakan. Variabel tersebut disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel I.5
Variabel Penentu Pertumbuhan Produk
dan Kondisi Pasar Wisata untuk Metode BCG

No.	Variabel Penentu	Sumber
1.	PRODUK WISATA	
	a. Kualitas aktraksi wisata	Data primer
	b. Keunikan/jenis aktraksi wisata	Data primer
	c. Kualitas pelayanan yang ada	Data primer
	d. Ketersediaan fasilitas pendukung pariwisata	Data primer dan sekunder
	e. Frekuensi promosi yang dilakukan	Data primer
	f. Ketersediaan moda transportasi	Data sekunder
	g. Kondisi sarana dan prasarana transportasi menuju objek wisata	Data primer dan sekunder
2.	PASAR WISATA	
	a. Faktor jarak	Data primer dan sekunder
	b. Tingkat pertumbuhan pengunjung	Data sekunder
	c. Tingkat perolehan pendapatan objek wisata	Data sekunder
	d. Tingkat persaingan dengan objek wisata lain di Kabupaten Semarang	Data primer
	e. Perbandingan jumlah wisatawan dengan objek wisata lain di Kabupaten Semarang	Data sekunder
	f. Tingkat partisipasi wisatawan dalam kegiatan wisata	Data primer

Sumber: Hasil Analisis, 2003

Penilaian masing-masing variabel penentu menggunakan skoring 1 sampai 3. Skor 1 (satu) berarti bahwa variabel penentu tersebut berada pada tingkatan yang paling rendah, sedangkan skor 3 menunjukkan bahwa variabel berada pada tingkatan paling tinggi. Dengan variabel sebanyak 7 pada produk wisata dan 6 variabel pada pasar wisata, maka dapat ditentukan skor terendah dan skor tertinggi pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- Nilai terendah produk wisata : $1 \times 7 = 7$
- Nilai tertinggi produk wisata : $3 \times 7 = 21$
- Nilai terendah pasar wisata : $1 \times 6 = 6$
- Nilai tertinggi pasar wisata : $3 \times 6 = 18$

Penetapan tingkatan pertumbuhan produk wisata dan pasar wisata dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Pertumbuhan produk tinggi : Nilai skoring $14 \leq x \leq 21$
- Pertumbuhan produk rendah : Nilai skoring $7 \leq x \leq 13$
- Pertumbuhan pasar tinggi : Nilai skoring $12 \leq x \leq 18$
- Pertumbuhan pasar rendah : Nilai skoring $6 \leq x \leq 11$

3. Analisis Permintaan Wisata dengan metode A Priori Segmentation

Tiap wisatawan memiliki tujuan dan harapan yang berbeda-beda untuk berkunjung ke suatu obyek wisata. Karena adanya perbedaan itu, maka perlu dilakukan pengelompokan-pengelompokan untuk memudahkan proses interpretasi wisatawan yang dapat digunakan sebagai bahan pemecahan masalah (Smith, 1989:41). Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengelompokkan dan memperoleh segmentasi permintaan wisata adalah metode *A Priori Segmentation*. *A Priori Segmentation* merupakan salah satu prosedur untuk memperoleh segmentasi melalui *heavy half/light segmentation* mendasarkan pada angka median/nilai tengah yang dijadikan patokan untuk mengelompokkan suatu populasi. Nilai ini diperoleh dari responden berdasarkan lama berkunjung ke kawasan wisata tersebut. Metode ini dikemukakan oleh Smith dalam bukunya *Tourism Analysis*.

A Priori Segmentation adalah suatu prosedur di mana analisis memilih dasar-dasar tertentu untuk mendefinisikan segmen pasar. Dasar-dasar ini dapat diperoleh dari keyakinan analisis mengenai bagaimana wisatawan dikelompokkan. Teknik ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik dari permintaan wisatawan. Salah satu metode *A Priori Segmentation* ini adalah metode *heavy light/half light*, yaitu metode yang menggunakan ukuran tertentu, dalam hal ini adalah ukuran lama berkunjung wisatawan ke kawasan wisata Rawa Pening, dengan mencari nilai tengahnya (median). Nilai yang berada di bawah nilai tengah kemudian disebut sebagai paruh ringan atau *light half*, sedangkan nilai yang berada di atas nilai tengah disebut sebagai paruh berat atau *heavy half*. Kelompok yang masuk dalam *heavy half* inilah yang kemudian akan menjadi prioritas pertimbangan dalam penyusunan usaha pengembangan selanjutnya.

Tahapan prosedur yang harus dilakukan dalam menggunakan metode analisis *A Priori Segmentation* untuk mengetahui permintaan pasar wisata dilihat dari karakteristik wisatanya adalah sebagai berikut:

- a. Tetapkan sampel yang representatif dari populasi yang akan distudi. Metode *heavy half/light half* hanya digunakan untuk wisatawan yang benar-benar membeli atau menggunakan produk sehingga desain sampling akan menggambarkan sub populasi konsumen daripada populasi secara umum.

- b. Pilih variabel sesuai segmentasi yang akan dibuat. Masing-masing segmen yang digunakan harus didefinisikan oleh variabel-variabel yang akan diteliti. Variabel yang digunakan dapat bermacam-macam seperti variabel partisipasi, tingkah laku dan sebagainya termasuk variabel sosial-ekonomi.
- c. Data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner di sub-kawasan yang dinilai berpotensi untuk mengembangkan atraksi wisata air. Yang perlu diperhatikan yaitu lama berkunjung para wisatawan sehingga dapat membagi sampel kedalam dua bagian yaitu *heavy half* dan *light half*. Setelah memperoleh data dari sampel populasi, hasil observasi dicatat sesuai dengan segmentasi. Data tersebut kemudian diolah dengan mencari median atau nilai tengahnya yang secara otomatis akan membagi sampel ke dalam dua bagian tersebut.
- d. Hitung prosentase antara paruh berat (*heavy half*) dan paruh ringan (*light half*) dari karakter-karakter yang ada.
- e. Hitung rata-rata pada setiap paruh untuk variabel yang mengandung interval atau skala ratio.
- f. Identifikasi variabel pembeda yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan atraksi wisata. Variabel yang teridentifikasi dapat digunakan sebagai panduan pengembangan rekomendasi yang lebih spesifik dan rancangan strategi.

Dalam teknik analisis ini digunakan indikator-indikator segmentasi pasar yang diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel I.6
Karakteristik Wisatawan berdasarkan
metode A PRIORI SEGMENTATION

No	Indikator	Paruh ringan/ <i>Light Half</i> (%)	Paruh Berat/ <i>Heavy Half</i> (%)	Chi-Kuadrat (<i>Chi-Square</i>)	Taraf Signifikansi (<i>Significance Level</i>)
1.	Sosio-ekonomis/demografis 1. Jenis kelamin 2. Usia 3. Pekerjaan 4. Tingkat pendidikan 5. Tingkat pendapatan
2.	Geografis - Asal wisatawan
3.	Produk wisata 1. Cara melakukan perjalanan 2. Moda transportasi yang digunakan 3. Lama tinggal/tempat tinggal 4. Informasi objek wisata

4.	Psikografis				
	1. Daya tarik objek wisata
	2. Motivasi kunjungan
	3. Perilaku wisatawan
	4. Opini
	5. Interest

Sumber : Hasil Analisis, 2002

Nilai chi-kuadrat atau *chi-square* dan taraf signifikansi atau *signifance level* yang didapat dari hasil pengolahan data analisis ini dihitung untuk melihat adanya keterkaitan indikator segmentasi yang digunakan dengan karakteristik wisatawan. Analisis ini menggunakan tingkat kepercayaan hingga 95%, sehingga taraf signifikansinya sebesar 5% (0,05). Hipotesis H_0 adalah sampel yang diamati dari populasi mengikuti distribusi yang telah ditetapkan (seragam). Apabila nilai chi-kuadrat hitung < nilai chi kuadrat tabel atau tingkat signifikansi > α (0,05) maka hipotesis H_0 diterima.

Segmentasi wisatawan yang menjadi prioritas pengembangan diketahui dari kelompok wisatawan yang termasuk ke dalam paruh berat (*heavy half*), yaitu wisatawan yang lama jam berkerjanya nilainya diatas nilai median. Hal ini bertujuan untuk semakin memfokuskan hasil segmentasi pasar wisata yang diinginkan sehingga masukan bagi usaha pengembangan yang akan dilakukan benar-benar sesuai dengan keinginan sebagian besar wisatawan.

Penelitian segmentasi dapat memberikan informasi tentang:

- a) Alasan berbagai kelompok orang untuk membeli produk atau mengunjungi suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW).
- b) Besar kecilnya ukuran kelompok tersebut.
- c) Bagaimana pola pengeluaran uang suatu kelompok.
- d) Tingkat loyalitas suatu kelompok terhadap *name brands* atau DTW.
- e) Tingkat sensitivas terhadap perubahan harga.
- f) Tanggapan suatu kelompok terhadap perubahan iklan, distribusi atau strategi harga.
- g) Bagaimana cara merancang iklan/pesan atau produk baru agar menarik penjualan pada pasar tertentu.
- h) Apakah produk baru harus diperkenalkan, atau produk yang sudah ada/eksisting dapat didefinisikan kembali atau pembangunan produk tidak dilanjutkan.

4. Metode Analisis Deskriptif Kualitatif Untuk Analisis Penawaran Wisata

Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui kondisi eksisting atau karakteristik kawasan wisata yang merupakan salah satu modal atau potensi untuk ditawarkan kepada wisatawan serta

bentuk pengelolaan kawasan yang menjadi fokus studi sebagai masukan usaha pengembangan atraksi wisata air di kawasan wisata Rawa Pening. Kondisi eksisting dari kawasan wisata dapat dilihat antara lain dari sebaran lokasi obyek wisata, kemudahan aksesibilitas, ketersediaan sarana dan prasarana, jenis obyek wisata dan atraksi yang ditawarkan, tingkat daya tarik dari kawasan wisata tersebut, serta informasi dan promosi wisata yang telah dilakukan.

Analisis ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan menganalisis data berdasarkan hasil observasi kondisi eksisting kawasan wisata, hasil wawancara dengan para ahli atau pihak-pihak yang terkait dalam pengelolaan kawasan wisata Rawa Pening, dan peta-peta atau gambar-gambar obyek wisata. Melalui analisis ini setidaknya dapat memberikan gambaran secara singkat kondisi dari kawasan wisata yang memiliki potensi namun belum berkembang dengan optimal. Output yang diharapkan dari analisis ini adalah melihat secara kualitatif sejauh mana kemampuan kawasan wisata Rawa Pening dalam mengembangkan atraksi wisata air dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki serta memanfaatkan sarana yang telah ada. Acuan yang digunakan untuk mengukur keoptimalan suatu produk wisata yang telah ada adalah dengan melihat kajian literatur yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya Hasil analisis ini bersama-sama dengan hasil analisis permintaan nantinya akan menjadi masukan dalam usaha menyusun prioritas dan arahan pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening sebagai usaha meningkatkan pertumbuhan produk wisata.

5. Metode Deskriptif Kualitatif untuk Analisis Penilaian Atraksi Wisata Air Kawasan Rawa Pening berdasarkan Permintaan dan Penawaran Wisata

Analisis ini perlu dilakukan untuk mengetahui seberapa besar penilaian dari wisatawan di Kawasan Rawa Pening mengenai penawaran atraksi wisata yang telah dilakukan maupun yang akan dikembangkan apakah sudah sesuai dengan permintaan wisatawan dan potensi kawasan Rawa Pening itu sendiri. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

Data yang digunakan sebagai input analisis adalah data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Penilaian dari wisatawan ini dibagi menjadi tiga tingkatan kepuasan yaitu tidak puas, puas, dan sangat puas (Yoeti, 1997). Nilai dari masing-masing tingkat kepuasan wisatawan adalah sebagai berikut :

- +1 : sangat puas
- 0 : puas
- 1 : tidak puas

1.7.6 Teknik Sampling

Sampling adalah aktivitas mengumpulkan sampel yang merupakan contoh, representan, atau wakil dari satu populasi yang cukup besar jumlahnya, yaitu satu bagian dari keseluruhan yang dipilih dan representatif sifatnya dari keseluruhan (Kartono, 1996). Oleh karena itu, keberadaan sampel dalam suatu penelitian sangat diperlukan. Hal ini diakibatkan karena jumlah populasi yang begitu banyak sangat sulit untuk diteliti secara satu per satu. Dengan demikian diambil beberapa sampel yang sekiranya dapat mewakili dan menjadikan sumber data yang akurat.

Populasi yang dipakai dalam studi ini didasarkan pada aspek *demand* (permintaan) sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi berkembangnya kawasan wisata (Mill, 1985) serta tanpa mengabaikan aspek *supply* atau penawaran. Adapun responden yang dapat menggambarkan aspek permintaan adalah para wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang berperan sebagai konsumen dalam kegiatan wisata yaitu orang-orang yang datang ke wilayah studi untuk melakukan kegiatan wisata, menikmati keindahan alam atau suguhan budaya masyarakat setempat serta memanfaatkan sarana dan prasarana yang ada di wilayah studi. Sedangkan untuk aspek penawaran adalah para ahli yang erat kaitannya dengan masalah pariwisata di Indonesia khususnya yang berkaitan dengan studi pengembangan kawasan wisata Rawa Pening ini .

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam studi ini yaitu metode pengambilan sampel *Accidental Sampling* untuk responden wisatawan dan metode *Purposive Sampling* untuk responden para ahli. Metode *Accidental Sampling* ini digunakan untuk populasi yang memiliki sifat berubah-ubah atau dinamis seperti wisatawan karena jumlah wisatawan yang datang ke objek wisata setiap hari sulit untuk diperkirakan terlebih dahulu. *Accidental Sampling* adalah metode pengambilan sampel dimana tidak semua subyek atau individu dari populasi mendapatkan probabilitas atau kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. *Accidental Sampling* ini dikenakan pada pengunjung yang dijumpai di wilayah studi, sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan. Sampling ini memberikan taraf keyakinan yang tinggi pada populasi sampel yang sifatnya relatif homogen (Kartono, 1996).

Adapun jumlah sampelnya ditentukan dengan rumus yang diformulakan oleh Kartono:

$$n = \frac{N}{ND^2 + 1}$$

Sumber : Kartono, 1990

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

D : Derajat kecermatan (10%)

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kecermatan studi dapat dikategorikan cermat, untuk tingkat kepercayaan 90%.

Dalam studi penelitian ini, sesuai dengan hasil perhitungan dengan rumus tersebut diatas, maka besar sampel yang dibutuhkan adalah 100, dengan pendistribusian untuk Sub-kawasan Lopait sebanyak 34 responden, untuk Sub-kawasan Muncul dan Bukit Cinta-Brawijaya adalah masing-masing sebanyak 33 responden. Pendistribusian ini dibagi secara proporsional dan sesuai dengan jumlah wisatawan yang berkunjung di tiap-tiap sub kawasan tersebut. Cara pengambilan sampel sebaiknya dilakukan pada saat para responden telah selesai melakukan kegiatan berwisata di tiap-tiap sub-kawasan. Hal ini dilakukan berdasarkan prosedur penggunaan metode *A Priori Segmentation* untuk analisis permintaan wisata sehingga dapat diketahui lama berkunjung dari tiap-tiap responden sebagai ukuran dalam menentukan nilai median yang akan membagi responden dalam dua bagian, yaitu paruh berat (*heavy half*) dan paruh ringan (*light half*).

Metode Purposive Sampling merupakan metode dengan pengambilan sampel bertujuan yang dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan strata, random, atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu (Arikunto 1997: 127). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa hanya yang dianggap ahli yang layak untuk dijadikan sebagai responden (Sudjana, 1996:168). Teknik sampling ini digunakan untuk menentukan responden yang berkaitan dengan aspek penawaran pariwisata. Adapun ukuran sampel yang diambil, dengan mangacu kepada pendapat Robert maka untuk mengatasi keterbatasan waktu, jumlah sampel yang diambil minimal sebanyak 10 responden (Robert dalam Fitriani, 2001:61).

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penyusunan tugas akhir ini dibagi dalam 5 (lima) bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang permasalahan yang akan dikaji, perumusan masalah dari tema yang diambil, tujuan dan sasaran yang ingin dicapai, ruang lingkup baik ruang lingkup substansial atau materi pembahasan maupun spasial atau wilayah studi, keaslian penelitian, kerangka pikir, metodologi studi, serta sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PENGEMBANGAN ATRAKSI WISATA AIR

Bab ini menjelaskan mengenai kajian teori yang digunakan sebagai acuan dalam pembahasan tema yang dipilih. Teori-teori yang digunakan antara lain yaitu pengertian pariwisata secara umum dan pariwisata air, kawasan pariwisata air, dasar

perencanaan pariwisata air dan elemen-elemennya, pengembangan pariwisata secara umum dan pengembangan atraksi wisata, khususnya atraksi wisata air.

BAB III TINJAUAN UMUM PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA RAWA PENING KABUPATEN SEMARANG

Berisi mengenai tinjauan umum wilayah studi yaitu Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang, untuk mengetahui kondisi eksisting, baik kondisi fisik alam maupun potensi-potensi yang terdapat di kawasan tersebut. Selain itu juga diuraikan mengenai kondisi pariwisata di kawasan Rawa Pening yang berguna sebagai masukan dalam usaha pengembangan atraksi wisata air.

BAB IV STUDI PENGEMBANGAN OBYEK-OBYEK WISATA AIR DI KAWASAN RAWA PENING

Bab ini mengemukakan tentang analisis yang dilakukan dalam menentukan prioritas pengembangan obyek wisata air, khususnya atraksi wisata air dan fasilitas pendukung, serta temuan studi dari hasil analisis tersebut. Analisis yang terdapat dalam bab ini yaitu analisis SWOT, analisis *Boston Consulting Group*, analisis permintaan pariwisata, analisis penawaran pariwisata, dan analisis penilaian atraksi wisata air berdasarkan permintaan dan penawaran wisata di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini berisi mengenai temuan studi, kesimpulan dari hasil studi, keterbatasan studi, dan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai studi lanjutan.

BAB II KAJIAN PENGEMBANGAN ATRAKSI WISATA AIR

2.1 Pengertian Kepariwisataan

2.1.1 Definisi Pariwisata Secara Umum dan Pariwisata Air

Secara etimologi, pariwisata terdiri dari dua kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak, lengkap, berkali-kali, sedangkan *wisata* berarti perjalanan atau bepergian. Maka pariwisata artinya adalah suatu perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali.

Definisi pariwisata telah banyak dikemukakan oleh para ahli di bidang pariwisata, namun dalam definisi tersebut masih terdapat beberapa perbedaan dalam pendefinisian. Beberapa pengertian atau definisi pariwisata yang pernah dikemukakan oleh para ahli dalam bidang pariwisata, antara lain:

- Menurut Hunziker dan Kraf (1942), pariwisata adalah keseluruhan fenomena dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya, dengan maksud bukan untuk menetap di tempat yang disinggahinya dan tidak berkaitan dengan pekerjaan yang menghasilkan upah. Perjalanan yang dilakukan biasanya didorong oleh rasa ingin tahu untuk keperluan yang bersifat *rekreatif* dan *edukatif*. (dalam Kohdyat, 1996:2)
- Menurut McIntosh dan Gupta (1980:8), pariwisata didefinisikan sebagai gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah, serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan ini serta para pengunjung lainnya.
- Menurut Wahab (1996), pariwisata merupakan suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang di dalam negara itu dan daerah lain (daerah tertentu) untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya di tempat ia memperoleh pekerjaan tetap (dalam Andy Aryawan, 2002:10).

Dari beberapa pengertian pariwisata di atas terdapat satu kesamaan dalam pengertian tentang pariwisata yaitu bahwa kegiatan ini merupakan fenomena yang ditimbulkan oleh salah satu bentuk kegiatan manusia yaitu kegiatan perjalanan/*travelling*. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut diatas, kegiatan manusia yang dilakukan dalam rangka rekreasi atau untuk mencari menikmati suasana yang berbeda membutuhkan suatu obyek atau tempat untuk singgah. Pemandangan alam, dalam hal ini adalah pemandangan rawa berperan sebagai suatu obyek atau atraksi untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam melakukan kegiatan wisata. Segala hal yang

berhubungan dengan kegiatan wisata dengan obyek pemandangan alam berupa perairan selanjutnya dapat disebut sebagai pariwisata air.

Definisi luas tentang pariwisata yaitu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara dan dilakukan oleh perorangan maupun kelompok sebagai usaha untuk mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dan dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Kodhyat dalam Spillane, 1987:35).

Dalam UU No.9/1990 tentang kepariwisataan, dinyatakan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Apabila dikaitkan dengan pariwisata air berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata air, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata air, misalnya pemanfaatan pemandangan alam dan keindahan kawasan perairan karena letak geografis yang didukung dengan adanya kegiatan rekreasi dan atraksi wisata air seperti memancing, berenang, berperahu, atau olahraga air.

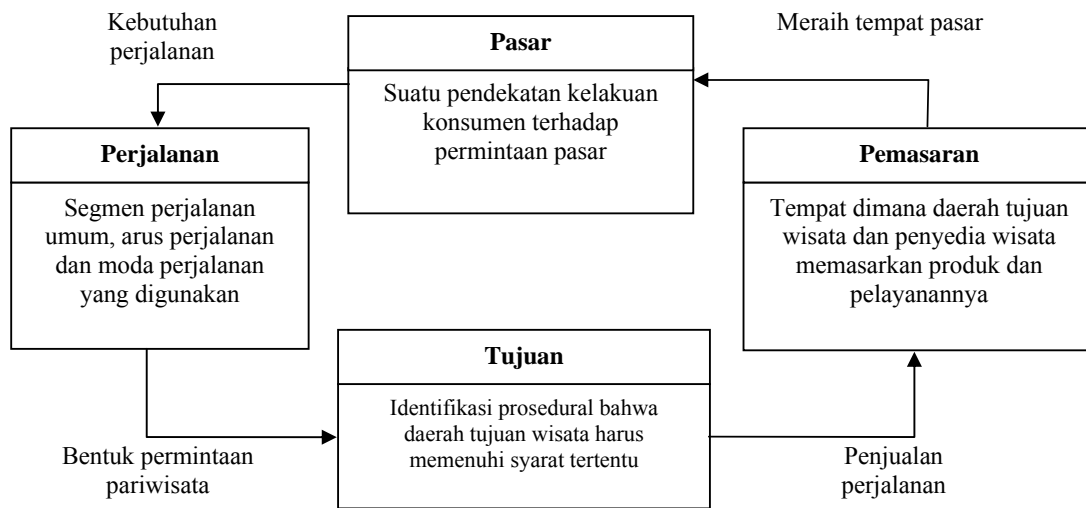
Dari beberapa pengertian yang telah disebutkan di atas pada dasarnya pariwisata timbul sebagai akibat dari aktivitas manusia yang berkaitan dengan kebutuhan manusia yaitu perjalanan. Perjalanan yang dilakukan adalah bersifat sementara waktu, tidak untuk melakukan pekerjaan tetap dan tidak dalam usaha untuk mencari upah/nafkah.

Dari sejumlah pengertian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa pariwisata, khususnya pariwisata air memiliki hubungan yang erat dengan unsur-unsur sebagai berikut:

1. Pariwisata air adalah kegiatan bepergian dengan tujuan atau obyek pemandangan alam maupun buatan berupa kawasan perairan.
2. Pariwisata air merupakan kegiatan yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari misalnya dengan menikmati pemandangan kawasan perairan.
3. Pariwisata air selalu dikaitkan dengan penggunaan fasilitas-fasilitas wisata yang tersedia yang mendukung kegiatan wisata air.
4. Pariwisata air dikaitkan dengan kegiatan bersenang-senang atau hiburan menikmati pemandangan atau melakukan kegiatan atraksi wisata air.

2.1.2 Sistem Pariwisata Secara Umum dan Hubungannya dengan Sistem Pariwisata Air

Sementara itu, pariwisata digambarkan sebagai suatu sistem yang terdiri atas komponen-komponen yang saling terkait satu dengan yang lain. Empat komponen dari sistem pariwisata yang dikemukakan antara lain perjalanan wisata, pasar wisata, tujuan wisata dan pemasaran wisata. Sistem pariwisata tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini. (Mill dan Morrison ,1985 dalam Andy Aryawan,2002:14).



Sumber : Mill & Morrison (1985)

Gambar 2.1.
Diagram Sistem Kepariwisata

Sistem pariwisata ini juga dapat diterapkan dalam sistem pariwisata air, karena pada dasarnya komponen-komponen yang penting dalam sistem pariwisata air adalah sama, yaitu perjalanan wisata, pasar wisata, tujuan wisata dan pemasaran wisata. Keempat komponen ini harus direncanakan dan diarahkan untuk mendukung kegiatan pariwisata air.

Sementara itu Gunn (1988:67) mengemukakan sistem fungsional pariwisata melalui pendekatan *demand* dan *supply*. Pengembangan pariwisata air juga harus dilakukan dengan pendekatan permintaan dan penawaran. Dari sisi permintaan (*demand*), komponen pariwisata air adalah masyarakat atau pasar wisata yang memiliki kemauan dan kemampuan untuk melakukan perjalanan wisata yang lebih spesifik dibandingkan pasar wisata yang lain. Hal ini disebabkan karena perlunya minat khusus atau keahlian untuk dapat menikmati kegiatan wisata di perairan. Sedangkan dari sisi penawaran (*supply*), komponen pariwisata terdiri atas atraksi wisata air dan pelayanan wisata yang mendukung kegiatan wisata air tersebut, transportasi serta informasi dan promosi wisata yang menawarkan berbagai macam kegiatan atau atraksi menarik dari kawasan wisata air. Seluruh faktor ini merupakan hal yang harus ada dalam suatu wilayah pariwisata, khususnya pariwisata air.

2.1.3 Definisi Kawasan Pariwisata Air

Kawasan pada hakekatnya merupakan suatu wilayah yang lingkungannya lebih sempit. Menurut UU No.24 Tahun 1992 dijelaskan bahwa wilayah adalah ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait padanya yang batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek administratif atau aspek fungsional. Sedangkan kawasan adalah wilayah dengan fungsi utama lindung atau budidaya.

Berdasarkan UU No.9 Tahun 1990 dijelaskan bahwa pengertian kawasan wisata adalah suatu kawasan yang mempunyai luas tertentu yang dibangun dan disediakan untuk kegiatan pariwisata. Apabila dikaitkan dengan pariwisata air, pengertian tersebut berarti suatu kawasan yang disediakan untuk kegiatan pariwisata dengan mengandalkan obyek atau daya tarik kawasan perairan. Pengertian kawasan pariwisata ini juga diungkapkan oleh seorang ahli yaitu Inskeep (1991:77) sebagai area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap (untuk rekreasi/relaksasi, pendalaman suatu pengalaman/kesehatan).

Sedangkan pengertian kawasan pariwisata secara umum adalah suatu kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata dan jasa wisata. Dalam lingkup yang lebih luas kawasan pariwisata dikenal sebagai *Resort City* yaitu perkampungan kota yang mempunyai tumpuan kehidupan pada penyediaan sarana dan prasarana wisata seperti penginapan, restoran, olah raga, hiburan dan penyediaan jasa tamasya lainnya. Apabila kawasan pariwisata tersebut mengandalkan pemandangan alam berupa kawasan perairan sebagai ciri khasnya, maka penyediaan sarana dan prasarana serta hiburan atau atraksi wisatanya diarahkan untuk memanfaatkan dan menikmati kawasan perairan tersebut.

2.1.4 Perencanaan Wisata Air

Menurut Mill dan Morrison (1985:48), sedikitnya terdapat lima alasan utama bagi dilakukannya perencanaan pariwisata, yaitu:

1. Mengidentifikasi alternatif pendekatan untuk: pemasaran, pengembangan, organisasi industri, kepedulian wisata, layanan dan aktivitas pendukung.
2. Menyesuaikan pada hal-hal yang tidak dapat diperkirakan seperti kondisi perekonomian umum, situasi permintaan dan penyediaan energi.
3. Mempertahankan keunikan: sumber daya alam, budaya lokal, arsitektur lokal, monumen sejarah dan *landmarks, events* dan aktivitas lokal, taman-taman dan kawasan olahraga di luar, dan lain-lainnya di daerah tujuan wisata.
4. Menciptakan hal-hal yang diinginkan seperti: tingkat pemahaman yang tinggi akan manfaat-manfaat dari pariwisata, kesan yang jelas dan positif atas suatu kawasan sebagai suatu tujuan

wisata, organisasi industri pariwisata yang efektif, tingkat kerjasama yang tinggi di antara operator-operator perseorangan, dan tujuan lainnya.

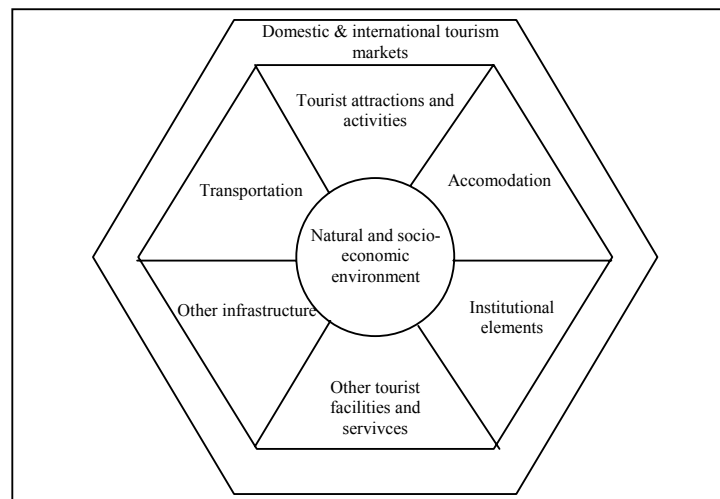
5. Menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, seperti gesekan-gesekan dan kompetisi yang tidak perlu antar operator pariwisata perseorangan, tingkah laku yang tidak bersahabat dari masyarakat lokal terhadap wisatawan, kerusakan alam dan aset sejarah, hilangnya identitas budaya, hilangnya pangsa pasar, kepadatan yang terlalu tinggi, kemacetan dan masalah lalu lintas, polusi, dan lain-lain.

Baik pemerintah maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan dan para pelaku (*stakeholders*) perlu memahami alasan-alasan tersebut dalam rangka pengembangan pariwisata secara keseluruhan, khususnya pariwisata air. Segala sesuatu yang berhubungan dengan pengembangan, pemasaran, layanan dan aktivitas pendukung harus diidentifikasi secara tepat sesuai dengan hal-hal yang dibutuhkan dalam perencanaan wisata air. Perencanaan tersebut tentunya jangan sampai menghilangkan keunikan dari kawasan wisata, yaitu pemandangan alam, kawasan perairan, taman-taman, dan lain-lain. Diharapkan secara bersama-sama, para pelaku tersebut dapat membangun serta mengembangkan elemen-elemen kepariwisataan sesuai dengan peran, tanggungjawab, dan motivasi masing-masing.

Elemen-elemen suatu rencana kepariwisataan oleh Page (1995:171) disebutkan sebagai berikut:

1. Lingkungan alam dan sosial ekonomi.
2. Daya tarik dan kegiatan-kegiatan wisata.
3. Akomodasi
4. Transportasi
5. Elemen-elemen kelembagaan.
6. Prasarana lainnya.
7. Fasilitas, utilitas, dan pelayanan wisata lainnya.
8. Pasar wisata domestik dan internasional.
9. Penggunaan prasarana wisata oleh penduduk setempat.

Kedudukan antara satu elemen dengan elemen yang lainnya dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut ini.



Sumber : Page (1995:172)

Gambar 2.2
The Elements of a Tourism Plan

Elemen-elemen yang dikemukakan oleh Page tersebut diatas juga merupakan elemen penting dalam perencanaan pariwisata air. Lingkungan alam khususnya perairan sebagai obyek wisata didukung dengan keadaan sosial ekonomi wilayah sekitarnya dapat dimanfaatkan sebagai obyek wisata dan didukung dengan ketersediaan elemen-elemen yang lain seperti atraksi wisata dan kegiatan wisata air, akomodasi, transportasi menuju dan di dalam kawasan wisata air, elemen institusional atau kelembagaan baik pemerintah maupun swasta, fasilitas dan pelayanan yang mendukung kegiatan wisata air, dan prasarana lainnya. Elemen-elemen tersebut yang kemudian ditawarkan dalam pasar wisata baik domestik maupun internasional kepada wisatawan, khususnya yang memiliki minat khusus untuk menikmati atraksi wisata air.

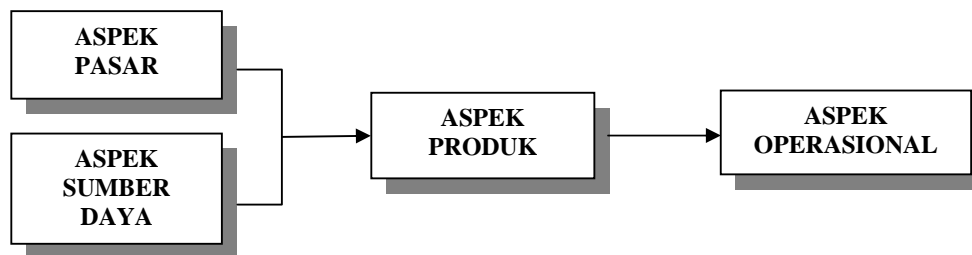
Istilah perencanaan wisata masih memiliki pengertian yang umum, untuk itu perlu adanya pemahaman akan aspek-aspek apa saja yang dibicarakan dalam perencanaan wisata, termasuk dalam perencanaan wisata air. Aspek-aspek ini merupakan bahan kajian yang perlu mendapatkan perhatian khusus dalam kegiatan perencanaan wisata air. Aspek-aspek tersebut meliputi:

1. Aspek pasar, menyangkut kondisi pasar serta kebutuhannya.
2. Aspek sumber daya, antara lain:
 - a. Sarana dan prasarana.
 - b. Sumber daya manusia
3. Aspek produk, berkaitan dengan upaya meramu dan mengemas produk wisata yang berintikan:

- a. Penyusunan program.
 - b. Perhitungan harga.
 - c. Penentuan kebijaksanaan produk.
4. Aspek operasional, menyangkut kegiatan yang akan dilakukan dalam mewujudkan produk wisata, yang terdiri atas:
- a. Kegiatan pra-penyelenggaraan.
 - b. Kegiatan selama penyelenggaraan.
 - c. Kegiatan pasca penyelenggaraan.

Keterkaitan antar aspek dapat diperlihatkan dalam bagan berikut ini:

Gambar 2.3.
Aspek-aspek Perencanaan Wisata



Sumber: (Suyitno, 1999:5)

Pariwisata akan terwujud dengan adanya suasana dan fasilitas pendukung, lingkungan alam dan sosial ekonomi serta masyarakat dan pengunjung dengan berbagai macam ketertarikan. Ada lima pendekatan untuk perencanaan wisata yang diidentifikasi oleh para ahli. Lima pendekatan ini dapat diterapkan pula dalam perencanaan wisata air. Empat diantaranya dikemukakan oleh Getz (1987:45) dan ditambah lagi satu pendekatan yang dikemukakan oleh Page (1995:185). Pendekatan-pendekatan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Boosterism*

Merupakan suatu pendekatan sederhana yang melihat pariwisata sebagai suatu atribut positif untuk suatu tempat dan penghuninya. Obyek-obyek yang terdapat di suatu lingkungan ditawarkan sebagai aset bagi pengembangan kepariwisataan tanpa memperhatikan dampaknya, yang menurut Hall (1991:22) nyaris dapat dikatakan bukan sebagai suatu bentuk dari perencanaan pariwisata. Masyarakat setempat tidak dilibatkan dalam proses perencanaan dan daya dukung wilayah yang ada tidak begitu dipertimbangkan.

2. *The Economic-Industry Approach*

Pendekatan ini merupakan pendekatan yang sangat luas digunakan oleh kota-kota yang menganggap pariwisata sebagai suatu industri yang dapat mendatangkan manfaat-manfaat ekonomi bersama-sama dengan penciptaan lapangan kerja serta munculnya kesempatan-kesempatan dalam pembangunan. Konsep pariwisata dengan pendekatan ini adalah sebagai suatu ekspor bagi sistem perkotaan, dan pemasaran digunakan untuk menarik pengunjung yang merupakan pembelanja tertinggi.

Tujuan-tujuan ekonomi lebih dinomorsatukan daripada tujuan-tujuan sosial dan lingkungan, yaitu dengan menetapkan sasaran utama berupa pengalaman menarik bagi pengunjung dan tingkat kepuasan yang dialami oleh para wisatawan.

3. *The Physical-Spatial Approach*

Pendekatan ini didasarkan pada tradisi “penggunaan lahan” geografis dan perencanaan-perencana dengan pendekatan rasional untuk perencanaan lingkungan perkotaan. Kepariwisata dilihat di dalam suatu *range* konteks, tetapi dimensi lingkungan dianggap juga sebagai isu kritis dari daya dukung sumber daya wisata di dalam kota. Strategi-strategi perencanaan yang berbeda berdasarkan prinsip-prinsip keruangan digunakan di sini, misalnya pengelompokan pengunjung di kawasan-kawasan utama, atau pemecahan untuk menghindari terlalu terkonsentrasinya pengunjung di satu kawasan, dan pemecahan untuk menghindari kemungkinan terjadinya konflik-konflik. Hanya saja satu kritik bagi pendekatan ini adalah masih kurang mempertimbangkan dampak sosial dan kultural dari wisata perkotaan.

4. *The Community Approach*

Merupakan pendekatan yang lebih menekankan pada pentingnya keterlibatan maksimal dari masyarakat setempat di dalam proses perencanaan. Perencanaan tradisional *top-down*, dimana perencana menetapkan agenda yang perlu dimodifikasi untuk memasukkan kebutuhan dan keinginan masyarakat lokal di dalam proses perencanaan dan penentuan keputusan. Jadi, *community tourism planning* ini menganggap penting suatu pedoman pengembangan pariwisata yang dapat diterima secara sosial (*social acceptable*).

Pendekatan ini menekankan pada pentingnya manfaat-manfaat sosial dan kultural bagi masyarakat lokal bersama-sama dengan suatu *range* pertimbangan ekonomi dan lingkungan. Menurut Haywood (1988), dalam penerapan rencana, “bentuk politis” dari proses perencanaan tersebut seringkali terjadi penurunan derajat misalnya dari kemitraan (*partnership*) menjadi penghargaan (*tokenism*).

5. *Sustainable Approach (Sustainable tourism planning)*

Pendekatan ini adalah pendekatan yang diidentifikasi oleh Page, merupakan pendekatan keberlanjutan berkepentingan dengan masa depan yang panjang atas sumber daya dan efek-efek pembangunan ekonomi pada lingkungan yang mungkin juga menyebabkan gangguan kultural dan sosial untuk memantapkan pola-pola kehidupan dan gaya hidup individual. Dalam konteks perencanaan pariwisata, pembangunan berkelanjutan didasarkan pada beberapa prinsip yang ditetapkan oleh the World Commission on the Environment and Development (the Brundtland Commission) pada tahun 1987 yang menurut Hall (1991) berhubungan dengan *equity, the needs of economically marginal populations, and the idea of technological and social limitations on the ability of the environment to meet present and future needs.*

Untuk menindaklanjuti adanya beberapa prinsip tersebut diatas, Dutton dan Hall (1989) mengidentifikasi mekanisme-mekanisme yang dapat digunakan sebagai pedoman pencapaian suatu pendekatan berkelanjutan yang realistis untuk perencanaan pariwisata, yaitu sebagai berikut:

1. Mendorong kerjasama dan saling perhatian untuk meningkatkan manfaat dari setiap pendekatan, sehingga perencanaan pariwisata harus kooperatif dan didasarkan pada sistem pengendalian terpadu.
2. Mengembangkan mekanisme koordinasi industri.
3. Meningkatkan kepedulian konsumen mengenai pilihan-pilihan yang berkelanjutan dan tidak-berkelanjutan, termasuk manfaat-manfaat dari manajemen pengunjung.
4. Meningkatkan kepedulian produsen atas manfaat-manfaat perencanaan pariwisata yang berkelanjutan.
5. Menggantikan pendekatan-pendekatan perencanaan konvensional dengan perencanaan strategik, untuk ini disyaratkan semua pihak yang berkepentingan membuat komitmen yang pasti untuk tujuan-tujuan yang berkelanjutan.
6. Memberi perhatian yang lebih besar atas keperluan perencanaan kualitas pengalaman wisatawan, dengan suatu pandangan atas keberlanjutan jangka panjang dari produk wisata, bersama-sama dengan memantapkan atraksi dari kawasan tujuan wisata.

Pariwisata berkelanjutan dapat dikatakan sebagai pembangunan yang mendukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi, juga adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat. Artinya, pembangunan pariwisata berkelanjutan merupakan upaya terpadu dan terorganisasi untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur penyediaan, pengembangan, pemanfaatan, dan pemeliharaan sumber daya alam dan budaya secara berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan dapat didefinisikan sebagai pembangunan

kepariwisataan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan dan memberi manfaat baik bagi generasi sekarang maupun generasi yang akan datang (Puslitbang BP. Budpar, 2003).

2.2 Pengembangan Pariwisata Air

Pengertian pengembangan telah diartikan kedalam berbagai pengertian tergantung dari sisi mana pengembangan (*development*) tersebut digunakan. Dalam Pearce (1989), Goulet (1968:388) menyebutkan bahwa pengembangan sebagai suatu proses yang biasanya berupa perubahan sosial. Selanjutnya disebutkan bahwa jika suatu masyarakat dikatakan *developed* atau *undeveloped* ini ditujukan pada kondisi saat ini (*present condition*). Pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha untuk memajukan kegiatan pariwisata sehingga tercipta suatu usaha kondisi pariwisata yang dapat menghasilkan devisa. Pengembangan pariwisata, khususnya pengembangan pariwisata air, tidak hanya membenahi obyek wisata alam dan perairan atau hanya melakukan pengembangan akomodasi dan restoran, tetapi jauh lebih luas dari itu. Wisatawan yang datang tetap memerlukan fasilitas, angkutan, atraksi wisata air yang menarik, pelayanan, cinderamata, suasana aman, dan lain-lain.

Ditinjau secara nasional, menurut Soekadijo (1996:10) tujuan pengembangan pariwisata diantaranya adalah untuk mendorong perkembangan beberapa sektor, antara lain:

- Mengubah atau menciptakan usaha-usaha baru yang berkaitan dengan jasa-jasa wisata misalnya: usaha transportasi, akomodasi (hotel, motel, pondok wisata, perkemahan, dan lain-lain) yang memerlukan perluasan beberapa industri kecil seperti industri kerajinan tangan.
- Memperluas pasar barang-barang lokal.
- Memberi dampak positif pada tenaga kerja, karena pariwisata dapat memperluas lapangan kerja baru (tugas baru di hotel atau tempat penginapan, usaha perjalanan, industri kerajinan tangan dan cinderamata serta tempat-tempat penjualan lainnya).
- Mempercepat sirkulasi ekonomi dalam usaha negara kunjungan dengan demikian akan memperbesar *multiplier effect*.

Pada pengembangan pariwisata air dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain jumlah pengunjung, kemudahan transportasi, ketersediaan fasilitas pendukung (seperti hotel, restoran, sarana hiburan), adanya promosi dan daya tarik dari atraksi wisata air yang ada. Dalam rangka pengembangan pariwisata air, terdapat komponen-komponen pembentuk lain yang termasuk dalam sistem pariwisata, seperti wisatawan, atraksi wisata, fasilitas pelayanan, transportasi, informasi, dan promosi.

Atraksi wisata dan fasilitas atau kenikmatan merupakan dasar utama dari pariwisata. Apabila hal tersebut tidak terpenuhi maka wisatawan tidak akan mempunyai motivasi atau

keinginan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut (Robinson, 1976:38). Robinson mengemukakan bahwa terdapat enam elemen utama pembentuk daya tarik wisata dalam pengembangan pariwisata, termasuk pariwisata air, yaitu:

- Cuaca, merupakan ciri khusus pada pariwisata yang menyebabkan suatu lokasi menjadi potensial bagi pariwisata.
- Pemandangan, atraksi berupa pemandangan menarik.
- Fasilitas, terdiri dari dua jenis yaitu alam dan buatan.
- Sejarah dan budaya, peninggalan sejarah atau seni budaya suatu daerah.
- Aksesibilitas, semakin mudah mencapai lokasi wisata maka semakin tinggi pula kemungkinan untuk dikunjungi.
- Akomodasi, menyangkut tempat penginapan dan tempat makan.

Elemen-elemen utama pembentuk daya tarik wisata tersebut juga berlaku untuk pengembangan pariwisata air. Tanpa adanya pemandangan alam khususnya pemandangan perairan (danau, rawa, pantai, dan lain-lain) yang menarik dan didukung oleh cuaca yang bagus tidak memberikan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata air tersebut. Ditambah dengan ketersediaan akomodasi dan fasilitas yang baik serta aksesibilitas untuk mencapai lokasi yang mudah dan nilai-nilai sejarah atau budaya yang terdapat pada kawasan wisata air akan semakin menarik minat pasar untuk mengunjungi obyek wisata air tersebut.

Sedangkan menurut Mc Intosh dikatakan bahwa faktor pembentuk daya tarik wisata diklasifikasikan sebagai berikut:

- Sumber Alam, merupakan faktor penilaian utama bagi suatu lokasi daya tarik wisata.
- Prasarana yang terdiri dari semua jenis pembangunan.
- Transportasi, termasuk di dalamnya kapal, kereta api, bus dan fasilitas transportasi lainnya.
- Sarana, berupa fasilitas seperti hotel, bangunan pelabuhan, restoran, pusat belanja dan tempat hiburan.
- Keramahtamahan, mencakup sikap dari penduduk yang juga dapat sebagai sumber budaya.

Faktor penting dalam pembentukan daya tarik wisata tersebut juga dapat dijadikan acuan untuk pengembangan kawasan pariwisata air seperti yang telah dikemukakan oleh Robinson sebelumnya, tetapi ditambah dengan keramahtamahan penduduk sekitar yang dapat menciptakan suasana yang menyenangkan bagi wisatawan yang mengunjungi kawasan wisata air tersebut. Sedangkan menurut Gunn (1988), terdapat konsep zona tujuan wisata yang terdiri dari empat komponen, yaitu kelompok atraksi wisata, termasuk didalamnya apa yang dapat dilihat, dilakukan, dan dibeli di lokasi wisata; masyarakat yang memberikan pelayanan dan fasilitas; koridor sirkulasi, dan koridor penghubung.

Dari uraian di atas dapat dirumuskan faktor penentu dalam pengembangan pariwisata air antara lain:

- a) Daya tarik obyek wisata air yang meliputi elemen-elemen antara lain keanekaragaman atraksi wisata air, keunikan atau ciri khas kawasan wisata air, keramahtamahan penduduk sekitar, pemandangan alam dan perairan serta cuaca yang mendukung untuk melakukan kegiatan wisata air.
- b) Fasilitas penunjang, meliputi elemen-elemen: prasarana dan sarana, fasilitas, transportasi, dan akomodasi.

2.3 Segmentasi Pasar Wisata Air

2.3.1 Pengertian Segmentasi Pasar Wisata Air

Segmentasi pasar wisata memiliki sejumlah pengertian yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Mill-Morison (1985) mengemukakan bahwa segmentasi pasar wisata adalah salah satu bagian dari pemasaran yang merupakan langkah akhir dari permintaan dan merupakan proses dari pengelompokan dan pengklasifikasian manusia dengan kesamaan kebutuhan dan keinginan yang dikelompokkan sebagai perhatian dari tujuan dan melayani pasar. Sedangkan menurut Gunn (1991) segmentasi merupakan pembagian pasar ke dalam kelompok yang homogen, dimana masing-masing kelompok tersebut diperkirakan sebagai target pasar yang potensial. Holloway (1989) menyebutkan bahwa segmentasi pasar wisata adalah proses identifikasi suatu lokasi menurut target pasar dengan cara pengumpulan informasi mengenai wisatawan tersebut dan pendataan objek dan atraksi serta jenis wisatawan yang tertarik dengan wisata tersebut.

Dari pengertian segmentasi pasar wisata diatas maka segmentasi pasar wisata air dapat dirumuskan sebagai pengklasifikasian atau pembagian wisatawan yang mengunjungi obyek wisata air dan merupakan target pasar potensial, memiliki minat atau ketertarikan mengunjungi dan melakukan kegiatan wisata air dan dikelompokkan sebagai perhatian dari tujuan dan melayani pasar dengan memperhatikan keinginan, permintaan, dan kebutuhan wisatawan.

2.3.2 Penggolongan Segmentasi Pasar Wisata Air

Segmentasi pasar yang efektif memiliki beberapa syarat (Lawson dan Bovy, dalam Aryawan,2000:20). Syarat tersebut adalah:

1. *Measurable*, yaitu kelompok harus bisa diukur dengan variabel tertentu.
2. *Assessable*, yaitu usaha promosi harus mendatangkan respon yang diinginkan.
3. *Substansial*, yaitu segmen yang ada harus sesuai dengan waktu, uang, dan usaha yang sudah dikeluarkan.

4. *Reliable*, yaitu karakteristik wisatawan harus merupakan indikator yang tetap dari pasar potensial.

Segmentasi pasar wisata menurut Gunn (1988) dibagi dalam tujuh klasifikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan perjalanan, meliputi produk khusus yang dicari oleh wisatawan, yaitu kesenangan, bisnis pribadi, bisnis lainnya, rapat, dan olahraga.
2. Saluran distribusi, yang dapat dicapai melalui penjualan langsung, agen perjalanan, pemandu perjalanan, maskapai penerbangan, pemerintah, dan biro lokal.
3. Sosial-ekonomis/demografis, misalnya umur, jenis kelamin, suku bangsa, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, dan kelompok sosial.
4. Keterkaitan produk, indikator yang sulit untuk diperoleh misalnya aktivitas rekreasi, perlengkapan, lama tinggal, dan pola partisipasi.
5. Psikografis, yaitu pendekatan yang efektif untuk digunakan misalnya ciri individu, gaya hidup, ketertarikan, motivasi, dan pendapat.
6. Geografis, indikator yang paling sering digunakan misalnya negara, daerah asal, kota, ukuran kota, dan kepadatan penduduk.
7. Tingkat frekuensi, yaitu penggunaan yang berdasar pada efektivitas biaya, misalnya pengguna berat, menengah, atau rendah.

Sedangkan menurut Soekadijo (1996), segmentasi pasar wisata digolongkan kedalam tiga kelompok, yaitu:

1. Menurut kondisi geografis, menunjukkan daerah-daerah yang masing-masing memiliki ciri khas.
2. Menurut kondisi sosio-profesional, yaitu lapangan pekerjaan, pendapatan, jenis kelamin, umur yang semuanya merupakan faktor yang ikut menentukan diadakannya perjalanan wisata. Segmen pasar ini antara lain adalah golongan ahli hukum, pedagang, dokter, pegawai negeri, dan sebagainya.
3. Menurut motivasi wisata, yaitu bermacam-macam kebutuhan yang harus dipenuhi dengan mengadakan perjalanan wisata atau motif yang mendorong orang untuk mengadakan perjalanan wisata.

Indikator penentu segmentasi pasar wisata air juga mengikuti penggolongan seperti yang telah diuraikan diatas. Hasil dari segmentasi pasar wisata air dapat dijadikan acuan dalam pengembangan atraksi wisata air yang dibutuhkan atau diminati pasar wisata air tersebut, dilihat dari indikator demografis antara lain untuk melihat segmen pasar dari usia atau kemampuan finansial untuk menikmati atraksi wisata air, indikator geografis antara lain untuk menentukan tingkat kebutuhan akomodasi dan transportasi di sekitar kawasan wisata air tersebut, keterkaitan

produk wisata yaitu kegiatan yang diminati, fasilitas pendukung, dan lain-lain, serta indikator psikografis atau motivasi berwisata air untuk menentukan jenis atraksi wisata air yang dapat digunakan atau dimanfaatkan oleh wisatawan sesuai dengan motivasi mereka.

2.4 Atraksi Wisata Air

2.4.1 Pengembangan Atraksi Wisata

Atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui suatu pertunjukan (*shows*) yang khusus diselenggarakan untuk para wisatawan. Jadi atraksi wisata dibedakan dengan obyek wisata (*tourist objects*), karena obyek wisata dapat dilihat atau disaksikan tanpa membayar. Selain itu, dalam atraksi wisata untuk menyaksikannya harus dipersiapkan terlebih dahulu, sedangkan obyek wisata dapat dilihat tanpa dipersiapkan terlebih dahulu, seperti danau, pemandangan, pantai, gunung, candi, monumen, dan lain-lain. Atraksi wisata juga tidak hanya terbatas pada kesenian tradisional saja, tetapi banyak atraksi lain yang cukup menarik untuk disuguhkan pada wisatawan.

Komponen ini memegang peranan yang sangat penting, mengingat potensi wisata yang dijual, sedangkan komponen lain merupakan pendukungnya. Tanpa adanya persiapan yang matang maka atraksi tersebut tidak dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan (Yoeti, 1996:181). Menurut Mill dan Morrison (1985), atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke tempat wisata. Pada suatu daerah tujuan wisata harus terdapat suatu unsur-unsur penawaran kepada wisatawan. Unsur-unsur penawaran tersebut menurut Wahab (1996) adalah:

- Sumber-sumber alam terdiri dari iklim, tata letak tanah dan pemandangan alam, unsur rimba, flora dan fauna, pusat-pusat kesehatan.
- Hasil karya buatan manusia, misalnya sarana pelengkap, sarana pencapaian dan transportasi penunjang, prasarana umum, dan lain-lain.
- Tata cara hidup masyarakat, misalnya upacara Hari Raya Waisyak di Candi Mendut dan Borobudur.

Pengertian obyek wisata (*Tourist Attraction*) yaitu sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Manfaat (*benefit*) dan kepuasan (*satisfaction*) yang diperoleh dari obyek wisata tersebut ditentukan oleh dua faktor yang saling terkait yaitu *tourism resources* dan *tourist services*. Penggunaan istilah obyek wisata dilakukan untuk melihat obyek tersebut tanpa adanya persiapan yang dilakukan terlebih dahulu dan tanpa bantuan orang lain (Yoeti, 1996:172).

Menurut Undang-Undang RI Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan dikatakan bahwa obyek dan daya tarik wisata terdiri atas:

- a. Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna.
- b. Obyek dan daya tarik pariwisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Atraksi wisata sebagai tujuan utama orang berkunjung ke suatu daerah, harus tetap dikelola dan direncanakan dengan baik agar dapat dioptimalkan manfaatnya dan diminimalkan akibat yang ditimbulkan. Menurut Gunn terdapat beberapa pertimbangan perencanaan atraksi wisata (Gunn, 1988:60-61) adalah:

1. Atraksi dibuat dan dikelola

Seringkali suatu tempat wisata telah dibuat dan ditata sedemikian rupa tetapi tidak dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Atau bahkan terjadi kerusakan pada tempat-tempat atraksi wisata tersebut akibat kedatangan wisatawan. Oleh karena itu, beberapa hal yang terkait dengan lingkungan atraksi tersebut harus diperhatikan.

2. Keuntungan atraksi akibat pengelompokan

Pengelompokan atraksi wisata mempunyai dampak promosi yang lebih besar dan lebih efisien dibandingkan dengan penyajian atraksi yang berdiri sendiri. Sehingga didalam pengelompokan wisata tersebut disebutkan tema-tema wisata yang akan dibuat.

3. Jaringan pelayanan atraksi

Walaupun tujuan utama kunjungan wisata adalah untuk menyaksikan atau melakukan atau membeli atraksi wisata, peranan fasilitas dan infrastruktur pendukung juga sangat penting. Keberadaan atraksi dan kegiatan wisata tidak dapat dipisahkan dengan sarana dan prasarana pendukungnya.

4. Lokasi atraksi wisata baik di desa maupun di kota harus sama-sama diperhatikan

Masing-masing lokasi mempunyai potensi yang berbeda, sehingga harus sama-sama diperhatikan. Tetapi perencanaan dan perlakuan potensi tersebut harus berbeda tergantung jenis atraksi dan kegiatan wisata.

2.4.2 Pengembangan Atraksi Wisata air

Suatu tempat atau kawasan wisata di suatu daerah baiknya memiliki beraneka warna ragam atraksi, baik itu merupakan atraksi keindahan alam, keagungan manifestasi kebudayaan, pusat perekonomian, maupun atraksi lengkap yang dalam keseluruhannya merupakan daya tarik kuat bagi para wisatawan dari segala pelosok, dalam maupun luar negeri. Lebih ideal lagi apabila tempat atau daerah itu memiliki berbagai macam atraksi dalam lingkungan wilayah yang luasnya beradius tidak lebih dari 50 km. Wilayah semacam ini patut dibangun dan dikembangkan sebagai

daerah tujuan wisata yang paling baik, sebab dapat memberikan kemungkinan bagi para wisatawan untuk berlibur, istirahat, melihat-lihat, mengetahui dan menikmatinya.

Salah satu alternatif pengembangan atraksi wisata adalah atraksi wisata air. Atraksi wisata air ini terkait dengan pariwisata alam, karena sumber daya yang digunakan sebagai modal atau potensi pengembangan atraksi wisata air adalah kondisi alam yang berupa kawasan perairan, yang antara lain yaitu danau dan waduk. Pada umumnya, menurut hasil pengamatan, penyelidikan serta pengalaman di masa-masa lampau, wilayah pariwisata yang baik dikunjungi adalah daerah yang digolongkan ke dalam Daerah Tujuan Wisata yang tergantung atas alam, yaitu tempat-tempat untuk berlibur, beristirahat, dan rekreasi guna kesehatan badan jasmani maupun rohani (Pendit, 1999:73).

Sebelum memutuskan pemanfaatan suatu perairan untuk pengembangan kepariwisataan perlu dipertimbangkan berbagai faktor, antara lain yaitu peluang kelayakannya sebagai tujuan wisata, aktivitas atau atraksi wisata yang mungkin akan dapat dikembangkan, target atau sasaran konsumen, serta peluang pemanfaatan lahan sekitar sebagai penunjang kepariwisataan perairan (Fandeli, 1995:226).

2.4.3 Penggolongan Atraksi Wisata Air

Atraksi wisata menurut Hadinoto dapat digolongkan kedalam beberapa kelompok berdasarkan aspek-aspek sebagai berikut (Hadinoto, 1996:75-76):

1. Berdasarkan keistimewaan
 - Atraksi *resource-based* yang unik dan langka, dan tidak ada di daerah-daerah tujuan wisata yang berdekatan. Jenis atraksi ini memiliki daya tarik kuat untuk mendatangkan wisatawan jarak jauh atau negara lain, misal Candi Borobudur.
 - Atraksi *consumer oriented*, seperti atraksi wisata air yaitu kolam renang, memancing, berperahu, air terjun, dan sebagainya. Atraksi ini memiliki daya tarik pengunjung lokal dan kurang daya tarik bagi wisatawan jarak jauh.
2. Berdasarkan prioritas
 - Atraksi primer atau atraksi utama, mendapat prioritas untuk dikembangkan.
 - Atraksi sekunder direkomendasikan untuk turut dikembangkan bersamaan dengan pengembangan atraksi primer. Letak atraksi sekunder disekitar atau berdekatan dengan atraksi primer. Dengan cara ini diharapkan dapat membantu menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata.
3. Berdasarkan jenis
 - Atraksi geografis daerah yang diperhatikan dalam usaha pengembangan daerah, misalnya pemandangan alam, kawasan perairan, dan sebagainya.

- Peristiwa menarik, seperti Festival Borobudur, Festival Danau Toba, Festival Bunaken, dan sebagainya. Peristiwa menarik tersebut memerlukan promosi serta meminta perhatian pada pasar wisata.

Penggolongan atraksi wisata tersebut diatas dapat diterapkan pula untuk penggolongan atraksi wisata air yang kemudian digunakan sebagai acuan dalam menentukan rencana pengembangan kawasan wisata lebih lanjut, sehingga sesuai dengan keistimewaan atau keunikan atraksi, prioritas pengembangan atraksi, serta jenis atraksi. Pada umumnya atraksi yang telah diidentifikasi namun belum dikembangkan bukan merupakan atraksi yang sudah perlu dipromosikan. Pengembangan dalam hal ini meliputi sarana dan prasarana, transportasi dan akomodasi. Pada waktu pengadaan survei identifikasi atraksi wisata air, pada waktu yang sama perlu dievaluasi bagaimana suatu atraksi wisata air akan dikembangkan.

2.4.4 Karakteristik Wisata Air

Karakteristik wisata air dapat dibedakan secara non fisik (Majalah “Konstruksi”, 1992:20) dan secara fisik (Priatmodjo, 1994:8), yaitu sebagai berikut:

1. Secara non fisik

- Aspek keistimewaan gerakan air, karena perairan memiliki lingkungan yang unik, rasa keterbukaan dan kualitas temperatur, seperti daya apung, angin, arus, ombak, pasang surut, gelombang, dan cahaya di permukaan air.
- Aspek ekologi air, karena kehidupan dan kemurnian air dapat menawarkan sejumlah kesempatan menarik untuk terciptanya lingkungan yang unik, rasa keterbukaan, dan kenyamanan suasana.

2. Secara fisik

- Pesisir (*beach coastal*), yaitu kawasan tanah atau pesisir yang landai atau datar dan langsung berhubungan dengan air. Merupakan tempat berjemur atau duduk-duduk di bawah keteduhan pohon sambil menikmati pemandangan perairan.
- *Promenade / esplanade*, yaitu perkerasan di kawasan tepian air untuk berjalan-jalan atau berkendara (sepeda atau kendaraan tidak bermotor lain) sambil menikmati pemandangan perairan. *Promenade* adalah perkerasan yang dinaikkan hanya sedikit di atas permukaan air, sedangkan *esplanade* adalah perkerasan yang dinaikkan lebih jauh dari permukaan air.
- Dermaga, yaitu tempat bersandar kapal atau perahu, sekaligus sebagai jalan diatas air untuk menghubungkan daratan dengan kapal.
- Jembatan, yaitu penghubung antara 2 (dua) bagian yang terpisah oleh perairan.

- Pulau buatan atau bangunan buatan, dibuat diatas air di sekitar daratan untuk menguatkan kehadiran unsur air di kawasan tersebut. Bangunan atau pulau buatan tersebut dapat terpisah dari daratan atau dihubungkan dengan jembatan yang merupakan kesatuan perancangan.
- Ruang terbuka (*open space*), yaitu taman atau plaza yang dirangkaikan dalam satu jalinan ruang dengan kawasan tepian air.

2.4.5 Jenis Wisata Air

Jenis aktifitas wisata yang mungkin dapat dilakukan di perairan waduk atau danau antara lain yaitu renang, pemancingan, dayung perahu, olahraga air, dan perikanan wisata. Perikanan wisata adalah suatu pemanfaatan usaha perikanan sebagai obyek kunjungan wisata. Kegiatan perikanan wisata dapat berupa penangkapan ikan sebagai hobi (*game fishing*), pemancingan ikan sebagai hobi (*sport fishing*), kunjungan ke lokasi budidaya ikan hias/konsumsi yang dilengkapi dengan daya tarik berupa “display” ikan hias (*ornamental fish*). Untuk perairan waduk atau danau yang dalam maka wadah budidaya tersebut dapat berupa keramba jaring apung (*floating net cage*), sedangkan untuk perairan dangkal dapat menggunakan hampang/sistem pagar (*pen culture system*). Aktifitas perikanan wisata ini dapat menjadi suatu atraksi wisata yang cukup menarik dalam kawasan tersebut.

Untuk lebih jelasnya, kegiatan wisata air dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu kegiatan rekreasi dan kegiatan wisata olahraga perairan (Majalah “Konstruksi”, 1992). Jenis-jenisnya antara lain adalah sebagai berikut:

1. Santai di perairan, merupakan aktifitas pasif (wisatawan tidak terlibat dalam aktifitas secara langsung), tidak memerlukan keahlian dan biasanya bersifat massal.
2. Berenang atau bermain di air
3. Wisata keliling perairan, merupakan aktifitas di atas air (misalnya memancing) sambil menikmati pemandangan dengan perahu atau kapal, dan lain-lain.
4. Ski Air, salah satu jenis olahraga air menggunakan motorboat sebagai penarik.
5. Kano, adu kecepatan dengan 1 sampai 4 orang pendayung, menggunakan lintasan panjang dan lurus dengan gelombang air lurus, serta arus yang tidak melintang pada lintasan dan tidak terlalu besar.
6. Dayung, merupakan olahraga air yang dilakukan oleh lebih dari 10 orang, menggunakan lintasan lurus dengan panjang minimal 2000 meter dan kedalaman minimal 2,5 meter.
7. Layar, olahraga kecepatan dan ketangkasan yang mengandalkan kecepatan angin serta menggunakan lintasan lurus dan tempat belokan.
8. Selancar air, menggunakan papan seluncur dengan mengandalkan gelombang air yang besar.

9. Selancar angin, hampir sama dengan selancar air tetapi mengandalkan kecepatan angin yang tinggi.
10. Arung Jeram, memanfaatkan kecepatan arus yang tinggi, biasanya untuk sungai dengan arus deras.

Kegiatan wisata olahraga perairan ini dilakukan oleh orang-orang yang memiliki motif olahraga dalam melakukan perjalanannya. Jenis dari atraksi wisata ini dapat dibagi dalam dua kategori (Karyono, 1997), yaitu:

a. *Big Sports Events*

Big Sports Events merupakan peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti *Olympiade Games*, yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.

b. *Sporting Tourism of the Practitioners*

Merupakan pariwisata olahraga air bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan olahraga tersebut sendiri, seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, berburu, jet ski, dan lain-lain, seperti yang dilaksanakan di negara Swiss yang terkenal dengan olah raga ski-nya.

2.4.6 Fasilitas Wisata Air

Untuk mendukung pengembangan atraksi wisata air, maka perlu diperhatikan fasilitas-fasilitas objek wisata yang dibutuhkan. Fasilitas tersebut meliputi penyediaan rekreasi, aktivitas-aktivitas budaya dan sosial, hiburan dan olahraga, perbelanjaan, bagian administrasi, pelayanan teknis dan tambahan lainnya (dalam Galuh Astika N, 2002:64) yang diuraikan sebagai berikut:

1. Rekreasi, olahraga, dan aktivitas-aktivitas kebudayaan dan sosial.

Fasilitas-fasilitas kolektif harus ditata dan diatur dengan hati-hati untuk menambah semangat kegembiraan bagi wisatawan, untuk menimbulkan ketertarikan dan mengundang partisipasi, serta untuk menarik banyak penonton, dan yang penting untuk menciptakan kenyamanan bagi para wisatawan.

2. Toko, warung kedai, dan layanan atau jasa yang terkait.

Fasilitas perdagangan di obyek wisata liburan agak berbeda dari yang ada di kota-kota atau desa dengan ukuran yang sama, tidak hanya pada tipe jenis toko, tapi juga pada jumlahnya, karena wisatawan berharap untuk menemukan banyak toko di kawasan wisata, khususnya jika mereka tidak membawa mobil pribadi atau di obyek wisata yang aksesibilitasnya sulit.

3. Pelayanan administrasi, teknikal, dan penunjang lainnya.

Luas atau banyaknya pelayanan tersebut yang diakomodasikan dalam kawasan wisata tergantung pada lokasi atau letaknya, banyaknya penduduk bukan turis, kedekatannya dari kota-kota besar lain, dan luasan atau tingkatan administrasi pelayanan publik regional.

Sebuah obyek wisata harus menyediakan semua pelayanan dari kota pusat berukuran kecil atau menengah, ditambah spesifikasi lain yang disyaratkan untuk obyek pariwisata. Organisasi dari berbagai pelayanan dan fasilitas yang dibutuhkan tergantung pada undang-undang administratif atau peraturan dari pemerintahan regional atau daerah yang bertanggungjawab terhadap berbagai pelayanan di obyek wisata yang menawarkan suatu atraksi wisata tertentu, dalam hal ini, atraksi wisata air.

Fasilitas wisata air yang bersifat fisik dan harus diperhatikan ketersediaannya di sekitar kawasan wisata untuk menunjang atraksi yang ada (Majalah “Konstruksi”, 1992:20) antara lain yaitu:

1. Dermaga, yaitu tempat bersandar perahu atau kapal yang juga berfungsi sebagai jalan menghubungkan daratan dengan perahu.
2. Marina, yaitu fasilitas umum di tepian perairan untuk tempat berlabuh dan pangkalan kapal-kapal untuk keperluan wisata.
3. Pusat informasi wisata, yaitu fasilitas penerangan bagi wisatawan yang menyediakan informasi dan panduan wisata.
4. Shelter, yaitu fasilitas gardu pandang yang tersebar di tempat-tempat strategis di tepian perairan.
5. Akomodasi, yaitu fasilitas penginapan berupa hotel, motel, cottage, perkemahan, atau *guesthouse*.
6. Fasilitas pendukung, antara lain yaitu musholla, *lavatory* (kamar mandi), *souvenir shop*.
7. Arena bermain (*playground*), yaitu suatu area di kawasan wisata tersebut yang digunakan sebagai tempat bermain anak-anak.
8. Fasilitas olahraga perairan, fasilitas ini memanfaatkan potensi perairan yang ada sebagai tempat berolahraga prestasi yang juga merupakan atraksi bagi wisatawan sebagai pertunjukan atau pemandangan wisata diantara objek wisata yang lain.
9. *Open space*, merupakan orientasi wisatawan untuk menuju ke objek lain yang juga berfungsi sebagai *sitting ground* untuk menikmati pemandangan.

2.4.7 Dasar Pertimbangan Pengembangan Atraksi Wisata Air

Dalam menentukan jenis-jenis atraksi wisata air yang dapat dikembangkan di kawasan wisata Rawa Pening perlu memperhatikan beberapa hal sebagai dasar pertimbangan sehingga atraksi yang akan dikembangkan memiliki ciri khas tersendiri. Dasar pertimbangan tersebut antara lain yaitu:

1. Karakteristik lokasi objek wisata air yaitu berupa lingkungan alamiah dan fasilitas wisata yang tersedia yang berfungsi sebagai sumber daya dalam mengembangkan objek wisata

tersebut. Misalnya suatu lokasi wisata memiliki potensi berupa potensi alam pegunungan maka atraksi wisata olahraga air yang dapat dikembangkan adalah olahraga gunung, misalnya mendaki gunung (*hiking*), panjat tebing (*mount climbing*), terbang layang, dan lain sebagainya (Nyoman S. Pendit, 1999). Untuk lokasi dengan potensi alam pegunungan es maka olahraga yang dapat dikembangkan adalah olahraga ski. Sedangkan lokasi wisata dengan potensi alam danau, sungai, atau rawa, maka atraksi wisata air yang cocok dikembangkan adalah atraksi wisata air, misalnya dayung perahu, memancing, renang, dan lain sebagainya.

2. Karakteristik daerah yang lebih luas, khususnya yang berkaitan dengan fasilitas pelayanan yang ada di luar kawasan wisata, hasil kerajinan masyarakat, kesenian, upacara tradisonal, serta hasil-hasil pertanian, yang semuanya dapat dijadikan sebagai daya tarik dan penunjang variasi atraksi wisata air yang akan ditawarkan kepada wisatawan.
3. Karakteristik wisatawan yang berkunjung juga sangat penting dipertimbangkan untuk memilih jenis-jenis atraksi wisata air yang ingin dikembangkan, karena peran wisatawan berfungsi sebagai pemakai produk yang ditawarkan.

Pengembangan lingkungan atau kawasan wisata air memerlukan adanya pertimbangan-pertimbangan khusus dalam perencanaannya. Pengelompokan fasilitas merupakan kesatuan yang kompleks. Zonasi dalam hal ini diperlukan khususnya di di area perairan untuk menghindari terjadinya konflik penggunaan area untuk aktivitas-aktivitas yang berbeda, misalnya antara berenang, berperahu, atau dengan memancing (Marpaung, 2002:83).

2.4.8 Kriteria Keberhasilan Pengembangan Atraksi Wisata Air

Dalam melakukan usaha pengembangan atraksi wisata air harus tetap mengacu pada kerangka umum berupa kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan (Suwantoro, 2001:20) yaitu sebagai berikut:

1. Kelayakan Finansial
Studi kelayakan finansial ini merupakan studi mengenai perhitungan secara komersial dari pengembangan atraksi wisata air dalam suatu kawasan. Perkiraan untung-rugi dan berapa lama tenggang waktu yang dibutuhkan untuk kembali modal pun sudah harus diperkirakan dari awal.
2. Kelayakan Sosial Ekonomi Regional
Studi ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk usaha pengembangan atraksi wisata air akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional, antara lain yaitu apakah dapat menciptakan lapangan kerja, dapat meningkatkan

penerimaan devisa, meningkatkan penerimaan pada sektor lain seperti pajak, perindustrian, perdagangan, pertanian, perikanan, dan lain-lain.

3. Layak Teknis

Usaha pengembangan atraksi wisata air harus dapat dipertanggungjawabkan secara teknis dengan melihat daya dukung yang telah ada. Daya tarik suatu objek wisata atau atraksi wisata yang direncanakan akan berkurang atau bahkan hilang bila atraksi wisata yang terdapat dalam suatu objek wisata tersebut membahayakan keselamatan wisatawan.

4. Layak Lingkungan

Analisis dampak lingkungan dapat digunakan sebagai acuan kegiatan pengembangan atraksi wisata air. Pengembangan yang menyebabkan rusaknya lingkungan sekitar harus dihentikan pembangunannya. Pengembangan tidak dilakukan dengan merusak lingkungan tetapi sekedar memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia dan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia tanpa merusak kualitas sumber daya alam tersebut

2.5. Rangkuman Kajian Literatur Pengembangan Atraksi wisata air

Dari seluruh kajian literatur yang telah diuraikan diatas, untuk memudahkan penggunaan teori-teori sebagai dasar atau acuan melakukan analisis pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening disusun suatu rangkuman kajian teori seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel II.1
Rangkuman Kajian Teori

Teori	Isi Teori	Manfaat
Definisi pariwisata secara umum dan Pariwisata Air Gunn, 1988; Kohdyat, 1996; Wahab, 1996	<ul style="list-style-type: none"> - Pariwisata air adalah kegiatan bepergian ke kawasan perairan - Pariwisata air merupakan kegiatan yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari dengan menikmati pemandangan kawasan perairan atau melakukan kegiatan wisata air. - Pariwisata air selalu dikaitkan dengan penggunaan fasilitas yang mendukung kegiatan wisata air. - Pariwisata air dikaitkan dengan kegiatan bersenang-senang atau hiburan di kawasan wisata air. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui arti pariwisata secara umum dan pariwisata air - Mengetahui lingkup pariwisata air - Berguna untuk analisis karakteristik wisata air
Sistem Pariwisata Secara Umum dan Sistem Pariwisata Air Mill dan Morrison, 1985; Gunn, 1988	<ul style="list-style-type: none"> - Komponen penting dalam sistem pariwisata air adalah perjalanan wisata air, pasar wisata air, tujuan wisata air, dan pemasaran wisata air. - Sistem fungsional pariwisata air dengan pendekatan <i>demand</i> dan <i>supply</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui komponen-komponen penting dalam sistem pariwisata air - Pendekatan <i>demand</i> dan <i>supply</i> dapat digunakan untuk mengembangkan pariwisata air.

<p>Definisi Kawasan Pariwisata Air Inskoop, 1991</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap - Kawasan wisata air adalah kawasan yang disediakan untuk kegiatan wisata dengan mengandalkan obyek atau daya tarik perairan 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui definisi kawasan pariwisata secara umum dan kawasan pariwisata air - Mengetahui daerah yang benar-benar dapat disebut sebagai kawasan wisata air - Berguna untuk mengidentifikasi karakteristik kawasan wisata air
<p>Perencanaan wisata air Mill dan Morrison, 1985</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identifikasi alternatif pendekatan (pemasaran, pengembangan, organisasi industri, kepedulian wisata, layanan, dan aktivitas pendukung) - Menyesuaikan dengan hal-hal yang tidak diperkirakan sebelumnya - Mempertahankan keunikan - Menciptakan hal-hal yang diinginkan - Menghindari hal-hal yang tidak diinginkan 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pemahaman perencanaan pariwisata air secara keseluruhan - Memberikan arahan pengembangan elemen-elemen kepariwisataan agar sesuai dengan peran, tanggungjawab, dan motivasi
<p>Elemen-elemen rencana kepariwisataan Page, 1995</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lingkungan alam dan sosial ekonomi - Daya tarik dan kegiatan-kegiatan wisata - Akomodasi - Transportasi - Elemen-elemen kelembagaan - Prasarana lainnya - Fasilitas, utilitas, dan pelayanan wisata lainnya - Pasar wisata domestik dan internasional - Penggunaan prasarana wisata oleh penduduk setempat 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan acuan dalam menyusun rencana kepariwisataan khususnya wisata air, dengan memperhatikan kondisi elemen-elemen tersebut
<p>Aspek perencanaan wisata air Suyitno, 1999</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aspek pasar (kondisi pasar dan kebutuhannya) - Aspek sumber daya (sarana dan prasarana, SDM) - Aspek produk (penyusunan program, perhitungan harga, dan penentuan kebijaksanaan produk) - Aspek operasional (kegiatan pra, selama, dan pasca penyelenggaraan) 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pemahaman mengenai aspek apa saja yang dibicarakan dalam kegiatan perencanaan wisata air
<p>Pendekatan dalam perencanaan wisata air Getz, 1987; Page, 1995; Puslitbang BP. Budpar, 2003</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Boosterism</i> - <i>The economic-industry approach</i> - <i>The physical-spatial approach</i> - <i>The community approach</i> - <i>Sustainable approach (sustainable tourism planning)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan gambaran mengenai pendekatan yang digunakan dalam perencanaan wisata air - Menganalisis bentuk pengelolaan kawasan wisata Rawa Pening - Memberikan pedoman pencapaian suatu pendekatan berkelanjutan yang realistis untuk perencanaan atraksi wisata air - Mengetahui konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan
<p>Pengembangan pariwisata air Goulet, 1968; Soekadjo, 1996; Robinson, 1976; Gunn, 1988</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pengembangan pariwisata air adalah suatu usaha untuk memajukan kegiatan pariwisata air sehingga tercipta suatu usaha kondisi pariwisata yang menghasilkan devisa. - Pariwisata air tidak hanya membenahi 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui faktor-faktor apa yang perlu diperhatikan dalam usaha pengembangan pariwisata air - Mengetahui tujuan mengembangkan pariwisata air - Menganalisis faktor dan komponen

	<p>obyek wisata alam, perairan, akomodasi, restoran tapi lebih luas lagi (atraksi, fasilitas, angkutan, suasana aman, dan lain-lain)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tujuan pengembangan pariwisata air antara lain menciptakan usaha baru, memperluas pasar barang lokal, memperluas lapangan kerja, mempercepat sirkulasi ekonomi 	<p>yang berperan dalam usaha pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening</p>
<p>Faktor-faktor Pengembangan Pariwisata Air Robinson, 1976;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Atraksi wisata air dan fasilitas atau kenikmatannya merupakan dasar utama dari pariwisata air - Elemen utama pembentuk daya tarik wisata dalam pengembangan pariwisata air menurut Robinson yaitu cuaca, pemandangan, fasilitas, sejarah dan budaya, aksesibilitas, akomodasi. - Faktor pembentuk daya tarik wisata air menurut Mc Intosh adalah sumber alam, prasarana, transportasi, sarana, keramah-tamahan 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui dasar utama dari pariwisata air - Mengetahui elemen utama pembentuk daya tarik wisata dalam pengembangan wisata air - Mengetahui faktor-faktor penting yang perlu diperhatikan untuk mengembangkan pariwisata air
<p>Segmentasi pasar wisata air Gunn, 1988; Soekadidjo, 2000</p>	<p>Penggolongan segmentasi pasar wisata air</p> <ol style="list-style-type: none"> Menurut Gunn: <ul style="list-style-type: none"> - Tujuan perjalanan - Saluran distribusi - Sosio-ekonomi/demografis - Keterkaitan produk - Psikografis - Geografis - Tingkat frekuensi Menurut Soekadidjo: <ul style="list-style-type: none"> - Kondisi geografis - Sosio-profesional - Motivasi wisata 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui indikator-indikator yang digunakan dalam penggolongan untuk mengetahui segmentasi pasar wisata air dari wisatawan yang berkunjung ke kawasan Rawa Pening - Mengetahui target pasar yang potensial sehingga pengembangan atraksi wisata air sesuai dengan kondisi dan permintaan pasar
<p>Pengembangan atraksi wisata Gunn, 1994; Wahab, 1996</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui suatu pertunjukan yang diselenggarakan untuk wisatawan - Unsur-unsur penawaran pada suatu daerah tujuan wisata air adalah sumber alam, hasil karya buatan manusia, tata cara hidup masyarakat - Pertimbangan-pertimbangan dalam perencanaan atraksi wisata air (atraksi dibuat dan dikelola, keuntungan atraksi akibat pengelempokan, jaringan pelayanan atraksi, lokasi atraksi wisata) 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui pertimbangan apa saja yang perlu diperhatikan dalam pengembangan atraksi wisata - Menganalisis atraksi wisata yang sesuai untuk dikembangkan di kawasan Rawa Pening - Menganalisis konsep pengembangan atraksi wisata air di Rawa Pening
<p>Pengembangan atraksi wisata air Fandeli, 1995; Hadinoto, 1996; Karyono, 1997; Majalah "Konstruksi", 1992; Marpaung, 2002;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor pertimbangan pengembangan pariwisata air antara lain peluang kelayakan, atraksi wisata air yang mungkin dikembangkan, target konsumen, peluang pemanfaatan lahan - Penggolongan atraksi wisata air berdasarkan keistimewaan, prioritas, dan jenis 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pemahaman mengenai pengembangan atraksi wisata air - Mengetahui penggolongan atraksi wisata yang sesuai dengan potensi, prioritas maupun jenis atraksi - Mengetahui karakteristik wisata air - Mengetahui jenis-jenis atraksi wisata air dan fasilitasnya yang

Pendit, 1999; Priatmodjo, 1994; Suwanto; 2001.	<ul style="list-style-type: none"> - Karakteristik wisata air secara fisik dan non fisik - Jenis atraksi wisata air yang dapat dikembangkan - Jenis atraksi wisata olahraga perairan (<i>big sport events</i> dan <i>sporting tourism of the practitioners</i>) - Fasilitas wisata air - Faktor yang mempengaruhi pengembangan atraksi wisata air dan dasar pertimbangannya - Kriteria keberhasilan pengembangan atraksi wisata air 	sesuai untuk diterapkan pada lokasi studi <ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui faktor yang mempengaruhi pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening - Mengetahui kriteria-kriteria keberhasilan pengembangan atraksi wisata air
--	---	---

Sumber : Hasil Analisis, 2004

BAB III

TINJAUAN UMUM PENGEMBANGAN OBYEK WISATA AIR DI KAWASAN RAWA PENING KABUPATEN SEMARANG

3.1 Tinjauan Umum Pariwisata di Kabupaten Semarang

Kabupaten Semarang menurut Buku Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Jawa Tengah termasuk dalam Sub Daerah Tujuan Wisata A (DTW A) Merapi-Merbabu atau termasuk dalam Unit Kawasan Wisata (UKW) Semarang. Menurut Buku Laporan Akhir Penyempurnaan Buku Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Jawa Tengah dalam Rangka Penyusunan Rencana Peraturan Daerah, pengembangan objek wisata di UKW Semarang ditujukan kepada pengembangan objek wisata buatan, budaya, dan alam. Pengembangan wisata budaya misalnya bangunan peninggalan masa kolonial, museum, upacara adat, dan peninggalan sejarah lain. Pengembangan wisata buatan dilakukan agar tercipta objek wisata rekreasi wisata regional, pelayanan wisata konvensi dan olahraga. Sedangkan pengembangan wisata alam lebih diarahkan kepada pengembangan wisata pantai, alam pegunungan, dan danau atau rawa.

Perkembangan wilayah di Kabupaten Semarang merupakan salah satu contoh perkembangan yang disebabkan oleh adanya perkembangan kawasan wisata. Banyaknya kawasan wisata yang terdapat di Kabupaten Semarang menyebabkan Kabupaten Semarang lebih banyak mengalami perkembangan kearah kegiatan pariwisata. Namun jika dilihat dari perkembangan jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 1996 hingga tahun 2000 seperti yang tercantum dalam tabel dibawah ini terjadi penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung walaupun jumlah obyek wisata yang ditawarkan kepada para wisatawan telah ditambah. Penurunan yang cukup drastis terjadi pada antara tahun 1997 dan 1998 serta antara tahun 1998 dan 1999.

Tabel III.1
Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan
ke beberapa obyek wisata utama di Kabupaten Semarang

No.	Tahun	Gedong Songo	Bukit Cinta	Palagan Ambarawa	Muncul
1.	1997	90.593	34.372	9.479	56.783
2.	1998	76.862	20.775	6.630	41.531
3.	1999	37.609	13.509	5.100	20.272
4.	2000	37.098	11.805	4.134	10.072

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang,2000

Jumlah pengunjung obyek wisata atau taman rekreasi di Kabupaten Semarang lebih didominasi oleh wisatawan nusantara daripada wisatawan mancanegara. Untuk jenis wisata yang banyak diminati oleh wisatawan mancanegara di Kabupaten Semarang adalah jenis wisata budaya walaupun tiap tahunnya mengalami penurunan jumlah wisatawan. Wisatawan nusantara lebih banyak mengunjungi obyek wisata yang menawarkan jenis wisata buatan dibandingkan dengan jenis wisata lainnya, yaitu wisata alam dan wisata budaya. Rekapitulasi jumlah pengunjung obyek wisata di Kabupaten Semarang dapat dilihat dalam tabel 3.2. dan tabel 3.3. dibawah ini.

Tabel III.2
Rekapitulasi Jumlah Pengunjung Obyek Wisata/Taman Rekreasi
di Kabupaten Semarang Dirinci Menurut Jenisnya

No	Tahun	ALAM			BUDAYA			BUATAN		
		WISMAN	WISNUS	JUMLAH	WISMAN	WISNUS	JUMLAH	WISMAN	WISNUS	JUMLAH
1.	1996	541	145.261	145.802	3.304	111.891	115.195	349	190.826	191.175
2.	1997	648	138.543	139.191	3.807	100.555	104.362	573	181.939	182.512
3.	1998	127	108.363	108.490	2.719	68.409	71.128	216	148.765	148.981
4.	1999	107	97.536	97.643	2.425	53.846	56.271	5	142.859	142.864
5.	2000	133	90.269	90.402	1.269	54.271	55.540	0	141.983	141.983

Sumber: Statistik Arus Wisata Jawa Tengah, 2000

Tabel III.3
Banyaknya Pengunjung pada Obyek Wisata/ Taman rekreasi di Kabupaten Semarang

No	Tahun	Pengunjung Obyek (orang)		
		WISMAN	WISNUS	JUMLAH
1.	1996	4.194	447.978	452.172
2.	1997	5.028	421.037	426.065
3.	1998	3.062	325.537	328.599
4.	1999	2.537	294.241	296.778
5.	2000	1.402	286.523	287.925

Sumber: Statistik Arus Wisata Jawa Tengah, 2000

Obyek wisata di Kabupaten Semarang mengalami peningkatan jumlah pada tahun 1998 dari 11 (sebelas) obyek wisata menjadi 12 (duabelas) obyek wisata, yang terdiri dari 5 (lima) obyek wisata alam, 3 (tiga) obyek wisata budaya, dan 4 (empat) obyek wisata buatan. Rekapitulasi jumlah obyek wisata di Kabupaten Semarang dapat dilihat pada tabel 3.3. berikut ini.

Tabel III.4
Rekapitulasi Jumlah Obyek Wisata di Kabupaten Semarang
Dirinci Menurut Jenisnya

No	Tahun	Obyek Wisata			Jumlah
		Alam	Budaya	Buatan	
1.	1996	4	3	4	11
2.	1997	4	3	4	11
3.	1998	5	3	4	12
4.	1999	5	3	4	12
5.	2000	5	3	4	12

Sumber: Statistik Arus Wisata Jawa Tengah,2000

Sektor pariwisata menjadi salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Semarang. Kontribusi sektor pariwisata ini mengalami peningkatan pendapatan tiap-tiap tahunnya. Pendapatan pada obyek wisata ini sebagian besar diperoleh dari penjualan karcis tanda masuk, pendapatan retribusi parkir, dan lain-lain. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 3.5. berikut ini.

Tabel III.5
Banyaknya Jumlah Kendaraan Parkir dan Pendapatan
pada Obyek Wisata/ Taman rekreasi di Kabupaten Semarang

No	Tahun	Jumlah Kendaraan Parkir	Pendapatan (Rp)			Jumlah
			Tanda Masuk	Retribusi Parkir	Lain-lain	
1.	1996	48.397	274.743.190	19.432.850	0	294.176.040
2.	1997	64.515	338.974.250	23.472.900	0	362.447.150
3.	1998	81.336	356.366.000	30.351.300	0	386.717.300
4.	1999	79.480	389.970.150	33.805.050	0	423.775.200
5.	2000	71.952	431.851.050	34.145.450	0	465.996.500

Sumber:Statistik Arus Wisata Jawa Tengah,2000

3.2 Tinjauan Umum Wilayah Rawa Pening Kabupaten Semarang

3.2.1 Kondisi Geografis dan Letak Administratif

Rawa Pening secara administratif terletak di Kabupaten Semarang, Propinsi Jawa Tengah, yang secara fisik berada di 4 (empat) wilayah kecamatan, meliputi Kecamatan Tuntang, Kecamatan Bawen, Kecamatan Banyubiru, dan Kecamatan Ambarawa. Peta administrasi Kawasar Rawa Pening dapat dilihat dalam gambar 3.1 berikut ini.

Kawasan Rawa Pening, secara administrasi geografis berbatasan dengan:

- Sebelah Utara : Kota Semarang
- Sebelah Timur : Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Boyolali
- Sebelah Selatan : Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Magelang
- Sebelah Barat : Kabupaten Temanggung dan Kabupten Kendal

Luas permukaan air Rawa Pening selalu berubah-ubah, karena volume airnya dipengaruhi oleh keadaan musim yang ada. Pada musim hujan luasnya dapat mencapai 2.770 Ha, sedangkan di musim kemarau luas permukaannya menyusut hingga mencapai 1.300 Ha. Kawasan ini dibagi menjadi 6 (enam) sub kawasan, yaitu:

- Sub-Kawasan Tlogo
- Sub-Kawasan Lopait
- Sub-Kawasan Bukit Cinta Brawijaya
- Sub-Kawasan Muncul
- Sub-Kawasan Asinan
- Sub-Kawasan Benteng Pendem

3.2.2 Kondisi Fisik Alam

Sebelumnya Rawa Pening merupakan daerah hutan lebat, karena letusan gunung berapi yang membawa guguran tanah dan lahar serta lumpur, mengakibatkan tertutupnya aliran air di daerah tersebut, maka terjadilah genangan air yang pada akhirnya membentuk sebuah rawa. Sumber air Rawa Pening, disamping didapat dari air hujan juga diperoleh dari sumber mata air dan sungai yang ada disekitar rawa tersebut. Sumber mata air yang ada antara lain Muncul, Rawa Pening, Jonjang, Petet, dan Parat, sedangkan sungai yang mengalir ke Rawa Pening antara lain adalah Sungai Muncul, Sungai Kedungringin, Sungai Rengas, Sungai Galeh, Sungai Parat, Sungai Torong, Sungai Panjang, Sungai Legi Petung, dan Sungai Rawa Pening.

Kawasan Rawa Pening termasuk dalam daerah Aliran Sungai (DAS) Tuntang yang mengalir dari selatan menuju ke arah utara atau timur/timur laut, bermuara ke arah Laut Jawa. Rawa Pening dapat dikatakan merupakan hulu utama Sungai Tuntang karena hulu sungai yang berasal dari sekitar Gunung Ungaran di sebelah barat dari Gunung Merbabu di sebelah selatan alirannya sebagian besar masuk ke Rawa Pening, dan dari Rawa Pening masuk ke Sungai Tuntang. Sungai ini dimanfaatkan untuk Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) Jelok dan PLTA Trimo.

Saat ini pemanfaatan Rawa Pening disamping untuk kegiatan wisata berbasis alam, juga untuk keperluan pembangkit tenaga listrik, pengairan atau irigasi dan perikanan. Rawa Pening merupakan sumber air utama untuk mengairi sawah kurang lebih seluas 39.277 Ha, yang meliputi Kabupaten Semarang, Kabupaten Grobogan, dan Kabupaten Demak. Untuk perikanan darat

ditangani oleh Dinas Perikanan Kabupaten Semarang dan pengaturannya melalui SK Bupati KDH Tingkat II Semarang No. 488.4/637/1988 tanggal 4 Juni 1988. Produksi ikan yang telah dicapai kurang lebih 700 ton per tahun dengan jenis ikan nila, mujair, tawes, dan jenis lainnya. Bahkan tanah-tanah gambut yang ada di Rawa Pening diambil untuk pembudidayaan tanaman jamur.

Keadaan topografi Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang berdasarkan tiap-tiap sub kawasan ditampilkan dalam tabel berikut ini :

Tabel III.6
Topografi Wilayah Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang

No.	Sub-kawasan	Ketinggian Wilayah	Kemiringan Lahan	Keterangan
1.	Tlogo	523 – 600 m dpl	Minimal 0 – 5% Maksimal 75%	Desa Daleman Gunung Rong
2.	Lopait	500 – 520 m dpl	Maksimal + 10%	
3.	Bukit Cinta-Brawijaya	466 –550 m dpl	0% - 5% 15% - 45%	Lembah Bukit Cinta dan Brawijaya
4.	Muncul	450 – 466 m dpl	0% - 5%	
5.	Asinan	512 – 523 m dpl	0% - 5% Maksimal 60%	Sekitar Jalan Arteri Kebun Kempul
6.	Benteng Pendem	467 – 475 m dpl	> 5%	

Sumber : Diparda Propinsi Jawa Tengah, 1996

3.2.3 Kondisi Pariwisata di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang

Kawasan Rawa Pening secara umum terletak pada pertengahan jalur Semarang-Surakarta, serta terletak pada pertengahan jalur Semarang-Yogyakarta. Selain itu Kawasan Rawa Pening juga terletak pada simpul jalur Semarang-Wonosobo, Purwokerto, serta Semarang-Salatiga. Hal ini memudahkan aksesibilitas para wisatawan yang akan menuju ke kawasan wisata tersebut dengan menggunakan angkutan umum yang menghubungkan kota-kota tersebut.

Rawa Pening berada pada ketinggian 460 meter diatas permukaan laut dengan luasnya kurang lebih 2.770 Ha dan dikelilingi oleh gunung-gunung diantaranya Gunung Merbabu, Gunung Telomoyo, dan Gunung Ungaran. Bentangan alamnya berupa panorama indah yang terdiri dari Rawa Pening itu sendiri dan gunung-gunung serta perbukitan yang ada disekelilingnya memberikan iklim yang relatif sejuk, perkebunan kopi, kehidupan masyarakat pedesaan, dan lain-

lain. Asal mula danau Rawa Pening adalah merupakan daerah hutan lebat, karena letusan gunung berapi kemudian terjadi penimbunan, sehingga menutupi aliran-aliran air yang ada di daerah tersebut dan terjadilah genangan-genangan air yang kemudian membentuk rawa-rawa. Pada tahun 1916 di kali Tuntang dibangun bendungan air yang menyebabkan permukaan air rawa naik sekitar 2 meter sehingga menjadikan daerah tersebut sebuah danau.

Obyek wisata dari tiap-tiap sub kawasan di kawasan pariwisata Rawa Pening memiliki karakteristik yang berbeda sehingga menciptakan obyek-obyek wisata yang berbeda pula sesuai dengan potensi alam atau budaya yang terkandung. Hingga saat ini telah ada 6 sub kawasan wisata Rawa Pening yang telah memiliki kegiatan wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik, seperti dalam tabel 3.7 berikut.

Tabel III.7
Luas Wilayah dan Kegiatan yang Telah Ada di
Kawasan Pariwisata Rawa Pening Kabupaten Semarang

No.	Sub-kawasan	Luas (Ha)	Desa	Kecamatan	Kegiatan wisata yang telah ada
1.	Tlogo	± 412	- Lopait - Tuntang - Tlogo - Delik - Watuagung	Tuntang	- Camping Ground - Wisata Agro (resort)
2.	Lopait	± 6	- Lopait	Tuntang	- Rumah makan - Pemandian - Taman Bermain - Berdelman - Pasar Kriya
3.	Bukit Cinta-Brawijaya	± 15	- Kebondawa - Rowoboni	Banyubiru	- Rekreasi - Berperahu - Pemandangan Air - Kunjungan ke Situs Brawijaya
4.	Muncul	± 40	- Rowoboni	Banyubiru	- Pemandangan alam - Pemandian - Pemancingan ikan
5.	Asinan	± 424	- Asinan	Bawen	- Gardu pandang
6.	Benteng Pendem	± 14	- Banyubiru	Banyubiru	- Situs

Sumber : Diparda Propinsi Jawa Tengah, 1996

Antara sub-kawasan yang satu dengan yang lain memiliki kekhasan atau keunikan sendiri-sendiri. Hal ini menjadi potensi yang sangat besar bagi Kabupaten Semarang. Keterkaitan antar sub-kawasan di Rawa Pening ditunjukkan dalam gambar 3.2 berikut ini.

3.2.4 Kondisi Umum Sub-Kawasan yang Berpotensi Sebagai Lokasi Atraksi Wisata Air di Rawa Pening

Tidak seluruh sub-kawasan wisata yang terdapat di Kawasan Rawa Pening cocok dan berpotensi untuk dikembangkan sebagai lokasi atraksi wisata air, karena modal utama suatu kawasan menjadi lokasi pengembangan atraksi wisata air tentu adalah pemandangan wilayah perairan. Sub-kawasan tersebut antara lain adalah:

1. Sub-Kawasan Lopait

Daerah ini merupakan akses utama Kawasan Rawa Pening, terletak pada kilometer 42 jalur Semarang-Surakarta dan memiliki topografi yang relatif datar. Sub-kawasan ini pada mulanya digunakan untuk persawahan dan pertanian lainnya, tapi karena potensi pemandangan alam dan didukung oleh topografi yang baik di kawasan ini mulai dikembangkan rumah makan yang dikelola swasta dan dilengkapi dengan area bermain, kolam renang, taman bunga, dan sebagainya.

Dari kawasan ini, ke arah timur dapat dilihat hamparan kebun Dayakan dan Gunung Rong yang hijau mempesona di kawasan Tlogo. Sedangkan ke arah barat dapat dilihat keindahan telaga Rawa Pening dengan latar belakang gunung Merbabu dan perbukitan Banyubiru. Sayangnya, akibat pertumbuhan rumah-rumah makan tersebut, keleluasaan pandangan ke arah telaga yang sebelumnya terbuka lebar dari jalan utama Semarang-Surakarta menjadi terganggu dan tertutup.

2. Sub-Kawasan Muncul

Sub-kawasan ini terletak mengelilingi telaga di bagian selatan dan memiliki topografi yang relatif datar. Berdekatan dengan lokasi kawasan ini adalah sumber air alam yang melimpah. Saat ini, kawasan Muncul telah dimanfaatkan sebagai obyek wisata yang menyajikan atraksi kolam renang, pembibitan ikan, dan pemancingan ikan.

Dengan melihat potensi sumber air yang dimilikinya, kawasan ini sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai obyek wisata yang membutuhkan air yang cukup banyak, seperti kolam renang dan perikanan.

3. Sub-Kawasan Bukit Cinta

Sub-kawasan Bukit Cinta terletak di bagian tenggara kawasan wisata Rawa Pening dan dapat dicapai dari jalur Semarang-Surakarta melalui jalur Asinan-Banyubiru-Bukit Cinta (sekitar 14 km) atau melalui jalur Lopait-Salatiga-Bukit Cinta (sekitar 18 km). Jalan yang melintasi sub-kawasan Bukit Cinta merupakan jalan kolektor sekunder dengan lebar jalan 5 meter dan perkerasan aspal penetrasi. Pada jalur ini telah dilalui angkutan mikro bus yang melayani penumpang dengan rute Salatiga-Banyubiru.

Dari kawasan ini bila pemandangan diarahkan ke telaga Rawa Pening, akan nampak hamparan air dan dapat dilihat karamba-karamba ikan serta nelayan dengan perahu-perahu kecilnya. Perbukitan Asinan dan Sub-kawasan Tlogo menjadi latarbelakang pemandangan di atas. Dari Bukit Cinta juga dapat dinikmati pesona hijaunya Bukit Brawijaya dan kesibukan para penambang gambut. Kawasan Bukit Cinta telah dimanfaatkan sebagai obyek wisata tempat untuk menikmati pemandangan telaga dan sebagai tempat pangkalan perahu-perahu wisata yang mengelilingi telaga. Obyek wisata ini telah dilengkapi dengan tempat parkir dan gardu-gardu pemandangan. Secara umum, sub-kawasan ini sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai kawasan pusat olahraga perairan bagi Rawa Pening.

3.2.5 Jaringan Utilitas di Kawasan Wisata Rawa Pening Kabupaten Semarang

Ketersediaan jaringan utilitas sebagai pendukung terselenggaranya kegiatan wisata di kawasan Rawa Pening telah diperhatikan oleh pemerintah. Jaringan-jaringan tersebut antara lain:

1. Jaringan Air Bersih

Pengadaan air bersih di Kawasan Rawa Pening secara keseluruhan bersumber pada mata air di Muncul, dengan debit air 3.000 liter/detik. Jaringan air bersih di Sub Kawasan Tlogo bersumber pada mata air di Gunung Rong (Ngemplak Nom). Selain dari mata air, sumber air bersih di Sub Kawasan Tlogo juga berasal dari sumber Rong Tuwo dengan debit air 6 liter/detik, dan Ngemplak Nom dengan debit 5 liter/detik.

2. Jaringan Telepon dan Listrik

Jaringan telepon di Kawasan Rawa Pening telah mencapai Sub Kawasan Tlogo, Lopait, dan Muncul. Jaringan listrik sudah mencapai seluruh Kawasan Rawa Pening dan dapat dinikmati baik oleh penduduk maupun pengusaha di sekitar kawasan.

3. Jaringan Jalan

Jaringan jalan adalah berupa jalan arteri primer yang melintas di tengah kawasan menghubungkan Semarang-Salatiga. Jalan kolektor sekunder yang menghubungkan Salatiga-Bringin dan Salatiga-Banyubiru-Ambarawa, dan jalan lokal yang terdapat di tiap sub kawasan.

5. Jaringan Drainase

Jaringan drainase berada di dalam tanah sehingga tidak terlihat dari jalan.

6. Jaringan Persampahan

Pengolahan sampah dilakukan dengan cara tradisional, yaitu dengan ditimbun atau dibakar. Hingga saat ini penanganan sampah masih ditangani oleh masyarakat secara swadaya dan gotong royong.

7. Sanitasi

Sanitasi yang terdapat di kawasan ini rata-rata adalah on site sanitation dengan pola individual.

BAB IV

PRIORITAS PENGEMBANGAN OBYEK-OBYEK WISATA AIR DI KAWASAN RAWA PENING

4.1 Analisis Kondisi Eksisting Kawasan Wisata Rawa Pening Kabupaten Semarang

Tujuan analisis ini untuk mengetahui kondisi eksisting dari kawasan wisata Rawa Pening sehingga dapat diketahui arahan pengembangan kawasan tersebut. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis SWOT, yaitu analisis dengan memperhatikan potensi berupa kekuatan dan peluang tanpa mengabaikan kelemahan dan ancaman sebagai acuan usaha pengembangan kawasan lebih lanjut. Dengan mengetahui kekuatan dan peluang yang dimiliki sebagai faktor pendukung usaha pengembangan kegiatan wisata di Rawa Pening serta dengan memperhatikan kelemahan dan ancaman yang dapat menghambat usaha pengembangan tersebut diharapkan nantinya langkah atau usaha pengembangan yang akan direncanakan merupakan rencana yang tepat guna dan berkelanjutan.

4.1.1 Analisis Variabel Internal

Input analisis variabel internal ini adalah faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan kawasan yang lebih banyak terjadi atau berasal dari dalam lingkungannya. Dibawah ini

diuraikan mengenai kondisi eksisting kawasan Rawa Pening berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dari hasil survai primer maupun sekunder.

1. Kondisi Eksisting Kawasan Wisata Rawa Pening Berdasarkan Kekuatan yang Dimiliki

Kawasan wisata Rawa Pening memiliki beberapa kondisi eksisting yang menjadi kekuatan dalam usaha pengembangan wisata yaitu keindahan alam serta memiliki keunikan berupa pemandangan telaga alam mencapai seluas 2.770 Ha pada musim hujan dan di musim kemarau luas permukaannya dapat menyusut hingga mencapai 1.300 Ha. Kawasan wisata Rawa Pening dengan daya tarik kawasan wisata pada keindahan alamnya yaitu telaga atau rawa yang sangat luas dengan latar belakang pemandangan perbukitan menjadi salah satu kekuatan bagi kawasan Rawa Pening sebagai satu-satunya kawasan wisata di Kabupaten Semarang dengan daya tarik pemandangan telaga.

Ketersediaan moda transportasi yang cukup banyak dan mudah ditemui juga memberikan kekuatan kawasan wisata Rawa Pening karena dapat mempermudah para wisatawan dalam menjangkau objek-objek wisata tersebut. Objek wisata yang luas dan terdiri dari beberapa sub-kawasan juga memberikan kekuatan bagi kondisi eksisting kawasan. Kawasan Rawa Pening memiliki beberapa sub-kawasan wisata, yaitu Sub-Kawasan Tlogo, Sub-Kawasan Lopait, Sub-Kawasan Bukit Cinta Brawijaya, Sub-Kawasan Muncul, Sub-Kawasan Asinan, dan Sub-Kawasan Benteng Pendem. Banyaknya sub-kawasan dapat mendukung usaha pengembangan, karena berarti wisatawan memiliki banyak pilihan objek wisata yang dapat dikunjungi dalam satu perjalanan wisata mereka, sehingga usaha pengembangan salah satu sub-kawasan dapat didukung oleh sub-kawasan yang telah lebih dulu dikembangkan. Sumber daya manusia yang cukup banyak, antara lain adalah masyarakat setempat juga menjadi kekuatan kondisi eksisting kawasan wisata Rawa Pening. Masyarakat setempat dapat dilibatkan secara langsung dalam usaha pengembangan kawasan Rawa Pening sebagai kekuatan kawasan.

2. Kondisi Eksisting Kawasan Wisata Rawa Pening Berdasarkan Kelemahan yang Dimiliki

Kondisi eksisting kawasan wisata Rawa Pening juga memiliki beberapa kelemahan yang berpengaruh terhadap usaha pengembangan pariwisata kawasan tersebut. Salah satu masalah yang menjadi kelemahan kawasan tersebut karena penanganannya yang cukup sulit serta membutuhkan biaya yang sangat tinggi adalah masalah tanaman enceng gondok yang hampir memenuhi permukaan telaga. Enceng gondok disamping memberi keuntungan bagi petani karena dapat dijadikan pupuk bila dibalik dan dapat dijadikan sebagai hasil kerajinan tangan seperti tas, sandal, dan lain-lain, ternyata menimbulkan kerugian yang lebih besar yaitu membatasi kegiatan wisata air di kawasan tersebut, menyebabkan evapotranspirasi yang besar (9,7 mm/hari), penurunan

produktivitas plankton, mengganggu penyaluran air untuk irigasi, mengganggu pengendalian banjir, dan lain-lain.

Terjadinya sedimentasi juga menjadi kelemahan kondisi kawasan tersebut. Sedimentasi yang menyebabkan pendangkalan terjadi dari hasil erosi tebing dan longsor tebing akibat banjir di sungai-sungai yang bermuara di Rawa Pening. Tingkat erosi yang tinggi inipun juga menjadi salah satu kelemahan yang dimiliki kawasan Rawa Pening.

Fasilitas yang kurang memadai juga dapat menjadi kelemahan kawasan Rawa Pening karena salah satu faktor penting yang mendukung suatu industri pariwisata agar dapat berjalan dengan baik adalah tersedianya fasilitas-fasilitas umum yang dibutuhkan oleh para wisatawan.

Rendahnya kualitas sumber daya manusia juga merupakan kelemahan kondisi kawasan Rawa Pening yang dapat mempengaruhi usaha pengembangan kawasan wisata. Sumber daya manusia dibutuhkan dalam seluruh segi, baik pengembangan, pelaksanaan, maupun pengelolaan atau pemeliharaan. Apabila tidak didukung dengan kualitas sumber daya manusia yang handal, maka kegiatan-kegiatan tersebut tidak dapat dilakukan secara optimal. Pengelolaan yang tidak baik dan tidak terkoordinasi juga menjadi kelemahan kondisi. Antara pemerintah pusat dan daerah, dalam hal ini Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Tengah dan Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang, belum ada koordinasi yang jelas dalam hal pengembangan dan pengelolaan. Di satu sisi kawasan Rawa Pening masuk dalam wilayah Kabupaten Semarang dan disisi lain kawasan Rawa Pening sebagai kawasan wisata pengembangannya dibawah wewenang Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Tengah. Hal ini dapat menimbulkan kerancuan dalam tugas dan tanggungjawab untuk pengembangan dan pengelolaannya.

4.1.2 Rumusan Variabel Internal

Hasil analisis variabel internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki kawasan Rawa Pening sebagai faktor pendukung usaha pengembangan atraksi wisata air dapat dirumuskan ke dalam tabel IV.1 dibawah ini:

Tabel IV.1
Variabel Internal Kondisi Eksisting Kawasan Wisata Rawa Pening

No.	Faktor Penentu	Keterangan
1.	<i>Kekuatan (Strength)</i>	Keindahan alam dan memiliki ciri khas yaitu pemandangan telaga alam
		Rawa Pening adalah satu-satunya kawasan wisata di Kabupaten Semarang dengan daya tarik telaga/rawa
		Aksesibilitasnya mudah dijangkau, karena ketersediaan moda transportasi yang cukup banyak

		Objek wisata luas, terdiri dari beberapa sub-kawasan
		Sumber daya manusia yang cukup banyak
2.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Enceng gondok memberi batasan kegiatan wisata air
		Sedimentasi rawa
		Tingginya tingkat erosi, karena tata guna lahan yang tidak sesuai dengan fungsinya
		Fasilitas yang belum memadai
		Masih rendahnya kualitas sumber daya manusia
		Belum dikelola dengan baik, karena kurangnya koordinasi dan kerjasama antara pemerintah pusat, pemerintah kabupaten, maupun pihak swasta dan masyarakat.

Sumber: Hasil analisis,2004

4.1.3 Analisis Variabel Eksternal

Input analisis variabel eksternal ini adalah faktor-faktor yang merupakan kesempatan serta ancaman yang ada dan terjadi atau berasal dari luar lingkungannya. Dibawah ini diuraikan mengenai kondisi eksisting kawasan Rawa Pening berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dari hasil survai primer maupun sekunder.

1. Kondisi Eksisting Kawasan Wisata Rawa Pening Berdasarkan Peluang yang Ada

Kawasan wisata Rawa Pening berdasarkan hasil survai juga memiliki beberapa peluang yang dapat mendukung usaha pengembangannya. Salah satu peluang yang dimiliki adalah mengenai kemudahan aksesibilitas. Kemudahan ini bagi kawasan wisata Rawa Pening menjadi nilai tambah yang memberikan keuntungan bagi perkembangan wisata kawasan tersebut. Kota Ambarawa yang termasuk dalam wilayah Kabupaten Semarang terletak pada pertengahan jalur Semarang-Surakarta, yaitu berjarak kurang-lebih 40 km dari Kota Semarang dan kurang-lebih 60 km dari Kota Solo, serta terletak pada pertengahan jalur Semarang-Yogyakarta yang berjarak kurang lebih 70 kilometer dari Yogyakarta. Selain itu kawasan wisata Rawa Pening terletak pada simpul jalur Semarang-Wonosobo, Purwokerto, serta Semarang-Salatiga.

Keuntungan letak tersebut juga berdampak pada peluang pertumbuhan ekonomi yang semakin baik, yaitu pengaruh dari kegiatan ekonomi yang berlangsung di kota-kota besar sekitarnya, yaitu Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta. Peluang pertumbuhan ekonomi ini juga dapat memberikan dampak berupa peluang peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar. Dengan semakin meningkatnya keadaan perekonomian akibat usaha pengembangan kawasan wisata, maka akan menciptakan peluang bagi masyarakat untuk semakin meningkatkan taraf hidup.

Peluang dalam pengembangan kawasan selain itu adalah cukup banyaknya sub-kawasan wisata Rawa Pening dan memiliki ciri khas masing-masing sehingga memberikan peluang untuk menjadi salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) dengan keanekaragaman atraksi wisata dalam

satu lingkup wilayah atau kawasan wisata. Usaha pengembangan atraksi wisata air di sebagian kawasan Rawa Pening akan memberikan dampak positif atau peluang yang baik bagi kawasan wisata lainnya. Kondisi ini akan memberikan peluang investasi yang dilakukan oleh pihak swasta atau masyarakat karena kondisi eksisting kawasan yang mendukung serta berpotensi untuk dikembangkan.

Peluang pengembangan kawasan wisata air ini didukung dengan adanya kebijakan dari Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah yang menyatakan bahwa kedudukan pariwisata Jawa Tengah sebagai daerah tujuan wisata dengan keharmonisan budaya dan alam, dengan tawaran produk bagi wisatawan nusantara bergolongan ekonomi menengah serta wisatawan mancanegara yang memiliki minat budaya. Selain itu, semakin banyak pula pihak-pihak yang ikut memperhatikan kondisi pariwisata di kawasan Rawa Pening, selain Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata baik Propinsi Jawa Tengah maupun Kabupaten Semarang, yaitu pihak lembaga pendidikan misalnya Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) Salatiga dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) setempat. Semakin banyak pihak yang memberikan perhatian pada usaha penggalian potensi kawasan wisata dengan mengadakan penelitian atau memberikan saran, arahan, dan masukan-masukan bagi pemerintah sebagai pihak yang berwenang menyusun rencana pengembangan dan melakukan koordinasi antar lembaga atau institusi terkait, maka usaha pengembangan menjadi lebih mudah dilakukan dan dapat segera direalisasikan.

2. Kondisi Eksisting Kawasan Wisata Rawa Pening Berdasarkan Ancaman yang Mungkin Muncul

Ancaman yang muncul dalam usaha pengembangan kawasan wisata Rawa Pening antara lain adalah pertumbuhan yang tidak terkendali akibat kemudahan aksesibilitas dan peningkatan kesejahteraan sosial. Pertumbuhan wilayah di sekitar kawasan wisata Rawa Pening yang tidak terkendali akan memberikan ancaman yang harus diperhatikan yaitu masalah konservasi lingkungan. Masalah lingkungan tersebut antara lain adalah masalah polusi (polusi udara, air, lingkungan, dan suara), berkurangnya daerah pertanian, dan perusakan flora dan fauna karena adanya kegiatan pengembangan pariwisata dan berlangsungnya kegiatan wisatawan di kawasan tersebut, Apabila hal ini tidak diperhatikan, maka kekayaan alam yang menjadi daya tarik wisata dan potensi pengembangan kawasan wisata Rawa Pening akan semakin rusak dan musnah.

Ancaman lain yang dapat mempengaruhi kelangsungan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening adalah kondisi alam pada musim-musim tertentu. Misalnya pada musim kemarau akan terjadi kekeringan dan luas permukaan air dapat menyusut hingga mencapai 1300 Ha, sedangkan pada musim hujan dapat mencapai 2770 Ha. Pada musim kemarau dengan luas

permukaan menyusut dapat menghambat pelaksanaan atraksi wisata yang mengandalkan air sebagai media utamanya.

Kondisi politik, ekonomi, dan keamanan yang tidak menentu jika dikaitkan dengan kunjungan wisatawan juga menjadi ancaman yang perlu diperhatikan. Situasi yang tidak kondusif tersebut dapat mempengaruhi motivasi dan keinginan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Misalnya, setelah peristiwa bom Bali pada tahun 2002 dan peristiwa bom di kota-kota lain di Indonesia jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia merosot tajam, negara-negara lain mengeluarkan *travel warning* bagi para penduduk yang hendak melakukan perjalanan ke Indonesia yang tentu saja hal ini merugikan Indonesia.

Ancaman lain yang perlu diperhatikan yaitu semakin banyaknya persaingan atau kompetisi antara kawasan wisata di daerah lain, baik nasional maupun internasional. Tiap-tiap wilayah berlomba-lomba untuk menciptakan suatu atraksi wisata yang khas dan unik sesuai dengan potensi yang dimiliki kawasan wisata masing-masing karena industri pariwisata merupakan industri yang saat ini mendapat perhatian cukup besar di tiap-tiap negara dan sangat menguntungkan baik dalam bentuk kunjungan wisatawan, usaha pariwisata serta penerimaan devisa dan perputaran kegiatan ekonomi dari kegiatan pariwisata. Rendahnya minat investasi juga dapat menjadi ancaman yang dapat menghambat usaha pengembangan kawasan wisata di Rawa Pening. Kurangnya minat para investor banyak dipengaruhi oleh kurangnya informasi mengenai potensi, peluang, dan hal-hal penting lainnya yang terkait dengan investasi di bidang pariwisata khususnya untuk kawasan wisata Rawa Pening.

4.1.4 Rumusan Variabel Eksternal

Hasil analisis variabel eksternal yaitu kesempatan atau peluang serta ancaman yang terdapat di kawasan wisata Rawa Pening sebagai faktor pendukung usaha pengembangan atraksi wisata air dapat dirumuskan ke dalam tabel IV.2 dibawah ini:

Tabel IV.2
Variabel Eksternal Kondisi Eksisting Kawasan Wisata Rawa Pening

No.	Faktor Penentu	Keterangan
1.	<i>Peluang (Opportunities)</i>	Kemudahan aksesibilitas
		Terletak di pusat pertumbuhan ekonomi (Semarang, Solo, Yogyakarta)
		Peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar
		Tiap sub-kawasan pengembangan wisata memiliki ciri khas masing-masing
		Potensial investasi

		Semakin banyak pemerhati pengembangan kawasan wisata Rawa Pening (Dinas Pariwisata, Lembaga Pendidikan, LSM, dan lain-lain)
		Adanya kebijakan dari Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah untuk pengembangan kawasan wisata air Rawa Pening
2.	<i>Ancaman (Threats)</i>	Pertumbuhan kawasan tidak terkendali
		Ancaman konservasi lingkungan
		Kondisi kawasan wisata pada musim-musim tertentu yang kurang mendukung atraksi wisata air (musim kemarau dan musim hujan)
		Rendahnya minat berinvestasi
		Kondisi politik, ekonomi, dan keamanan Indonesia saat ini yang kurang kondusif jika dikaitkan dengan pariwisata
		Munculnya kompetisi antara kawasan wisata di daerah lain, baik nasional maupun internasional

Sumber: Hasil analisis,2004

4.1.5 Kondisi Eksisting Kawasan Wisata Rawa Pening berdasarkan Analisis SWOT

Hasil analisis variabel eksternal dan variabel internal diatas telah menunjukkan kondisi eksisting di kawasan Rawa Pening. Kondisi eksisting kawasan Rawa Pening dapat dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan usaha pengembangan kawasan wisata yang dapat digunakan sebagai acuan untuk mencapai tujuan dengan cara memaksimalkan potensi dan kesempatan namun secara bersamaan dapat meminimalisasi kendala dan ancaman.

Rumusan dasar pertimbangan pengembangan kawasan wisata Rawa Pening berdasarkan kondisi eksisting terdiri dari strategi SO (*Strength-Opportunities*) untuk menarik keuntungan dari peluang yang tersedia dalam lingkungan eksternal kawasan wisata Rawa Pening, strategi WO (*Weakness-Opportunities*) yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal kawasan wisata Rawa Pening, strategi ST (*Strength-Threats*) untuk memperkecil dampak yang akan terjadi dari lingkungan eksternal kawasan wisata Rawa Pening, dan strategi WT(*Weakness-Threats*) untuk memperkuat dari dalam usaha untuk memperkecil kelemahan internal kawasan wisata Rawa Pening dan mengurangi tantangan eksternalnya. Strategi-strategi tersebut dapat dilihat pada tabel IV.3. berikut ini.

Tabel IV.3
Strategi berdasarkan Kondisi Eksisting
dari Hasil Analisis SWOT

Faktor Penentu		Faktor Internal	
		Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Faktor Eksternal	Opportunities (Peluang)	<p>Strategi SO : Mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki, antara lain daya tarik, keindahan obyek wisata, kemudahan aksesibilitas, SDM yang cukup banyak serta semakin banyak pemerhati pengembangan kawasan wisata Rawa Pening (Dinas Pariwisata, Lembaga Pendidikan, LSM, dan lain-lain) untuk memanfaatkan setiap peluang yang muncul, antara lain yaitu memanfaatkan letak kawasan Rawa Pening yang strategis yaitu di pusat pertumbuhan ekonomi, serta adanya kebijakan pemerintah, khususnya Dinas Daerah Propinsi Jawa Tengah untuk pengembangan kawasan wisata Rawa Pening.</p>	<p>Strategi WO : Memanfaatkan peluang yang muncul yaitu adanya kebijakan dari Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah untuk pengembangan kawasan wisata Rawa Pening serta semakin banyak pemerhati pengembangan kawasan wisata Rawa Pening sehingga kawasan tersebut mendapat perhatian yang lebih terhadap usaha pengembangan tersebut terutama untuk menangani masalah enceng gondok, sedimentasi, dan tingginya tingkat erosi. Peluang potensial investasi juga dapat dimanfaatkan sebagai usaha mengurangi dampak kelemahan yang dimiliki kawasan tersebut. Promosi kepada pihak investor perlu ditingkatkan sehingga terjadi perbaikan kualitas kawasan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia karena adanya lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat di kawasan wisata Rawa Pening.</p>

	Threats (Ancaman)	<p>Strategi ST :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengendalian pertumbuhan kawasan dapat dilakukan melalui usaha konservasi lingkungan dengan mengikutsertakan masyarakat setempat sebagai sumber daya manusia yang dapat diandalkan. - Kondisi kawasan wisata yang kurang mendukung pada musim-musim tertentu dapat diatasi dengan pengadaan atraksi wisata penunjang berserta fasilitasnya yang tidak terpengaruh oleh musim-musim tertentu serta dengan memanfaatkan atraksi wisata di sub kawasan lain yang masih termasuk kawasan Rawa Pening. - Kerjasama antara pemerhati pengembangan kawasan Rawa Pening dengan pihak pemerintah dan swasta dapat membantu mengatasi masalah rendahnya minat investasi dan kompetisi antar kawasan wisata lainnya, antara lain dengan meningkatkan usaha promosi atau penyediaan infrastruktur. 	<p>Strategi WT Untuk mengatasi masalah lingkungan di kawasan Rawa Pening agar dapat dijadikan sebagai kawasan wisata andalan harus didukung oleh seluruh pihak terkait, baik pemerintah, pihak swasta, maupun masyarakat sehingga kelemahan yang ada dapat dieliminasi dan ancaman yang akan muncul dapat diminimalisasi dengan adanya kerjasama dan koordinasi dari seluruh pihak untuk mengatasi masalah-masalah tersebut bersama-sama dan dilakukan secara terpadu.</p>
--	-------------------	--	---

Sumber: Hasil Analisis,2004

Dilihat dari hasil analisis SWOT, kondisi eksisting kawasan wisata Rawa Pening saat ini walaupun masih memiliki kelemahan dan ancaman dalam usaha pengembangannya, namun dengan adanya kekuatan dan peluang yang muncul maka kelemahan dan ancaman dapat diantisipasi dan dieliminasi dampaknya. Oleh karena itu, strategi-strategi yang telah dirumuskan diatas dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening agar tetap memperhatikan kendala-kendala yang ada dan memanfaatkan potensi yang dimiliki.

4.2 Analisis Situasi Awal Pengembangan Atraksi Wisata Air di Kawasan Rawa Pening

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kondisi awal suatu usaha pengembangan atraksi wisata air untuk kawasan Rawa Pening dengan memperhatikan pertumbuhan produk sebagai bagian dari penawaran wisata dan keadaan pasar wisata sebagai bagian dari permintaan. Kondisi pertumbuhan produk dan pasar wisata yang dipakai untuk mengetahui situasi pariwisata kawasan Rawa Pening ditentukan oleh beberapa variabel penentu berdasarkan kajian teori yang digunakan.

4.2.1 Produk Wisata Air

Produk wisata kawasan Rawa Pening terdiri dari beberapa variabel penentu. Variabel kualitas atraksi wisata menurut hasil observasi sudah terdapat kegiatan wisata, baik pasif maupun aktif yang dapat dilakukan oleh para wisatawan. Jenis atraksi wisata yang dapat ditemukan di kawasan tersebut sebagai keunikan atau ciri khas baru sebatas menikmati pemandangan alam yaitu rawa-rawa dan perbukitan serta melakukan kegiatan wisata air yaitu memancing dan berenang.

Kualitas pelayanan yang diberikan di kawasan wisata Rawa Pening masih sangat kurang dengan jumlah sumber daya manusia yang sebenarnya cukup banyak sehingga pelayanan yang diberikan tidak optimal. Ketersediaan fasilitas sebagai elemen penting untuk mendukung kegiatan pariwisata juga belum seluruhnya terpenuhi dan dapat dijangkau oleh wisatawan. Menurut hasil kuesioner, dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan untuk menawarkan kegiatan wisata di kawasan Rawa Pening masih sangat kurang. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan tidak sampai kepada masyarakat umum padahal sebenarnya kegiatan promosi telah dilakukan melalui media majalah pariwisata, papan reklame yang terdapat di Kota Ambarawa dan situs-situs internet. Dari 100 responden, sebagian besar mengetahui kawasan wisata Rawa Pening dari teman atau keluarga yaitu sejumlah 92 responden (92%), 2 responden mengetahui dari koran atau majalah (2%), dan 6 responden mengetahui kawasan tersebut dari sumber lain (6%).

Ketersediaan moda transportasi sudah mencukupi, hal ini dapat dilihat dari banyaknya sarana angkutan umum yang melewati tiap-tiap sub-kawasan pengembangan, yaitu Bukit Cinta,

Lopait dan Muncul. Kondisi sarana dan prasarana di tiap sub-kawasan masih sangat kurang terutama untuk sub-kawasan Bukit Cinta.

4.2.2 Pasar Wisata Air

Pertumbuhan pasar wisata dapat dilihat dari beberapa variabel antara lain yaitu faktor jarak. Faktor ini tidak terlalu mempengaruhi pencapaian objek wisata, karena tidak terlalu jauh dari Kota Ambarawa, yaitu sekitar 5 sampai 10 kilometer dari pusat Kota Ambarawa. Apabila dilihat dari tingkat pertumbuhan pengunjung, jumlahnya mengalami kecenderungan naik selama 3 (tiga) tahun terakhir, yaitu dari tahun 2000 hingga tahun 2002, seperti yang dapat dilihat dari tabel berikut ini. Sedangkan untuk obyek wisata Muncul mengalami penurunan mungkin dikarenakan oleh atraksi yang kurang beragam dan hampir sama dengan yang ada di sub-kawasan lain misalnya Lopait, yaitu kolam renang.

Tabel IV.4
Jumlah kunjungan wisatawan
ke beberapa obyek wisata utama di Kabupaten Semarang

No.	Nama Objek Wisata	Tahun 2000	Tahun 2001	Tahun 2002
1.	Lopait (Rawa Permai)	8.892*	33.993	36.106
2.	Bukit Cinta	11.805	21.568	22.774
3.	Muncul	10.072	38.225	30.281

* data bulan April –Desember tahun 2000

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang, 2003

Dilihat dari tingkat perolehan pendapatan objek wisata pada tabel dibawah ini, objek wisata Bukit Cinta dan Pemandian Muncul mengalami kenaikan dan penurunan selama 3 (tiga) tahun terakhir, yaitu dari tahun 1998 hingga tahun 2000. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan pasar wisata di sub kawasan wisata tersebut masih belum stabil.

Tabel IV.5
Jumlah Pendapatan obyek wisata utama di Kabupaten Semarang

No.	Nama Objek Wisata	Tahun 1998	Tahun 1999	Tahun 2000
1.	Bukit Cinta	13.732.500	12.254.100	15.664.300
2.	Muncul	17.978.500	15.374.000	12.879.000

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang, 2003

Ditinjau dari tingkat persaingan objek wisata, kawasan wisata Rawa Pening memiliki jenis dan kualitas atraksi wisata yang hampir sama dengan objek wisata lain di Kabupaten Semarang. Menurut hasil pengamatan langsung, jenis atraksi wisata di Kabupaten Semarang

sebagian besar masih seragam dan belum dikembangkan secara optimal menurut ciri khas objek wisata masing-masing. Sebagian besar atraksi wisata yang tersedia adalah menikmati pemandangan alam. Sedangkan kualitas atraksi wisata masih sangat rendah dengan ketersediaan fasilitas wisata yang masih minim.

Kondisi pasar wisata kawasan Rawa Pening apabila dilihat dari variabel perbandingan jumlah wisatawan dengan objek wisata lain di Kabupaten Semarang maka jumlah wisatawan yang datang berkunjung jauh lebih rendah dibanding objek wisata lainnya, misalnya objek wisata Kopeng, Candi Gedong Songo, dan Museum Kereta Api Ambarawa. Perbandingan ini, seperti yang diuraikan dalam tabel IV.6 menunjukkan bahwa kondisi pasar wisata kawasan Rawa Pening masih sangat rendah dibandingkan dengan objek wisata yang lainnya di Kabupaten Semarang.

Tabel IV.6 Perbandingan Jumlah Wisatawan dengan obyek wisata utama di Kabupaten Semarang

No.	Nama Objek Wisata	Tahun 2000	Tahun 2001	Tahun 2002
1.	Lopait (Rawa Permai)	8.892*	33.993	36.106
2.	Bukit Cinta	11.805	21.568	22.774
3.	Muncul	10.072	38.225	30.281
4.	Museum KA. Ambarawa	14.586	21.521	22.201
5.	Kopeng	28.644	27.578	58.585
6.	Gedong Songo	37.135	73.932	75.886

* data bulan April –Desember tahun 2000

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang, 2003

Variabel penentu lain yang juga menjadi penentu kondisi pasar wisata di kawasan Rawa Pening adalah partisipasi wisatawan. Tingkat partisipasi wisatawan dalam kegiatan wisata aktif di kawasan Rawa Pening tergolong masih rendah. Dari hasil kuesioner sebanyak 100 wisatawan sub kawasan Lopait, Bukit Cinta dan Pemandian Muncul, menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yaitu sejumlah 67 wisatawan atau 67% hanya melakukan kegiatan pasif atau tidak terlibat dalam kegiatan wisata (misalnya hanya menikmati pemandangan alam) yang tersedia di tiap-tiap sub kawasan. Kegiatan wisata aktif hanya dilakukan oleh 32 orang wisatawan atau sebesar 32%. Hasil analisis pertumbuhan produk dan pasar wisata selengkapnya dapat dilihat dalam tabel IV.7 dan gambar 4.1 berikut ini:

**Tabel IV.7
Daftar Variabel Penentu Pertumbuhan Produk
Dan Kondisi Pasar Wisata Air di Kawasan Rawa Pening Untuk Metode BCG**

NO.	VARIABEL PENENTU	SUMBER DATA	KRITERIA SKOR	SKOR	KETERANGAN
-----	------------------	-------------	---------------	------	------------

A. Produk Wisata Air					
1.	Kualitas atraksi wisata	Data primer	1 = hanya terdapat kegiatan wisata pasif saja 2 = terdapat kegiatan wisata pasif dan aktif tapi jumlahnya masih sedikit 3 = sudah terdapat kegiatan wisata pasif dan aktif	2	Terdapat kegiatan wisata pasif dan aktif tapi jumlahnya masih sedikit
2.	Jenis/keunikan atraksi wisata	Data primer	1 = hanya terdapat 1 (satu) jenis atraksi wisata 2 = terdapat 2 (dua) hingga 3 (tiga) jenis atraksi wisata 3 = terdapat lebih dari 3 (tiga) atraksi wisata	2	Terdapat 3 (tiga) jenis atraksi wisata yaitu: - santai di perairan/menikmati pemandangan - Berenang - Memancing
3.	Kualitas pelayanan yang ada	Data primer	1 = jumlah SDM kurang dengan kualitas pelayanan yang kurang baik 2 = jumlah SDM kurang dengan pelayanan yang baik, atau sebaliknya 3 = jumlah SDM cukup dengan kualitas pelayanan yang baik	2	Jumlah SDM sebenarnya cukup banyak namun pelayanannya yang kurang.
4.	Ketersediaan fasilitas pendukung pariwisata	Data primer dan sekunder	1 = jumlah dan jenis fasilitas kurang dan sulit dijangkau 2 = jumlah fasilitas kurang namun jenisnya cukup banyak, atau sebaliknya 3 = jumlah dan jenis fasilitas cukup dan mudah dijangkau	1	Jumlah dan jenis fasilitas kurang dan sulit dijangkau

5.	Frekuensi promosi yang dilakukan	Data primer	1 = promosi hanya melalui kurang dari 2 (dua) media promosi 2 = promosi dilakukan melalui 2 (dua) sampai 5 (lima) media promosi 3 = promosi dilakukan melalui seluruh media promosi pariwisata yang tersedia	2	Promosi dilakukan melalui 2 (dua) sampai 5 (lima) media promosi
6.	Ketersediaan moda transportasi	Data sekunder	1 = tidak terdapat moda transportasi yang langsung menuju ke objek wisata 2 = terdapat moda transportasi yang langsung menuju objek wisata namun masih jarang 3 = terdapat cukup banyak moda transportasi yang langsung menuju objek wisata	3	Terdapat cukup banyak moda transportasi yang langsung menuju objek wisata
7.	Kondisi sarana dan prasarana transportasi menuju objek	Data primer dan sekunder	1 = kondisi sarana dan prasarana kurang baik dan kapasitas kurang memadai 2 = kondisi sarana dan prasarana	1	Kondisi sarana dan prasarana kurang baik dan kapasitas kurang memadai

	wisata		kurang baik dan kapasitas memadai, atau sebaliknya 3 = kondisi sarana dan prasarana baik dan kapasitas memadai		
Jumlah Skor Variabel Penentu Pertumbuhan Produk Wisata Air = 13					
B. Pasar Wisata Air					
1.	Faktor jarak	Data primer dan sekunder	1 = lebih dari 10 km dari pusat kota (Ambarawa) 2 = 5 – 10 km dari pusat kota (Ambarawa) 3 = kurang dari 5 km dari pusat kota (Ambarawa)	2	5 – 10 km dari pusat kota (Ambarawa)
2.	Tingkat pertumbuhan pengunjung	Data sekunder	1 = mengalami penurunan jumlah pengunjung selama 3 (tiga) tahun terakhir 2 = mengalami kenaikan dan penurunan (tidak stabil) selama 3 (tiga) tahun terakhir 3 = mengalami peningkatan setiap tahunnya	2	Mengalami kenaikan dan penurunan (tidak stabil) selama 3 (tiga) tahun terakhir
3.	Tingkat perolehan pendapatan objek wisata	Data sekunder	1 = mengalami penurunan jumlah pengunjung selama 3 (tiga) tahun terakhir 2 = mengalami kenaikan dan penurunan (tidak stabil) selama 3 (tiga) tahun terakhir 3 = mengalami peningkatan setiap tahunnya	2	Mengalami kenaikan dan penurunan (tidak stabil) selama 3 (tiga) tahun terakhir

4.	Tingkat persaingan dengan objek wisata lain di Kabupaten Semarang	Data primer	1 = memiliki jenis dan kualitas atraksi wisata yang kurang beragam dibanding objek wisata lain 2 = memiliki jenis dan kualitas atraksi wisata yang hampir sama dengan objek wisata lain 3 = memiliki jenis dan kualitas atraksi wisata yang lebih baik dibanding objek wisata lain	2	Memiliki jenis dan kualitas atraksi wisata yang hampir sama dengan objek wisata lain
5.	Perbandingan jumlah wisatawan dengan objek wisata lain di Kabupaten Semarang	Data sekunder	1 = jumlah wisatawan yang datang berkunjung lebih rendah dibanding objek wisata lain 2 = jumlah wisatawan yang datang berkunjung banyaknya rata-rata dibanding dengan objek wisata lain 3 = jumlah wisatawan yang	1	Jumlah wisatawan yang datang berkunjung lebih rendah dibanding objek wisata lain

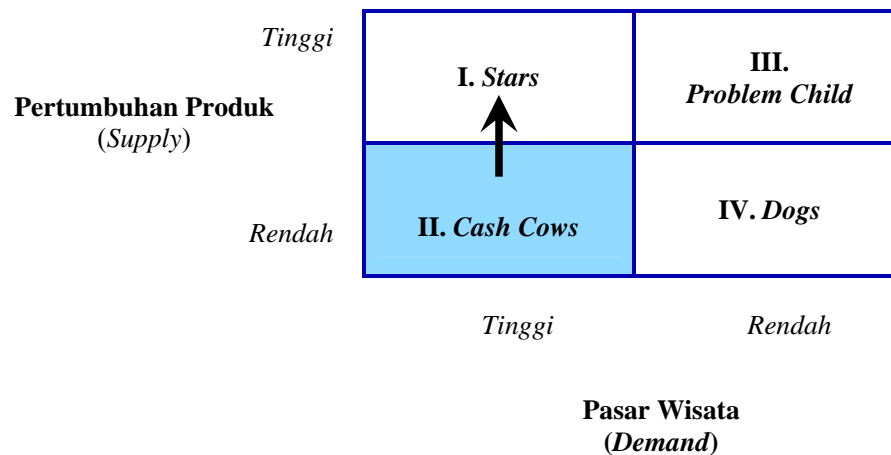
			datang berkunjung lebih tinggi dibanding objek wisata lain		
6.	Tingkat partisipasi wisatawan dalam kegiatan wisata	Data primer	1 = tidak ada kegiatan aktif yang dapat dilakukan wisatawan 2 = kegiatan aktif yang dapat dilakukan wisatawan hanya sedikit 3 = kegiatan aktif yang dapat dilakukan wisatawan cukup banyak	2	Kegiatan aktif yang dapat dilakukan wisatawan hanya sedikit
Jumlah Skor Variabel Penentu Pertumbuhan Pasar Wisata Air = 13					

Sumber: Hasil analisis,2004

4.2.3 Situasi Awal Wisata Eksisting Kawasan Rawa Pening

Situasi atau kondisi awal wisata di kawasan Rawa Pening saat ini dapat diketahui berdasarkan hasil skor dari variabel-variabel penentu dalam tabel IV.4. Hasil skor variabel penentu tersebut kemudian disesuaikan dengan kuadran dari *The Boston Consulting Group Matrix*. Dilihat dari jumlah skor variabel-variabel penentu, maka kawasan Rawa Pening termasuk dalam pertumbuhan produk rendah (antara $7 \leq x \leq 13$) yaitu nilai skoring 13. Sedangkan pertumbuhan pasar wisata tinggi (antara $12 \leq x \leq 18$) yaitu dengan nilai skoring 12. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kawasan wisata Rawa Pening saat ini menurut *The Boston Consulting Group Matrix* termasuk dalam Kuadran II, yaitu pertumbuhan produk rendah dengan pasar yang tinggi (*Cash Cows*), seperti yang dapat dilihat dalam gambar IV.2. Kawasan wisata yang termasuk dalam kuadran II atau “Sapi Uang Kontan” (*Cash Cows*) merupakan kawasan wisata yang saat ini hanya memiliki pangsa pasar kecil tetapi tumbuh dan berkembang relatif cepat. Kondisi produk dan pasar wisata kawasan Rawa Pening menunjukkan adanya keuntungan. Produk wisata yang ditawarkan

tetap perlu dipertahankan tetapi harus memperhatikan kondisi bahwa sewaktu-waktu produk menjadi tidak menguntungkan.



Gambar 4.2
The Boston Consulting Group Matrix

Agar dapat mewujudkan peningkatan kondisi pariwisata di kawasan Rawa Pening dari kuadran II yaitu *Cash Cows* menuju kuadran I yaitu *Stars*, dengan pertumbuhan produk dan pangsa pasar yang tinggi, diperlukan pengelolaan dan pemeliharaan produk wisata kawasan Rawa Pening yang lebih baik terutama pengelolaan dan pemeliharaan kegiatan wisata yang berlangsung di kawasan tersebut, fasilitas wisata, serta kondisi alam sekitarnya. Devisa yang diperoleh dari produk wisata tersebut dapat digunakan untuk membantu usaha pengembangan daerah wisata lain yang masih bermasalah atau belum menghasilkan seperti yang diharapkan sehingga antar sub kawasan yang satu dengan yang lain dapat saling mendukung.

Untuk meningkatkan pertumbuhan produk diperlukan strategi pengembangan yang sesuai untuk diterapkan dalam kawasan Rawa Pening tersebut, dengan melihat kesesuaian penawaran produk-produk wisata dengan permintaan wisatawan sebagai konsumen. Salah satu produk wisata yang penting untuk diperhatikan adalah jenis atraksi wisata karena dengan adanya variasi atraksi wisata yang cukup banyak dan menarik dapat meningkatkan motivasi kunjungan wisatawan ke kawasan Rawa Pening. Keunikan dan potensi Rawa Pening dengan pemandangan alam dan telaga yang sangat luas, maka pengembangan pertumbuhan produk diarahkan pada jenis atraksi wisata air, yang hingga saat ini belum dikembangkan dan dikelola secara optimal. Pengembangan atraksi

wisata air ini dilakukan dengan menganalisis penilaian wisatawan mengenai atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening serta kesesuaian antara penawaran produk wisata dengan permintaan wisatawan khususnya mengenai atraksi wisata air.

4.3. Analisis Permintaan Produk Wisata

Pengembangan suatu kawasan wisata harus dilakukan dengan memperhatikan segala aspek yang berkaitan. Aspek tersebut dapat dilihat dari sisi permintaan wisata maupun penawarannya. Dari aspek permintaan, hal ini berhubungan dengan karakteristik wisatawan yang berperan sebagai konsumen untuk menikmati dan melakukan kegiatan wisata. Tiap wisatawan memiliki tujuan dan harapan yang berbeda-beda untuk berkunjung ke suatu obyek wisata. Karena adanya perbedaan itu, maka perlu dilakukan pengelompokan-pengelompokan untuk memudahkan proses interpretasi wisatawan yang dapat digunakan sebagai bahan pemecahan masalah (Smith, 1989;41).

Untuk menentukan segmentasi pasar digunakan metode *A priori Segmentation* dengan membagi wisatawan menjadi dua kelompok, yaitu kelompok *heavy half* atau paruh berat dan kelompok *light half* atau paruh ringan dengan cara mencari nilai tengah (median). Dari hasil perhitungan nilai tengah (terlampir) maka median dari lama kunjungan wisatawan adalah 1 hingga 2 jam kunjungan. Dengan demikian, kelompok responden yang termasuk dalam kelompok paruh berat sejumlah 91 wisatawan dan yang termasuk dalam kelompok paruh ringan sejumlah 9 wisatawan. Dari hasil rekapitulasi kuesioner responden (terlampir), maka dapat diuraikan karakteristik wisatawan pada tabel-tabel yang akan ditampilkan berikut ini.

4.3.1 Karakteristik Wisatawan berdasarkan Indikasi Sosio-ekonomis/Demografis

Karakteristik wisatawan berdasarkan indikasi sosio-ekonomis atau demografis wisatawan yang datang dan termasuk dalam paruh berat sebagian besar adalah pria (64,8%), merupakan usia produktif yaitu 20 hingga 29 tahun (38,5%), dengan tingkat pendidikan adalah SMU atau sederajat (42%). Sementara dari pekerjaan tertinggi adalah pelajar atau mahasiswa (36,3 %) diikuti oleh wisatawan yang berprofesi sebagai pegawai swasta (35,2%). Tingkat pendapatan sebagian besar wisatawan yang berkunjung adalah kurang dari Rp. 100.000,00 (46,2%), dan yang tertinggi kedua adalah wisatawan dengan tingkat pendapatan Rp. 500.000,00 hingga Rp. 1.000.000,00 (33%). Hasil uji chi kuadrat tiap-tiap indikator adalah menolak H_0 , artinya bahwa hasil analisis indikasi demografis tidak mengikuti distribusi populasi seragam sesuai dengan sifat kawasan wisata pada umumnya yang ditujukan untuk siapa saja tanpa harus dibagi-bagi dalam jumlah distribusi yang sama besar.

Dilihat dari hasil analisis indikasi demografis ini maka akan sangat berpengaruh terhadap pola kunjungan mereka yang kemungkinan besar akan tergantung kepada adanya hari-hari libur kerja atau libur sekolah atau terkait dengan kegiatan pekerjaan, misalnya piknik kantor atau wisata sekolah, karena sebagian besar pengunjung adalah kelompok usia produktif. Ditinjau dari tingkat pendapatan, hasil kuesioner ini tidak dapat dijadikan sebagai acuan karena tidak mencerminkan populasi yang sebenarnya. Dari hasil survei, sebagian besar berpendapatan kurang dari Rp. 100.000,00 karena kemungkinan jawaban tersebut diisi oleh pelajar, mahasiswa, atau ibu rumah tangga yang tidak memiliki penghasilan. Jawaban ini juga dipengaruhi oleh budaya yang enggan menyebutkan besar pendapatan seseorang. Biasanya, orang yang hendak berwisata pasti telah menyiapkan dana tersendiri untuk menikmati atraksi-atraksi yang ada. Target pasar dalam hal pengembangan atraksi wisata air ini ternyata tidak dapat ditentukan semata-mata menurut tingkat pendapatan responden, tapi lebih dipengaruhi oleh adanya minat atau ketertarikan wisatawan untuk menikmati suatu atraksi, termasuk adanya minat terhadap atraksi wisata air yang ditawarkan.

Hasil segmentasi wisatawan berdasarkan indikasi sosio-ekonomis atau demografis diuraikan dalam tabel IV.8 berikut ini:

Tabel IV.8
Karakteristik Wisatawan berdasarkan
Indikasi Sosio-ekonomis/Demografis

No	Indikator	Paruh Berat, N=91		Paruh ringan, N=9		Chi-Kuadrat Hitung	Taraf Signifikansi	Chi Kuadrat tabel	Keterangan
		Jml	(%)	Jml	(%)				
1.	Jenis kelamin					9,000	0,003	3,841	□ 9,000 > 3,841 □ 0,003 < 0,05 maka H ₀ ditolak
	- pria	59	64,8	6	66,7				
	- wanita	32	35,2	3	33,3				
2.	Usia					12,960	0,005	7,814	□ 12,960 > 7,814 □ 0,005 < 0,05 maka H ₀ ditolak
	- < 20 tahun	22	24,2	0	0				
	- 20-29 tahun	35	38,5	5	55,6				
	- 30-39 tahun	14	15,4	2	22,2				
	- 40-50 tahun	20	22,0	2	22,2				
	- 50 tahun	0	0	0	0				

3.	Pekerjaan					48,100	0,000	9,487	$\square 48,100 > 9,487$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- Pelajar/ Mahasiswa	33	36,3	1	11,1				
	- Pegawai Negeri	3	3,3	0	0				
	- Pegawai Swasta	32	35,2	6	66,7				
	- Anggota ABRI	1	0,9	0	0				
	- Pengusaha	8	8,8	0	0				
	- Lainnya	15	16,5	2	22,2				
4.	Tingkat pendidikan					57,000	0,000	9,487	$\square 57,000 > 9,487$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- SD/Sederajat	3	3,3	2	22,2				
	- SMP/Sederajat	13	14,3	0					
	- SMU/Sederajat	42	46,2	7	77,8				
	- Akademi	16	17,6	0	0				
	- Universitas	17	18,7	0	0				
	- Lainnya	0	0	0	0				
5.	Tingkat pendapatan					57,200	0,000	9,487	$\square 57,200 > 9,487$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- <Rp 100.000	42	46,2	0	0				
	- Rp 100.000- Rp 500.000	6	6,6	2	22,2				
	- Rp 500.000- Rp 1.000.000	30	33,0	4	44,4				
	- Rp1.000.000- Rp 1.500.000	10	11,0	2	22,2				
	- >Rp 1.500.000	3	3,3	1	11,1				

Sumber : Hasil Analisis, 2004

4.3.2 Karakteristik Wisatawan berdasarkan Indikasi Geografis

Hasil analisis indikasi geografis dapat diketahui asal wisatawan yang berkunjung sebagian besar dari luar kota tetapi masih dalam wilayah Propinsi Jawa Tengah yaitu 53,8 % atau separuh lebih dari wisatawan paruh berat. Hal ini menunjukkan bahwa kawasan Rawa Pening tidak hanya menjadi obyek wisata yang hanya dikunjungi oleh penduduk setempat, namun telah dikunjungi oleh wisatawan dari luar kota namun masih dalam satu propinsi yaitu Jawa Tengah. Sedangkan untuk yang paruh ringan sebagian besar wisatawan berasal dari dalam kota (66,7%). Hasil uji chi kuadrat indikator geografis juga menolak H_0 , artinya bahwa hasil analisis indikasi geografis tidak mengikuti distribusi populasi seragam sesuai dengan sifat kawasan wisata pada umumnya yang ditujukan untuk wisatawan dari mana saja tanpa harus menentukan daerah asal wisatawan dalam jumlah distribusi yang sama besar.

Hasil analisis menunjukkan bahwa daerah asal wisatawan juga berpengaruh terhadap lama kunjungan. Wisatawan yang berasal dari luar kota cenderung lebih lama menghabiskan waktunya di kawasan wisata Rawa Pening dibandingkan dengan penduduk setempat. Oleh karena itu, perlu diperhatikan untuk menyediakan sarana dan prasarana yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan yang berasal dari luar kota, misalnya akomodasi (penginapan, hotel, motel, dan lain-lain), ketersediaan transportasi terutama angkutan umum untuk mempermudah wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata, restoran, dan lain-lain.

Dari hasil observasi lapangan, wisatawan yang datang hampir seluruhnya adalah wisatawan domestik, belum ada wisatawan dari internasional. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan kualitas obyek-obyek wisata di kawasan Rawa Pening serta promosi yang didukung dengan adanya atraksi wisata yang menarik sehingga kawasan Rawa Pening dapat dijadikan tujuan wisata potensial untuk menarik wisatawan internasional. Karakteristik wisatawan kawasan Rawa Pening berdasarkan indikasi geografis diuraikan dalam tabel IV.9 berikut ini:

Tabel IV.9
Karakteristik Wisatawan berdasarkan Indikasi Geografis

No	Indikator	Paruh Berat, N=91		Paruh ringan, N=9		Chi-Kuadrat Hitung	Taraf Signifikansi	Chi Kuadrat tabel	Keterangan
		Jml	(%)	Jml	(%)				
1.	Daerah asal					76,080	0,000	7,814	$\square 76,080 > 7,814$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- Dalam Kota	36	39,6	6	66,7				
	- Luar Kota	49	53,8	2	22,2				
	(Jawa Tengah)								
	- Luar Jawa Tengah	6	6,6	0	0				
	- Luar Negeri	0	0	1	11,1				
- Lainnya	0	0	0	0					

Sumber : Hasil Analisis, 2004

4.3.3 Karakteristik Wisatawan berdasarkan Indikasi Produk Wisata

Hasil analisis indikasi produk wisata menunjukkan beberapa hal yang signifikan. Pola kunjungan yang paling besar dilakukan yaitu dengan keluarga (42,9%). Alat transportasi yang paling banyak digunakan menurut hasil analisis adalah kendaraan pribadi (61,5%) dan tertinggi

kedua adalah menggunakan angkutan umum (34,1%). Lama berkunjung sebagian besar wisatawan adalah 1 hingga 2 jam (51,6%) dan tertinggi kedua adalah lebih dari 2 jam (48,4%). Informasi mengenai kawasan wisata Rawa Pening oleh wisatawan yang berkunjung sebagian besar diperoleh dari kerabat, teman, atau keluarga (92,3%) dan tidak ada yang memperoleh informasi mengenai obyek wisata dari brosur atau leaflet, dan media sebagai sarana promosi. Hasil uji chi kuadrat indikator produk wisata ternyata menolak H_0 , yang menunjukkan bahwa wisatawan tidak mengikuti distribusi populasi seragam.

Dari hasil analisis ini dapat dirumuskan bahwa perlu disediakan fasilitas atau atraksi wisata yang dapat dinikmati bersama-sama dengan keluarga, terutama bagi anak-anak kecil, misalnya kolam renang, taman bermain, berperahu bersama keluarga, dan lain-lain. Hasil analisis transportasi menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang datang menggunakan kendaraan pribadi, sehingga perlu diperhatikan untuk meningkatkan sistem keamanan dan ketersediaan lahan parkir yang memadai, sehingga wisatawan yang datang memiliki rasa aman dan tidak mengalami kesulitan untuk memarkir kendaraannya. Hal penting yang juga didapat dari analisis ini adalah masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemerintah maupun pihak swasta untuk menawarkan kawasan wisata Rawa Pening ini, sehingga usaha promosi terutama melalui media cetak maupun elektronik masih perlu ditingkatkan.

Hasil segmentasi wisatawan berdasarkan indikasi produk wisata diuraikan dalam tabel IV.10 berikut ini:

Tabel IV.10
Karakteristik Wisatawan berdasarkan Indikasi Produk Wisata

No	Indikator	Paruh Berat, N=91		Paruh ringan, N=9		Chi-Kuadrat Hitung	Taraf Signifikansi	Chi Kuadrat tabel	Keterangan
		Jml	(%)	Jml	(%)				
1.	Perjalanan wisata					44,900	0,000	9,487	$\square 44,900 > 9,487$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- Sendiri	20	21,9	2	22,2				
	- Rombongan (paket wisata)	5	5,5	1	11,1				
	- Keluarga	39	42,9	5	55,6				
	- Pasangan	19	20,9	0	0				
	- Lainnya	8	8,8	1	11,1				

2.	Alat transportasi					105,120	0,000	7,814	$\square 105,120 > 7,814$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- Umum	31	34,1	1	11,1				
	- Sewaan	2	2,2	0	0				
	- Pribadi	56	61,5	8	8,88				
	- Lainnya	2	2,2	0	0				
3.	Lama Berkunjung					68,400	0,000	7,814	$\square 68,400 > 7,814$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- < 30 menit	0	0	1	11,1				
	- 30 menit - 1 jam	0	0	8	88,9				
	- 1 – 2 jam	47	51,6	0	0				
	- > 2 jam	44	48,4	0	0				
4.	<i>Informasi</i>					155,120	0,000	5,991	$\square 155,120 > 5,991$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- Koran, majalah	2	2,2	0	0				
	- Brosur, leaflet	0	0	0	0				
	- TV, radio	0	0	0	0				
	- Teman/ keluarga	84	92,3	8	89,9				
	- Lainnya	5	5,5	1	11,1				

Sumber : Hasil Analisis, 2004

4.3.4 Karakteristik Wisatawan berdasarkan Indikasi Psikografis

Segmentasi wisatawan berdasarkan indikasi psikografis ditentukan dari beberapa indikator, antara lain yaitu daya tarik kawasan wisata. Sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Rawa Pening tertarik dengan keindahan alamnya (95,6%) dan tidak ada yang tertarik dengan nilai budaya atau sejarah, souvenir atau cinderamata khas daerah, sedangkan yang tertarik dengan keragaman fasilitas yang tersedia hanya 4,4% saja.

Motivasi kunjungan wisatawan sebagian besar adalah untuk berekreasi (75,8%) dan untuk kesehatan atau olahraga hanya 19,8%. Indikator yang lainnya yaitu perilaku wisatawan dalam menikmati obyek wisata. Sebagian besar wisatawan hanya melakukan kegiatan berwisata pasif (65,9%) yaitu hanya menikmati pemandangan atau obyek wisata tanpa berperan aktif dalam melakukan kegiatan-kegiatan tertentu. Dilihat dari indikator keunikan kawasan, sebagian besar wisatawan menilai keunikan kawasan wisata Rawa Pening terletak pada keindahan alam (48,4%) dan kegiatan wisata air (34,1%). Sedangkan minat dari sebagian besar wisatawan yang datang berkunjung sebenarnya mengarah pada atau menginginkan tersedianya atraksi wisata air (93,4%). Hasil uji chi kuadrat indikator psikografis menolak H_0 , artinya wisatawan yang datang berkunjung

tidak mengikuti distribusi populasi seragam dalam melakukan kegiatan berwisata, yaitu antara lain dalam motivasi, ketertarikan terhadap obyek, dan minat wisatawan terhadap atraksi wisata air.

Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa segmentasi wisatawan berdasarkan indikasi psikografis adalah bermotivasi rekreasi dengan bersantai dan menikmati keindahan alam namun wisatawan juga menginginkan atraksi wisata air yang lebih beragam lagi dapat tersedia di kawasan wisata Rawa Pening. Perilaku wisatawan yang sebagian besar masih melakukan kegiatan pasif kemungkinan disebabkan karena masih kurangnya atraksi wisata di kawasan tersebut yang dapat melibatkan wisatawan dalam suatu kegiatan aktif.

Hasil segmentasi wisatawan berdasarkan indikasi produk wisata diuraikan dalam tabel berikut ini:

Tabel IV.11
Karakteristik Wisatawan berdasarkan Indikasi Psikografis

No	Indikator	Paruh Berat, N=91		Paruh ringan, N=9		Chi-Kuadrat Hitung	Taraf Signifikan	Chi Kuadrat tabel	Keterangan
		Jml	(%)	Jml	(%)				
1.	Daya tarik					84,640	0,000	3,841	$\square 84,640 > 3,841$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- Keindahan alam (air, rawa, dll)	87	95,6	9	100				
	- Budaya dan sejarah	0	0	0	0				
	- Keragaman fasilitas	4	4,4	0	0				
	- Souvenir/cinderamata	0	0	0	0				
	- Lainnya	0	0	0	0				
2.	<i>Motivasi</i>					144,800	0,000	7,814	$\square 144,800 > 7,814$ $\square 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- Rekreasi	69	75,8	7	77,8				
	- Konvensi/ bisnis	1	1,1	1	11,1				
	- Mengunjungi teman/ keluarga	3	3,3	1	11,1				
	- Kesehatan/ olah raga	18	19,8	0	0				
	- Penelitian/ Studi	0	0	0	0				
	- Lainnya	0	0	0	0				

3.	Perilaku wisatawan					65,420	0,000	5,991	$\rho 65,420 > 5,991$ $\rho 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- pasif	60	65,9	7	77,8				
	- aktif	30	33,0	2	22,2				
	- lainnya	1	1,1	0	0				
4.	<i>Keunikan</i>					91,500	0,002	9,487	$\rho 91,500 > 9,487$ $\rho 0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- Kegiatan Wisata Air	31	34,1	3	33,3				
	- Keindahan alam	44	48,4	6	66,7				
	- Peninggalan sejarah	2	2,2	0	0				
	- Kesenian	0	0	0	0				
	- Budaya (adat istiadat)	1	1,1	0	0				
	- Lainnya	13	14,3	0	0				
5.	Minat terhadap atraksi wisata air					77,440	0,000	3,841	$\rho 77,440 > 3,841$ $\rho 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak
	- Setuju	85	93,4	9	100				
	- Tidak Setuju	0	0	0	0				
	- Lainnya	6	6,6	0	0				

Sumber : Hasil Analisis, 2004

4.4. Analisis Penawaran Produk Wisata

Analisis penawaran produk wisata kawasan Rawa Pening ini dilakukan agar dapat diketahui produk wisata dan komponen-komponen pendukung apa saja yang telah disediakan di kawasan tersebut bagi para wisatawan sebagai bentuk dari penawaran kegiatan wisata kepada wisatawan dan bagaimana bentuk pengelolaan yang telah dijalankan hingga saat ini. Hasil analisis ini akan membantu usaha pengembangan lebih lanjut yaitu dengan memanfaatkan produk atau komponen yang telah ada dan mengoptimalkan kinerjanya sehingga usaha pengembangan yang akan dilakukan lebih efektif, efisien, dan dapat memunculkan suatu ciri khas kawasan wisata sesuai dengan potensi kawasan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.

Produk dan komponen pendukung kegiatan wisata antara lain yaitu jenis obyek wisata dan atraksi yang ditawarkan, sebaran lokasi obyek wisata, kemudahan aksesibilitas dan transportasi, ketersediaan akomodasi, meliputi hotel, motel, *cottage*, pondok wisata dan sebagainya, ketersediaan fasilitas dan pelayanan yang mendukung keberadaan suatu obyek wisata, seperti restoran, tempat perdagangan souvenir dan pelayanan umum lainnya untuk memenuhi segala macam kebutuhan wisatawan, penyediaan jaringan infrastruktur meliputi telepon, listrik, air bersih, sanitasi, drainase dan pembuangan sampah, peran serta dan kerjasama institusi yaitu badan

dan aturan-aturan dari pemerintah atau swasta dalam usaha pengembangan, pengelolaan, serta informasi dan promosi wisata yang telah dilakukan.

Sesuai dengan kebijakan Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah, kawasan pariwisata Rawa Pening akan ditawarkan kepada wisatawan sebagai Pusat Pariwisata Jawa Tengah, khususnya pengembangan ke arah pariwisata alam. Kawasan ini oleh pemerintah rencananya akan dikembangkan dengan skala pelayanan regional propinsi. Obyek wisata yang terdapat di tiap-tiap sub-kawasan Rawa Pening masing-masing memiliki atraksi wisata yang saling melengkapi, baik obyek wisata yang bertema alam, budaya, maupun buatan.

Atraksi wisata di kawasan Rawa Pening yang saat ini telah ada khususnya di sub kawasan yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai obyek dengan atraksi wisata air dan telah ditawarkan kepada wisatawan antara lain adalah sebagai berikut :

Tabel IV.12.
Kegiatan Atraksi Wisata yang Telah Ada di Sub-Kawasan Rawa Pening

No.	Sub-kawasan	Kegiatan wisata yang telah ada
1.	Lopait	- Rumah makan - Pemandian - Taman Bermain - Berdelman - Pasar Kriya
2.	Muncul	- Pemandangan alam - Pemandian - Pemancingan ikan
3.	Bukit Cinta	- Rekreasi - Berperahu - Air

Sumber : Diparda Propinsi Jawa Tengah, 1996

1. Sub-Kawasan Lopait

Daerah ini merupakan akses utama Kawasan Rawa Pening, terletak pada kilometer 42 jalur Semarang-Surakarta dan memiliki topografi yang relatif datar. Dari kawasan ini, ke arah timur dapat dilihat hamparan kebun Dayakan dan Gunung Rong yang hijau mempesona di kawasan Tlogo. Sedangkan ke arah barat dapat dilihat keindahan telaga Rawa Pening dengan latar belakang gunung Merbabu dan perbukitan Banyubiru. Sub-kawasan ini pada mulanya digunakan untuk persawahan dan pertanian lainnya, tapi karena potensi pemandangan alam dan didukung oleh topografi yang baik di kawasan ini mulai dikembangkan rumah makan seperti yang dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut ini.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2003

Gambar 4.3
Rumah Makan di Sub-Kawasan Lopait, Rawa Pening

Rumah makan yang diberi nama Rawa Permai ini dikelola oleh swasta dan dilengkapi dengan area bermain, kolam renang, taman bunga, dan sebagainya. Sayangnya, akibat pertumbuhan rumah-rumah makan tersebut, keleluasaan pandangan ke arah telaga yang sebelumnya terbuka lebar dari jalan utama Semarang-Surakarta menjadi terganggu dan tertutup. Kolam renang yang terdapat di sub-kawasan tersebut dapat dilihat dalam gambar 4.4 berikut ini.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2003

Gambar 4.4
Kolam renang untuk anak-anak
di dalam areal Rumah Makan Rawa Permai, Lopait

Kondisi obyek wisata di Sub-kawasan Lopait dibanding dengan sub-kawasan Muncul dan Bukit Cinta memang jauh lebih baik dan lebih ramai dikunjungi wisatawan. Di lokasi tersebut juga sudah tersedia pusat penjualan kerajinan atau cinderamata yang dinamakan Pasar Industri Kecil dan Kerajinan (PIKK) Rawa Pening seperti yang dapat dilihat pada gambar 4.5, namun pasar tersebut masih belum begitu ramai dikunjungi wisatawan dan hanya buka pada hari-hari tertentu.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2003

Gambar 4.5
Pasar Industri Kecil dan Kerajinan (PIKK) Rawa Pening
Di Sub-Kawasan Lopait, Rawa Pening Kabupaten Semarang

2. Sub-Kawasan Muncul

Sub-kawasan ini terletak mengelilingi telaga di bagian selatan dan memiliki topografi yang relatif datar. Berdekatan dengan lokasi kawasan ini adalah sumber air alam yang melimpah yang diolah oleh pihak swasta menjadi air dalam kemasan. Saat ini, Sub-Kawasan Muncul telah dimanfaatkan sebagai obyek wisata dengan beberapa lokasi yang menyediakan atraksi-atraksi salah satunya yaitu obyek wisata yang menyajikan atraksi kolam renang seperti yang terlihat pada gambar 4.6 dibawah ini. Kolam renang ini cukup ramai dikunjungi wisatawan, namun kebersihan air kolam kurang terjaga dan fasilitas seperti kamar mandi atau WC kurang memadai, sehingga wisatawan yang datang sebagian besar hanya masyarakat setempat.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2003

Gambar 4.6
Lokasi Kolam Renang di Sub-Kawasan Muncul,
Rawa Pening Kabupaten Semarang

Selain obyek wisata kolam renang, di Sub-Kawasan Muncul juga terdapat kolam pemancingan ikan dan pembibitan ikan. Namun tempat ini belum ramai dikunjungi wisatawan. Lokasi kolam pemancingan ikan di sub-kawasan Muncul dapat dilihat dalam gambar 4.7 berikut ini.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2003

Gambar 4.7
Lokasi pemancingan ikan di Sub-Kawasan Muncul,
Rawa Pening yang belum ramai dikunjungi wisatawan

Dengan melihat potensi sumber air yang dimilikinya, kawasan ini sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai obyek wisata yang membutuhkan air yang cukup banyak, seperti kolam renang dan perikanan.

3. Sub-Kawasan Bukit Cinta

Sub-kawasan Bukit Cinta terletak di bagian tenggara kawasan wisata Rawa Pening dan dapat dicapai dari jalur Semarang-Surakarta melalui jalur Asinan-Banyubiru-Bukit Cinta (sekitar 14 km) atau melalui jalur Lopait-Salatiga-Bukit Cinta (sekitar 18 km). Jalan yang melintasi sub-kawasan Bukit Cinta merupakan jalan kolektor sekunder dengan lebar jalan 5 meter dan perkerasan aspal penetrasi. Pada jalur ini telah dilalui angkutan mikro bus yang melayani penumpang dengan rute Salatiga-Banyubiru. Dari kawasan ini bila pemandangan diarahkan ke telaga Rawa Pening, akan nampak hamparan air dan dapat dilihat karamba-karamba ikan serta nelayan dengan perahu-perahu kecilnya seperti yang terlihat dalam gambar 4.8 berikut ini.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2003

Gambar 4.8
Pemandangan Telaga Rawa Pening dilihat dari Sub-Kawasan Bukit Cinta

Perbukitan Asinan dan Sub-kawasan Tlogo menjadi latarbelakang pemandangan di atas. Dari Bukit Cinta juga dapat dinikmati pesona hijaunya Bukit Brawijaya dan kesibukan para penambang gambut.

Kawasan Bukit Cinta telah dimanfaatkan sebagai obyek wisata tempat untuk menikmati pemandangan telaga dan sebagai tempat pangkalan perahu-perahu wisata yang mengelilingi telaga. Obyek wisata ini telah dilengkapi dengan tempat parkir namun lahan parkir di sub-kawasan ini

belum dirancang dan dipelihara dengan baik. Kondisi lahan parkir di Bukit Cinta dapat ditunjukkan melalui gambar 4.9 dibawah ini.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2003

Gambar 4.9
Ketersediaan lahan parkir di sub-kawasan wisata Bukit Cinta, Rawa Pening belum diperhatikan dan dikelola dengan baik

Selain itu, kondisi obyek wisatanya sendiri pun masih sangat buruk dan tidak terawat. Tempat untuk duduk-duduk (saung/gubuk) sehingga dapat menikmati pemandangan dengan santai masih sangat kurang. Warung atau PKL yang berada di kawasan tersebut tidak dikelola dengan baik. Kondisi obyek wisata Bukit Cinta dapat dilihat dalam gambar 4.10 berikut ini.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2003

Gambar 4.10
Kondisi Sub-Kawasan Bukit Cinta, Rawa Pening sangat memprihatinkan dan belum dikelola dan dikembangkan dengan baik

Beberapa atraksi wisata yang telah tersedia pun tidak dikelola dengan baik sehingga ketersediaannya belum dapat dimanfaatkan dengan baik, contohnya yaitu akuarium ikan hias yang saat ini tidak digunakan dan dibiarkan begitu saja. Kondisi akuarium raksasa ini dapat dilihat dalam gambar 4.11 berikut.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2003

Gambar 4.11
Akuarium Ikan Hias di Sub-Kawasan Bukit Cinta,
Rawa Pening yang saat ini tidak digunakan dan tidak terawat

Secara umum, sebenarnya sub-kawasan ini sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai kawasan pusat olahraga perairan bagi Rawa Pening dan kawasan kegiatan rekreasi. Beberapa atraksi wisata yang sudah tersedia dapat dimanfaatkan kembali dan dikelola lebih baik sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung.

4.5 Analisis Penilaian Atraksi Wisata Air Berdasarkan Permintaan dan Penawaran Produk Wisata

Analisis penilaian ini dilakukan dengan cara meminta pendapat dari wisatawan untuk menilai tentang konsep pengembangan atraksi wisata air yang dikemukakan atau direncanakan oleh para ahli atau pihak yang terkait dengan pengelolaan kawasan wisata Rawa Pening. Analisis ini

bertujuan untuk melihat adanya kesesuaian antara rencana dari penyedia yaitu pemerintah dan swasta dengan keinginan atau permintaan dari si pemakai yaitu para wisatawan sehingga diharapkan hasil penilaian ini dapat digunakan sebagai acuan penyusunan prioritas pengembangan atraksi wisata air yang memperhatikan mengenai arahan pengembangan pada masa datang untuk mengembangkan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening, yang kemudian disusun sebagai suatu rekomendasi pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening.

4.5.1 Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Atraksi Wisata Eksisting di Kawasan Rawa Pening

Hasil penilaian wisatawan mengenai kepuasan terhadap atraksi wisata yang saat ini telah tersedia di Kawasan Rawa Pening dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel IV.13
Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap
Atraksi Wisata Eksisting Di Kawasan Rawa Pening

No.	Produk Wisata	Penilaian Wisatawan						Total Skor
		Tidak Puas		Puas		Sangat Puas		
		N	Skor	N	Skor	N	Skor	
1.	Keunikan objek wisata	44	-44	54	0	2	2	-42
2.	Atraksi wisata air	73	-73	26	0	1	1	-72
3.	Keadaan objek wisata	73	-73	26	0	1	1	-72
4.	Akomodasi (Penginapan/hotel)	70	-70	30	0	0	0	-70
5.	Sarana makan dan minum	25	-25	66	0	9	9	-16
6.	Toko/warung/kios	23	-23	72	0	5	5	-18
7.	Toko cinderamata/souvenir	68	-68	32	0	0	0	-68
8.	Pedagang kaki lima	32	-32	63	0	5	5	-27
9.	Penerangan/informasi pariwisata	57	-57	43	0	0	0	-57
10.	Sistem keamanan objek wisata	54	-54	44	0	2	2	-52
11.	Sarana peribadatan	62	-62	38	0	0	0	-62
12.	Tempat parkir	44	-44	53	0	3	3	-41
13.	Kemudahan pencapaian objek wisata	28	-28	65	0	7	7	-21
14.	Sarana komunikasi	66	-66	32	0	2	2	-63
15.	Arus wisatawan	26	-26	71	0	3	3	-23
16.	Tempat istirahat	35	-35	63	0	2	2	-33

Sumber: Hasil Analisis, 2004

Keterangan:

 : Skor terendah penilaian ketidakpuasan wisatawan

Dari dapat dilihat bahwa sebagian besar produk atau atraksi wisata yang saat ini telah ditawarkan kepada wisatawan belum dapat memenuhi kepuasan wisatawan yang datang berkunjung. Produk wisata yang mendapat nilai kepuasan paling rendah adalah atraksi dan kondisi obyek wisata yaitu memperoleh skor -72, padahal kedua hal ini adalah salah satu faktor penting dalam menawarkan obyek wisata kepada konsumen.

Dari hasil tersebut diatas ternyata masih banyak faktor utama maupun pendukung Kawasan Wisata Rawa Pening yang perlu diperhatikan untuk dibenahi sehingga dapat menarik wisatawan lebih banyak untuk berkunjung. Selain atraksi dan kondisi, hal penting yang juga perlu diperhatikan adalah sarana akomodasi, yaitu penginapan atau hotel. Minimnya tempat penginapan di sekitar obyek wisata juga menjadi salah satu kendala dalam mempromosikan obyek wisata tersebut. Ketiga hal tersebut sebenarnya memiliki keterhubungan yang erat, yaitu apabila kondisi dari kawasan wisata telah diperbaiki dan dibuat lebih nyaman, serta atraksi yang ditawarkan kepada wisatawan dibuat lebih atraktif dan menarik, maka investor yang hendak membuka usaha di kawasan wisata tersebut tentu semakin banyak.

4.5.2 Kesesuaian antara Permintaan Wisatawan dengan Atraksi Wisata Air yang Ditawarkan

Atraksi wisata yang ditawarkan hendaknya disesuaikan dengan minat atau permintaan wisatawan sehingga perencanaan dan pengembangan kawasan wisata Rawa Pening dapat memenuhi keinginan masyarakat dan meningkatkan minat wisatawan untuk datang berkunjung. Hasil analisis antara penawaran atraksi wisata air di kawasan wisata Rawa Pening dengan permintaan wisatawan adalah sebagai berikut:

Tabel IV.14
Kesesuaian antara Penawaran Atraksi Wisata Air dengan
Permintaan Wisatawan Di Kawasan Wisata Rawa Pening

No.	Kegiatan Wisata	Setuju		Tidak Setuju		Keterangan
		N	%	N	%	
A. Kegiatan Rekreasi						
1.	Santai di perairan (hanya menikmati pemandangan)	96	96,0	4	4,0	Keinginan wisatawan untuk dapat berekreasi dengan kegiatan ringan dan santai di Kawasan Rawa Pening sangat besar. Hal ini terlihat dari besarnya persentase yang menunjukkan persetujuan wisatawan terhadap penyediaan atraksi kegiatan rekreasi ringan dan santai.
2.	Memancing	96	96,0	4	4,0	
3.	Berenang dan bermain di air	89	89,0	11	11,0	
4.	Wisata keliling perairan dengan perahu	90	90,0	10	10,0	
5.	Wisata keliling perairan dengan sepeda air	69	69,0	31	31,0	

B. Kegiatan Wisata Olahraga Perairan						
1.	Jet Ski Air (Motor Air)	63	63,0	37	37,0	Hasil analisis menunjukkan bahwa wisatawan cukup tertarik dengan beberapa kegiatan wisata olahraga perairan yaitu jet ski, ski air, kano, dan dayung. Sedangkan minat wisatawan terhadap olahraga layar, parasailing, dan selancar angin tidak cukup besar.
2.	Ski air (Olahraga ski)	56	56,0	44	44,0	
3.	Kano	52	52,0	48	48,0	
4.	Dayung	74	74,0	26	26,0	
5.	Layar	49	49,0	51	51,0	
6.	Parasailing (Menggunakan parasut kemudian ditarik dengan motorboat)	42	42,0	58	58,0	
7.	Selancar Angin (Menggunakan papan seluncur dengan mengandalkan kecepatan angin)	29	29,0	71	71,0	

Sumber: Hasil Analisis, 2004

Keterangan:

: Prosentase tertinggi penilaian kesesuaian antara penawaran dan permintaan wisatawan

Dari tabel diatas, terlihat bahwa sebagian besar wisatawan ingin menikmati keindahan alam kawasan wisata Rawa Pening dan melakukan kegiatan santai, seperti memancing, berenang, berperahu dan bersepeda air. Wisatawan yang tertarik dengan kegiatan wisata olahraga air belum begitu banyak. Mereka hanya tertarik dengan beberapa jenis atraksi wisata olahraga air, yaitu jet ski air (motor air), ski air, kano, dan dayung. Sedangkan untuk kegiatan layar dan parasailing perbandingannya hampir sama antara wisatawan yang setuju dan tidak setuju, dan sebagian besar wisatawan tidak setuju atau tidak terlalu berminat dengan kegiatan wisata selancar angin.

Dari hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam menyelenggarakan atraksi-atraksi wisata air sehingga sesuai dengan minat dan keinginan wisatawan yang hendak mengunjungi kawasan wisata Rawa Pening.

4.5.3 Produk Wisata yang Dibutuhkan untuk Mendukung Pengembangan Atraksi Wisata Air di Kawasan Rawa Pening Menurut Permintaan Wisatawan

Keberhasilan pengembangan kawasan wisata tentunya didukung oleh beberapa produk wisata, baik atraksi maupun fasilitas penunjangnya. Namun apabila produk-produk yang disediakan tidak sesuai dengan kebutuhan wisatawan sebagai pengguna produk maka suatu usaha pengembangan dapat dikatakan kurang berhasil atau tidak tepat guna. Oleh karena itu, dengan dilakukan analisis mengenai produk wisata yang dibutuhkan dan sesuai dengan permintaan wisatawan untuk mendukung pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening maka

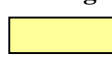
dapat diketahui prioritas pengembangan atraksi wisata air. Hasil analisis tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel IV.15
Kebutuhan Produk Wisata sesuai dengan permintaan wisatawan
untuk mendukung pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening

No.	Produk Wisata	Butuh		Tidak Butuh	
		N	%	N	%
1.	Kolam Ikan Hias	83	83,0	17	17,0
2.	Kolam Pemancingan Ikan	95	95,0	5	5,0
3.	Kolam Renang	86	86,0	14	14,0
4.	Lokasi Wisata Sepeda Air	65	65,0	35	35,0
5.	Lokasi Wisata Berperahu	82	82,0	18	18,0
6.	Dermaga Perahu	84	84,0	16	16,0
7.	Lokasi Wisata air Jet Ski (Motor Air)	62	62,0	38	38,0
8.	Lokasi Wisata air Parasailing	44	44,0	56	56,0
9.	Lokasi Olahraga Dayung	62	62,0	38	38,0
10.	Pusat Pelatihan dan Tenaga Ahli Pelatihan Olahraga Air	42	42,0	58	58,0
11.	Asrama Atlit	31	31,0	69	69,0
12.	Taman Bermain Anak	91	91,0	9	9,0
13.	Gardu/Menara Pandang	84	84,0	16	16,0
14.	Toko/Kios Souvenir	78	78,0	22	22,0
15.	Pengadaan angkutan umum di dalam lokasi wisata	62	62,0	38	38,0
16.	Fasilitas Akomodasi (hotel, cottage, ruang pertemuan)	68	68,0	32	32,0
17.	Restoran	80	80,0	20	20,0
18.	Perbaikan sistem keamanan untuk lokasi wisata Rawa Pening	67	67,0	33	33,0
19.	Pengadaan sistem keamanan untuk atraksi wisata air	67	67,0	33	33,0
20.	Saung / Gubuk tempat istirahat	93	93,0	7	7,0
21.	Pusat Informasi Kegiatan Wisata	77	77,0	23	23,0
22.	Atraksi Wisata Pendukung (Hiburan, Pentas Seni, dll)	91	91,0	9	9,0
23.	Fasilitas pendukung (musholla, WC, dll)	94	94,0	6	6,0

Sumber: Hasil Analisis, 2004

Keterangan:

 : Skor tertinggi penilaian kebutuhan produk wisata sesuai dengan permintaan wisatawan

Dari hasil analisis diatas terlihat jelas bahwa banyak sekali permintaan wisatawan akan kebutuhan atau produk-produk wisata, baik atraksi-atraksinya maupun fasilitas penunjang kegiatan wisata, khususnya wisata air. 5 (lima) atraksi wisata atau fasilitas penunjang yang paling dibutuhkan oleh wisatawan adalah kolam pemancingan ikan (95%), fasilitas pendukung seperti WC, musholla, dan lain-lain (94%), saung atau gubuk-gubuk untuk tempat bersantai dan beristirahat (93%), taman bermain anak (91%) dan atraksi wisata pendukung seperti hiburan, pentas seni, dan lain-lain (91%).

Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Rawa Pening belum cukup puas dengan kondisi kawasan saat ini, baik dari keragaman atraksi yang ada maupun fasilitas-fasilitas yang disediakan. Yang mereka inginkan adalah apabila mereka berkunjung ke kawasan Rawa Pening mereka benar-benar ingin menikmati pemandangan dengan bersantai dan melakukan kegiatan wisata yang santai baik untuk orang dewasa maupun anak-anak dengan kondisi dan fasilitas yang memadai. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa wisatawan tidak begitu tertarik dengan adanya ide asrama atlit atau pusat pelatihan dan tenaga ahli pelatihan olahraga air karena mereka hanya ingin berekreasi dan bersantai.

4.6 Prioritas Pengembangan Atraksi Wisata Air berdasarkan Penawaran dan Permintaan Wisatawan.

Hasil dari analisis-analisis yang telah dilakukan sebelumnya digunakan sebagai acuan atau dasar pertimbangan dalam menyusun strategi pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Wisata Rawa Pening yang mengedepankan kesesuaian antara penawaran dan permintaan wisatawan. Penyusunan prioritas pengembangan ini juga memperhatikan dasar pertimbangan pengembangan untuk masa datang dan hal-hal atau sektor-sektor yang harus menjadi prioritas pengembangan atraksi wisata air di Kawasan Rawa Pening.

4.6.1 Dasar Pertimbangan Pengembangan Atraksi Wisata Air di Kawasan Rawa Pening

Dari hasil analisis-analisis sebelumnya, dapat diketahui beberapa hal penting yang dapat menjadi dasar pertimbangan dalam usaha pengembangan kawasan wisata Rawa Pening. Kawasan tersebut mempunyai kecenderungan pertumbuhan produk yang masih rendah dengan pasar yang tinggi, sehingga apabila dikelola dan dipelihara dengan tepat kawasan wisata Rawa Pening mempunyai prospek yang bagus sebagai daerah tujuan wisata utama di Kabupaten Semarang. Kawasan wisata Rawa Pening saat ini baru memiliki pangsa pasar kecil namun tetap tumbuh dan berkembang relatif cepat, terutama didukung dengan keunikan dan keindahan alamnya, serta wilayah perairan yang luas dan dapat dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan atau atraksi wisata khususnya wisata air.

Dasar pertimbangan pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening ini disusun berdasarkan kondisi eksisting kawasan yang telah dianalisis dengan metode.

1. Dasar Pertimbangan Pengembangan Berdasarkan Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Dasar pertimbangan pengembangan kawasan wisata Rawa Pening berdasarkan strategi SO yaitu dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki, antara lain daya tarik, keindahan obyek wisata, kemudahan aksesibilitas, sumber daya manusia yang cukup banyak sehingga tingkat perekonomian masyarakat sekitar dapat ikut terangkat, serta semakin banyaknya pemerhati pengembangan kawasan wisata Rawa Pening (Dinas Pariwisata, Lembaga Pendidikan, LSM, dan lain-lain) untuk menggunakan atau memanfaatkan setiap peluang yang muncul, antara lain yaitu memanfaatkan letak kawasan Rawa Pening yang strategis yaitu di pusat pertumbuhan ekonomi, yaitu antara Kota Semarang, Yogyakarta dan Solo, serta adanya kebijakan pemerintah, khususnya Dinas Daerah Propinsi Jawa Tengah untuk pengembangan kawasan wisata Rawa Pening.

2. Dasar Pertimbangan Pengembangan Berdasarkan Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Pengembangan dengan memanfaatkan peluang yang muncul yaitu adanya kebijakan dari Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah untuk pengembangan kawasan wisata Rawa Pening serta semakin banyaknya pemerhati pengembangan kawasan wisata Rawa Pening (Dinas Pariwisata, Lembaga Pendidikan, LSM, dan lain-lain) sehingga kawasan tersebut mendapat perhatian yang lebih terhadap usaha pengembangan tersebut terutama untuk menangani masalah enceng gondok, sedimentasi, dan tingginya tingkat erosi. Enceng gondok selain dapat dimanfaatkan sebagai pupuk atau kerajinan tangan, dapat menjadi alternatif atraksi wisata, khususnya wisata pendidikan. Yaitu mengajak wisatawan untuk mengenal dan mengetahui dan ikut terlibat langsung dalam proses pengolahan tanaman enceng gondok dari tahap pengambilan hingga tahap pemasaran kerajinan tangan. Atraksi ini tentunya dapat menarik wisatawan, tidak hanya domestik namun juga internasional.

Peluang potensial investasi juga dapat dimanfaatkan sebagai usaha menghilangkan atau mengurangi dampak kelemahan yang dimiliki kawasan tersebut. Promosi kepada pihak investor perlu ditingkatkan sehingga terjadi perbaikan kualitas kawasan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia karena adanya lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat di kawasan wisata Rawa Pening.

3. Dasar Pertimbangan Pengembangan Berdasarkan Strategi ST (*Strength-Threats*)

- Pengendalian pertumbuhan kawasan dapat dilakukan melalui usaha konservasi lingkungan dengan mengikutsertakan masyarakat setempat sebagai sumber daya manusia yang dapat diandalkan.

- Kondisi kawasan wisata yang kurang mendukung pada musim-musim tertentu dapat diatasi dengan pengadaan atraksi wisata penunjang beserta fasilitasnya yang tidak terpengaruh oleh musim-musim tertentu serta dengan memanfaatkan atraksi wisata di sub kawasan lain yang masih termasuk kawasan Rawa Pening.
- Kerjasama antara pemerhati pengembangan kawasan Rawa Pening dengan pihak pemerintah dan swasta dapat membantu mengatasi masalah rendahnya minat investasi dan kompetisi antar kawasan wisata lainnya, antara lain dengan meningkatkan usaha promosi atau penyediaan infrastruktur.

4. Dasar Pertimbangan Pengembangan Berdasarkan Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Untuk mengatasi masalah lingkungan di kawasan Rawa Pening agar dapat dijadikan sebagai kawasan wisata andalan harus didukung oleh seluruh pihak terkait, baik pemerintah, pihak swasta, maupun masyarakat sehingga kelemahan yang ada dapat dieliminasi dan ancaman yang akan muncul dapat diminimalisasi dengan adanya kerjasama dan koordinasi dari seluruh pihak untuk mengatasi masalah-masalah tersebut bersama-sama dan dilakukan secara terpadu.

4.6.2 Prioritas Pengembangan Atraksi Wisata Air Kawasan Rawa Pening

Prioritas pengembangan disusun untuk mempermudah pengembangan lebih lanjut sehingga lebih terarah, efektif, dan efisien. Penyusunan prioritas pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening ini meliputi beberapa aspek sesuai dengan hasil analisis sebelumnya yaitu analisis penilaian atraksi wisata air berdasarkan permintaan dan penawaran produk wisata dan hasil observasi lapangan yang dilakukan berpedoman pada segmentasi pasar sehingga pengembangan yang akan dilaksanakan dapat sesuai dengan karakteristik wisatawan yang datang berkunjung.

Dari hasil analisis segmentasi pasar diketahui bahwa sebagian besar pengunjung adalah kelompok usia produktif (20-29 tahun) dan remaja atau anak-anak (kurang dari 20 tahun). Pengunjung obyek wisata sebagian besar berasal dari luar daerah di wilayah Propinsi Jawa Tengah. Sebagian besar wisatawan berkunjung dengan keluarga menggunakan kendaraan pribadi dan umum. Wisatawan yang datang menghabiskan waktu cukup lama untuk berekreasi yaitu antara 1 hingga 2 jam atau lebih. Motivasi mereka untuk berkunjung adalah rekreasi dan mereka setuju bila di kawasan wisata Rawa Pening dikembangkan atraksi wisata air.

Urutan Prioritas pengembangan yang disusun menjadi sektor-sektor yang dianggap paling signifikan dalam keberhasilan pengembangan kawasan wisata Rawa Pening menjadi kawasan atraksi wisata air. Prioritas ini disusun berdasarkan tingkat ketidakpuasan, kebutuhan produk wisata, dan minat wisatawan yang datang berkunjung di tiap-tiap lokasi pengembangan kawasan wisata air Rawa Pening berdasarkan hasil analisis dan observasi lapangan yaitu seperti yang

diuraikan dalam tabel IV.16 sampai dengan tabel IV.18. Sedangkan kebutuhan produk wisata sesuai dengan permintaan wisatawan tiap-tiap sub kawasan digambarkan dalam peta dengan nomor gambar 4.12 hingga 4.14 berikut ini:

Tabel IV. 16
Urutan Prioritas Pengembangan
Atraksi Wisata Air di Sub-Kawasan Lopait, Rawa Pening

NO.	LOKASI	PRIORITAS I	PRIORITAS II	PRIORITAS III
1.	LOPAIT	Berdasarkan ketidakpuasan wisatawan yang berkunjung		
		a. Atraksi wisata	a. Penerangan / informasi pariwisata	a. Pedagang Kaki Lima
		b. Sarana komunikasi	b. Sistem keamanan obyek wisata	
			c. Keunikan obyek wisata	
		Berdasarkan Kesesuaian Penawaran dan Permintaan Atraksi Wisata Air		
		- Kegiatan Rekreasi		
		a. Menyediakan sarana untuk bersantai di kawasan wisata menikmati pemandangan	-	-
		b. Menyediakan perahu dan alat pancing	-	-
		c. Menyediakan perahu untuk wisata keliling perairan	-	-
		d. Menyediakan kolam renang untuk anak dan dewasa	-	-
		e. Menyediakan sepeda air	-	-
		- Kegiatan Wisata Olahraga Perairan		
		-	-	-
		Berdasarkan Kebutuhan Produk Wisata Sesuai dengan Permintaan Wisatawan		
		a. Kolam Pemancingan Ikan	a. Lokasi Wisata Berperahu	-
		b. Fasilitas pendukung (WC, musholla, dll)	b. Pusat Informasi Kegiatan Wisata	-
		c. Taman Bermain Anak	c. Fasilitas Akomodasi (hotel, cottage, ruang pertemuan)	-
d. Kolam Renang	d. Perbaikan sistem keamanan untuk lokasi wisata Rawa Pening	-		
e. Dermaga Perahu	e. Pengadaan sistem keamanan untuk atraksi wisata air	-		
f. Menara / Gardu Pandang	-	-		

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Tabel IV. 17
Urutan Prioritas Pengembangan
Atraksi Wisata Air di Sub-Kawasan Bukit Cinta, Rawa Pening

NO.	LOKASI	PRIORITAS I	PRIORITAS II	PRIORITAS III
2.	BUKIT CINTA	Berdasarkan ketidakpuasan wisatawan yang berkunjung		
		a. Atraksi wisata	a. Sarana peribadatan	a. Tempat istirahat
		b. Kondisi kawasan wisata	b. Penerangan/informasi pariwisata	b. Pedagang Kaki Lima
		c. Fasilitas akomodasi	c. Sistem keamanan obyek wisata	c. Kemudahan pencapaian obyek wisata
		d. Toko cinderamata/souvenir	d. Keunikan obyek wisata	d. Arus wisatawan
		e. Sarana komunikasi	e. Tempat parkir	e. Toko/warung/kios atau tempat makan dan minum
		Berdasarkan Kesesuaian Penawaran dan Permintaan Atraksi Wisata Air		
		- Kegiatan Rekreasi		
		a. Menyediakan sarana untuk bersantai di kawasan wisata menikmati pemandangan	-	-
		b. Menyediakan perahu dan alat pancing	-	-
		c. Menyediakan perahu untuk wisata keliling perairan	-	-
		d. Menyediakan kolam renang untuk anak dan dewasa	-	-
		e. Menyediakan sepeda air	-	-
		- Kegiatan Wisata Olahraga Perairan		
		a. Dayung	a. Layar	-
		b. Jet Ski Air (Motor Air)	b. Parasailing	-
		c. Ski Air (Olahraga Ski)	-	-
		d. Kano	-	-

Lanjutan Tabel IV. 17 Urutan Prioritas Pengembangan Atraksi Wisata Air di Sub-Kawasan Bukit Cinta, Rawa Pening

Berdasarkan Kebutuhan Produk Wisata Sesuai dengan Permintaan Wisatawan		
a. Kolam Pemancingan Ikan	a. Kolam Ikan Hias	a. Lokasi Wisata Sepeda Air
b. Fasilitas pendukung (WC, musholla, dll)	b. Lokasi Wisata Berperahu	b. Lokasi Wisata Air Jet Ski (Motor Air)
c. Saung/Gubuk Tempat Istirahat	c. Restoran	c. Lokasi Olahraga Dayung
d. Taman Bermain Anak	d. Toko/Kios Souvenir	d. Pengadaan Angkutan Umum di dalam Lokasi Wisata
e. Atraksi Wisata Pendukung (hiburan, pentas seni, dll)	e. Pusat Informasi Kegiatan Wisata	e. Lokasi Wisata Air Parasailing
f. Kolam Renang	f. Fasilitas Akomodasi (hotel, cottage, ruang pertemuan)	f. Pusat Pelatihan dan Tenaga Ahli Pelatihan Olahraga Air
g. Dermaga Perahu	g. Perbaikan sistem keamanan untuk lokasi wisata Rawa Pening	g. Asrama Atlit
h. Menara / Gardu Pandang	h. Pengadaan sistem keamanan untuk atraksi wisata air	-

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Tabel IV. 18
Urutan Prioritas Pengembangan
Atraksi Wisata Air di Sub-Kawasan Muncul, Rawa Pening

NO.	LOKASI	PRIORITAS I	PRIORITAS II	PRIORITAS III
3.	MUNCUL	Berdasarkan ketidakpuasan wisatawan yang berkunjung		
		a. Atraksi wisata	a. Penerangan / informasi pariwisata	a. Pedagang Kaki Lima
		b. Fasilitas Akomodasi	b. Sistem keamanan obyek wisata	-
		c. Toko cinderamata/souvenir	c. Keunikan obyek wisata	-
		d. Sarana komunikasi	-	-
		Berdasarkan Kesesuaian Penawaran dan Permintaan Atraksi Wisata Air		
		- Kegiatan Rekreasi		
		a. Menyediakan kolam renang untuk anak dan dewasa	-	-
		- Kegiatan Wisata Olahraga Perairan		
		-	-	-
		Berdasarkan Kebutuhan Produk Wisata Sesuai dengan Permintaan Wisatawan		
		a. Fasilitas pendukung (WC, musholla, dll)	a. Toko/Kios Souvenir	a. Pengadaan Angkutan Umum di dalam lokasi wisata
		-	b. Pusat Informasi Kegiatan Wisata	-
		-	c. Fasilitas Akomodasi (hotel, cottage, ruang pertemuan)	-
		-	d. Perbaikan sistem keamanan untuk lokasi wisata Rawa Pening	-
-	e. Pengadaan sistem keamanan untuk atraksi wisata air	-		

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Bab V

PENUTUP

5.1 Temuan Studi

Dari studi yang telah dilakukan diperoleh temuan-temuan yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening. Temuan studi yang diperoleh sebagai berikut:

- Rawa Pening adalah satu-satunya kawasan wisata di Kabupaten Semarang dengan daya tarik telaga/rawa dan memiliki beberapa sub-kawasan wisata, yaitu Sub-Kawasan Tlogo, Sub-Kawasan Lopait, Sub-Kawasan Bukit Cinta Brawijaya, Sub-Kawasan Muncul, Sub-Kawasan Asinan, dan Sub-Kawasan Benteng Pendem dengan karakteristik atraksi wisata yang berbeda. Sub-kawasan yang memiliki jenis atraksi wisata air yaitu Sub-Kawasan Lopait, Sub-Kawasan Bukit Cinta, dan Sub-Kawasan Muncul.
- Adanya kebijakan dari Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah yang menyatakan bahwa kedudukan pariwisata Jawa Tengah sebagai daerah tujuan wisata dengan keharmonisan budaya dan alam, dengan tawaran produk bagi wisatawan nusantara bergolongan ekonomi menengah serta wisatawan mancanegara yang memiliki minat budaya, sehingga kebijakan tersebut berlaku pula untuk pengembangan kawasan wisata air Rawa Pening yang merupakan kawasan wisata di Propinsi Jawa Tengah.
- Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata baik Propinsi Jawa Tengah maupun Kabupaten Semarang, pihak lembaga pendidikan misalnya Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) Salatiga dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) ikut terlibat dalam usaha pengembangan kawasan wisata dan memperhatikan kondisi pariwisata di kawasan Rawa Pening dengan melakukan analisis terhadap pengembangan atraksi wisata air.
- Enceng gondok ternyata dapat dijadikan sebagai alternatif atraksi wisata khususnya wisata pendidikan, yaitu wisatawan diajak untuk lebih mengenal dan mengetahui serta ikut terlibat dalam proses pengolahan enceng gondok menjadi kerajinan tangan, mulai dari pengambilan tanaman, pengolahan menjadi kerajinan tangan seperti tas, sepatu, sandal, dan sebagainya hingga proses pemasaran ke toko-toko souvenir atau didistribusikan ke luar kota. Atraksi ini dapat menarik wisatawan baik domestik

maupun manca negara, karena atraksi wisata mengenai enceng gondok ini memiliki keunikan dan masih jarang ditemui.

- Tingginya proses sedimentasi menyebabkan pendangkalan yang akan mempengaruhi kawasan wisata air Rawa Pening. Tingkat erosi di kawasan Rawa Pening yang tinggi juga menjadi salah satu kelemahan yang dimiliki kawasan Rawa Pening.
- Saat ini terdapat 3 (tiga) jenis atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening yaitu santai di perairan/menikmati pemandangan, berenang, dan memancing.
- Promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Semarang melalui media majalah pariwisata, papan reklame yang terdapat di Kota Ambarawa dan situs-situs internet, belum efektif dan intensif karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya kegiatan promosi kawasan wisata Rawa Pening, sehingga jumlah wisatawan yang datang berkunjung lebih rendah dibanding dengan objek wisata lain di Kabupaten Semarang
- Di kawasan wisata air Rawa Pening telah terdapat cukup banyak moda transportasi yang langsung menuju objek wisata air.
- Kualitas pelayanan yang diberikan di kawasan wisata air Rawa Pening masih sangat kurang, padahal jumlah sumber daya manusia yang ada cukup banyak sehingga pelayanan kegiatan wisata air yang diberikan belum optimal.
- Sebagian besar wisatawan yang datang berkunjung merupakan kelompok usia produktif yaitu 20 hingga 29 tahun (38,5%), dengan tingkat pendidikan adalah SMU atau sederajat (42%). Sementara dari pekerjaan tertinggi adalah pelajar atau mahasiswa (36,3 %) diikuti oleh wisatawan yang berprofesi sebagai pegawai swasta (35,2%). Tingkat pendapatan sebagian besar wisatawan yang berkunjung adalah kurang dari Rp. 100.000,00 (46,2%), dan yang tertinggi kedua adalah wisatawan dengan tingkat pendapatan Rp. 500.000,00 hingga Rp. 1.000.000,00 (33%).
- Kawasan Rawa Pening tidak hanya menjadi obyek wisata yang hanya dikunjungi oleh penduduk setempat, namun wisatawan yang datang berkunjung banyak yang berasal dari luar kota namun masih dalam satu propinsi yaitu Jawa Tengah.
- Pola kunjungan wisata air yang paling besar dilakukan yaitu kunjungan wisata bersama keluarga (42,9%). Sedangkan alat transportasi yang paling banyak digunakan menurut hasil analisis adalah kendaraan pribadi (61,5%) dan tertinggi kedua adalah menggunakan angkutan umum (34,1%). Dilihat dari lama kunjungan, sebagian besar wisatawan menghabiskan waktu di kawasan atraksi wisata air Rawa

Pening selama 1 hingga 2 jam (51,6%) dan tertinggi kedua adalah lebih dari 2 jam (48,4%).

- Motivasi kunjungan wisatawan sebagian besar adalah untuk berekreasi (75,8%) dan untuk kesehatan atau olahraga hanya 19,8%. Perilaku wisatawan dalam menikmati obyek wisata air yang sebagian besar hanya melakukan kegiatan berwisata pasif (65,9%) yaitu hanya menikmati pemandangan atau obyek wisata tanpa berperan aktif dalam melakukan kegiatan-kegiatan tertentu. Menurut indikator keunikan kawasan, sebagian besar wisatawan menilai keunikan kawasan wisata Rawa Pening terletak pada keindahan alam (48,4%) dan kegiatan wisata air (34,1%). Sedangkan minat dari sebagian besar wisatawan yang datang berkunjung sebenarnya mengarah pada atau menginginkan tersedianya atraksi wisata air (93,4%).
- Sebagian besar produk atau atraksi wisata air yang saat ini telah ditawarkan kepada wisatawan belum dapat memenuhi kepuasan wisatawan yang datang berkunjung.

5.2 **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil studi pengembangan atraksi wisata air kawasan Rawa Pening yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- Potensi kawasan wisata Rawa Pening baik ditinjau dari letak geografis yaitu merupakan titik temu perjalanan Solo-Semarang-Yogyakarta, dari keindahan alamnya yaitu merupakan perpaduan antara telaga, gunung berapi, kebun kopi, dan didukung oleh kebijakan Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Semarang memunculkan suatu prospek yang sangat menjanjikan dalam pemanfaatan telaga sebagai produk wisata khususnya atraksi wisata air. Disamping itu, Rawa Pening adalah satu-satunya kawasan wisata dengan daya tarik telaga/rawa di Kabupaten Semarang.
- Kendala didalam pengembangan wisata air di Rawa Pening antara lain adalah terdapatnya enceng gondok yang menutup sebagian besar permukaan telaga/rawa. Untuk mengatasinya memerlukan biaya yang sangat tinggi dan dituntut kontinuitasnya. Di lain pihak enceng gondok memberi keuntungan bagi penduduk disekitarnya karena dapat dijadikan pupuk dan bahan kerajinan tangan serta menjadi alternatif atraksi wisata yaitu mengajak wisatawan untuk lebih mengenal tanaman enceng gondok dan ikut terlibat dalam pengolahannya menjadi kerajinan tangan. Disamping itu, sedimentasi yang cukup tinggi akan mengakibatkan pendangkalan di

daerah muara sungai yang masuk ke Rawa Pening. Hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap pengembangan atraksi wisata air.

- Kawasan wisata air Rawa Pening termasuk dalam kategori yang memiliki pertumbuhan produk rendah dengan pasar yang tinggi (Kuadran *Cash Cows*). Dengan kata lain merupakan kawasan wisata yang saat ini hanya memiliki pangsa pasar kecil, tetapi tumbuh dan berkembang relatif cepat. Oleh karena itu, usaha pengembangan kawasan wisata diarahkan kepada pengembangan produk, salah satunya pengembangan atraksi wisata air.
- Segmen pasar wisata di Rawa Pening adalah sebagai berikut:
 - Wisatawan yang datang ke kawasan wisata air Rawa Pening tidak hanya berasal dari daerah setempat, tetapi juga berasal dari kota-kota lain di Indonesia.
 - Terdapat fasilitas transportasi yang mudah untuk mencapai tujuan wisata.
 - Promosi dan pelayanan wisata masih harus ditingkatkan agar terbentuk suatu *image* yang positif dan menarik untuk berpariwisata di kawasan Rawa Pening.
 - Hasil segmentasi wisatawan berdasarkan indikasi psikografis adalah wisatawan yang datang sebagian besar bermotivasi untuk melakukan kegiatan rekreasi dengan bersantai dan menikmati keindahan alam, namun wisatawan yang datang berkunjung tersebut banyak juga yang menginginkan ketersediaan atraksi wisata air yang lebih beragam di kawasan wisata air tersebut.
- Usaha diversifikasi produk atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening sangat didukung oleh adanya beberapa sub-kawasan yang telah terdapat di kawasan tersebut, yaitu Lopait, Bukit Cinta dan Muncul. Selain itu di sub-kawasan tersebut telah terdapat beberapa atraksi wisata air.
- Di sub-kawasan wisata tersebut telah terdapat 3 (tiga) jenis atraksi wisata air, yaitu bersantai di perairan atau menikmati pemandangan, berenang, dan memancing.
- Prioritas pengembangan berdasarkan tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung adalah:
 - Atraksi wisata di sub-kawasan Lopait, Bukit Cinta, dan Muncul.
 - Kondisi kawasan di sub-kawasan Bukit Cinta.
 - Akomodasi di sub-kawasan Bukit Cinta dan Muncul.
 - Toko souvenir di sub-kawasan Bukit Cinta dan Muncul.
 - Sarana komunikasi di sub-kawasan Lopait, Bukit Cinta, dan Muncul.

- Prioritas pengembangan berdasarkan kesesuaian penawaran dan permintaan atraksi wisata air antara lain adalah
 - a. Kegiatan rekreasi:
 - Menyediakan sarana untuk bersantai di kawasan wisata air menikmati pemandangan di Sub-Kawasan Lopait dan Bukit Cinta.
 - Menyediakan perahu dan alat pancing di Sub-Kawasan Lopait dan Bukit Cinta.
 - Menyediakan perahu untuk wisata keliling perairan di Sub-Kawasan Lopait dan Bukit Cinta.
 - Menyediakan kolam renang untuk anak dan dewasa di Sub-Kawasan Bukit Cinta dan Muncul
 - Menyediakan sepeda air di Sub-Kawasan Lopait dan Bukit Cinta.
 - b. Kegiatan Wisata Olahraga Perairan:
 - Dayung di Sub-Kawasan Bukit Cinta.
 - Jet Ski Air (Motor Air) di Sub-Kawasan Bukit Cinta.
 - Ski Air (Olahraga Ski) di Sub-Kawasan Bukit Cinta.
 - Kano di Sub-Kawasan Bukit Cinta.

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi merupakan tindak lanjut dari hasil studi atau kesimpulan berupa saran atau masukan bagi instansi terkait yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam usaha pengembangan atraksi wisata air di kawasan Rawa Pening. Rekomendasi tersebut antara lain sebagai berikut:

- Rekomendasi untuk Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Semarang adalah menyiapkan perencanaan kepariwisataan yang holistik dengan menekankan pentingnya kesejahteraan masyarakat disekitarnya, sehingga akan terselenggara sebuah obyek wisata yang berkelanjutan. Disamping itu, Dinas Pariwisata perlu mengatasi kondisi kepariwisataan di Rawa Pening yang terjadi saat ini, antara lain yaitu meningkatkan pemasaran dengan promosi lebih intensif dan menarik, meningkatkan pelayanan dengan menambah fasilitas dan memperbaiki kualitas sarana dan prasarana, mengatasi enceng gondok dan sedimentasi dengan mengadakan penelitian, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan mengadakan pelatihan dan kesempatan berwiraswasta di kawasan wisata Rawa Pening.

- Rekomendasi untuk pihak swasta yaitu mengingat potensi geografis, keindahan alam, kegiatan awal, dan lain-lain telah tersedia, maka pihak swasta tidak perlu ragu untuk menanamkan modalnya demi mengembangkan kegiatan wisata di Rawa Pening bersama-sama dengan pemerintah. Selain itu, pihak swasta perlu memperhatikan kesesuaian antara penawaran produk wisata dengan permintaan dari wisatawan sehingga kepuasan wisatawan sebagai konsumen dapat terpenuhi.
- Rekomendasi untuk perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya adalah turut membantu dalam penyediaan sumber daya manusia yang profesional dan terdidik serta menguasai ilmu yang dapat diterapkan dalam usaha pengembangan pariwisata, khususnya atraksi wisata air. Selain itu pihak perguruan tinggi dan lembaga pendidikan sebaiknya dapat ikut membantu melaksanakan penelitian dan pengembangan terhadap kegiatan wisata air di Rawa Pening khususnya dalam mengatasi enceng gondok dan tingginya sedimentasi. Demikian pula dalam mengidentifikasi daerah-daerah sub-kawasan untuk diversifikasi kegiatan atau atraksi wisata air.
- Rekomendasi untuk Bappeda Propinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Semarang yaitu mengintegrasikan pengembangan kawasan Rawa Pening didalam perencanaan pembangunan daerah dan berikut program-programnya. Selain itu, perlu adanya suatu koordinasi dengan instansi atau lembaga lain yang terkait dan ikut terlibat dalam pengembangan atraksi wisata air di Rawa Pening.
- Rekomendasi untuk studi lanjutan antara lain sebagai berikut:
 - Studi Kondisi Fisika Kimia Rawa Pening untuk menentukan kedalaman, suhu, dan kualitas air Rawa Pening dalam hal pemanfaatan lebih lanjut kawasan Rawa Pening, misalnya dibidang perikanan, pertanian, pariwisata, dan lain sebagainya.
 - Optimalisasi manajemen pengelolaan kawasan wisata air Rawa Pening.
 - Studi perancangan sub-kawasan wisata air Bukit Cinta di Rawa Pening.
 - Dampak pengembangan kawasan wisata Rawa Pening terhadap tingkat perekonomian masyarakat setempat.

5.4 Keterbatasan Studi

Dalam penyusunan studi ini terdapat keterbatasan yang merupakan kelemahan atau kekurangan dalam studi. Keterbatasan studi ini antara lain adalah:

- Masih minimnya pustaka acuan dalam bidang pariwisata yang khusus membahas mengenai atraksi wisata air, sehingga pustaka yang digunakan sebagian besar pustaka pariwisata secara umum yang dapat diterapkan dan dikaitkan dengan pengembangan atraksi wisata air.
- Keterbatasan kelengkapan data-data sekunder terbaru di Dinas Pariwisata dan Bappeda, baik Propinsi Jawa Tengah maupun Kabupaten Semarang, yang dibutuhkan penulis dalam melakukan analisis mengenai kondisi pariwisata di Kawasan Rawa Pening, sehingga banyak data sekunder yang tidak ditampilkan dan bukan data keluaran terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

I. Kelompok Buku

- Arikunto, Suharsimi. 1997. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Fandeli, Chafid. 1995. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Penerbit Liberty: Yogyakarta.
- Gunn, Clare A. 1988. *Tourism Planning*. Taylor & Franciss: New York-Philadelphia-London.
- Hall, C. M. 1991. *Tourism in Australia: Impacts, Planning and Development*. Longman Cheshire: Melbourne.
- Holloway, J Christopher. 1989. *The Bussiness Tourism*. Pitnam Publishing: Great Britain.
- Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning: an Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold: London.
- Kartono. 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Penerbit Mandar Maju: Bandung.
- Karyono, A. Hari. 1997. *Kepariwisataan*, PT. Grasindo: Jakarta.
- Kodhyat, H. 1996. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Grasindo: Jakarta.
- Lawson, Fred and Baud-Bovy, Manuel. 1997. *Tourism and Recreation Development*. CBI Publishing Company, Inc.: Boston.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataan*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- McIntosh, Robert W et al. 1995, *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons, Inc.: New York.
- McIntosh, Robert W. and Shashikant Gupta, 1980. *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*. Grid Publishing Inc.: Ohio.
- Mill, Robert Christie and Morrison, Alastair A. 1985. *The Tourism System*. Prentice-Hall Inc.: New Jersey.
- Page, Stephen. 1995. *Urban Tourism*, Routledge: London.
- Pearce, D.G. 1989. *Tourist Development*. Longman Group UK Limited: Harlow.

- Pendit, Nyoman S. 1999. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita: Jakarta.
- Robinson, H. 1976. *A Geography of Tourism*. MacDonald: London.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES: Jakarta.
- Smith, Stephen L. J. 1989. *Tourism Analysis: A Hand Book*. Longman Group UK Inafe: USA.
- Soedjarwo. 1978. *Pemanfaatan Obyek-obyek Wisata Alam Bagi Pengembangan Kepariwisata Tanpa Mengganggu Masalah Perlindungan dan Pengawetan Alam*. Kehutanan Indonesia No. 7 tahun ke V, Direktur Jendral kehutanan: Jakarta.
- Soehartono. 1995. *Metode Penelitian Sosial*. PT. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- Soekadijo, R.G. 1996. *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai Systematic Linkage*. Gramedia: Jakarta.
- Spillane, James.J. 1987. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius: Yogyakarta.
- Sudjana. 1996. *Metode Statistika*. Penerbit Tarsito: Bandung.
- Suwantoro S.H., Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit ANDI: Yogyakarta
- Suyitno. 1999. *Perencanaan Wisata: Tour Planning*. Penerbit Kanisius: Yogyakarta.
- Wahab, Salah. 1996. *Manajemen Kepariwisata*. PT. Pradnya Paramita: Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa: Bandung.
- Yoeti, Oka A. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, PT. Pradnya Paramita: Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. PT. Pradnya Paramita: Jakarta.

II. Kelompok Jurnal

- Haywood, K. M. and Muller, T.E. 1988 *The Urban Tourist Experience: Evaluating Satisfaction*. *Hospitality Education and Research Journal*: Melbourne.
- Prosiding Pelatihan dan Lokakarya, 1997, *Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan*, ITB, Bandung.
- Pusat Penelitian Kepariwisata Lembaga Penelitian ITB, 1997, *Pariwisata Indonesia, Berbagai Aspek dan Gagasan Pembangunan*, ITB, Bandung.

Pusat Penelitian Perencanaan Pembangunan Nasional Universitas Gadjah Mada, 1991, UGM, Yogyakarta.

III. Kelompok Makalah

Getz, D. 1987. “**Tourism Planning and Research: Traditions, Models, and Futures.**” Makalah disampaikan pada *The Australian Travel Research Workshop*, di Australia, Bunbury.

Gunawan, Myra P. 1995. “**Pengembangan Sumber Daya Alam dan Lingkungan Binaan di Kota Sebagai Basis Pariwisata Perkotaan.**” Makalah disampaikan pada Seminar dan Lokakarya Pariwisata Perkotaan, di Indonesia, Bandung.

IV. Kelompok Peraturan Dan Perundangan

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Indonesia.

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1992 Tentang Tata Ruang.

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah.

V. Kelompok Tugas Akhir dan Seminar

Arsyadha, Gita Alfa, 2002, *Identifikasi Potensi Wisata Kepulauan Karimunjawa sebagai Pemasukan Penentuan Prioritas Komponen Pendukung Pengembangan Pariwisata*, Seminar tidak diterbitkan, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota. Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Semarang.

Aryawan, Andi 2002, *Studi Segmentasi Pasar dan Penilaian Atraksi Sebagai Masukan Bagi Peningkatan Atraksi Taman Wisata Budaya Jawa Tengah Puri Maerokoco*, Tugas Akhir tidak diterbitkan, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota. Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Semarang.

Fitriani, Irma, 2001, *Studi Penentuan Prioritas Desa-desa Untuk Pengembangan Desa Wisata Kerajinan di Wilayah Bantul Sebagai Bagian Wisata Minat Khusus Jogja*, Tugas Akhir tidak diterbitkan, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota. Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Semarang.

VI. Kelompok Majalah

Konstruksi, Edisi Bulan Agustus, Tahun 1992.

VII. Kelompok Buku Data/Laporan

Laporan Statistik Arus Wisata Jawa Tengah Tahun 2000. Kantor Biro Pusat Statistik Semarang, Propinsi Jawa Tengah , 2000.