

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian mengenai strategi pengembangan objek wisata Pantai Prigi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, penulis mengetahui strategi, faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan strategi tersebut sehingga diperoleh hasil pembahasan dengan mencocokkan data hasil temuan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan oleh penulis dengan poin sebagai berikut:

A. Strategi kebijakan, fasilitas, dan promosi pada pengembangan objek wisata Pantai prigi

Pengembangan objek dan daya tarik wisata adalah sumber daya alam, buatan dan budaya yang berpotensi dan berdaya tarik bagi wisatawan. Tersedianya objek wisata merupakan salah satu syarat yang harus tersedia dalam pengembangan pariwisata. Karena objek dan daya tarik wisata merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan untuk datang berkunjung.¹¹⁴

Dalam hal ini pengelola objek wisata Pantai Prigi menerapkan strategi kebijakan, strategi fasilitas/atraksi wisata dan strategi promosi.

¹¹⁴ I Nyoman Sudirta, *Daya Tarik Wisata Jogging Track*, (Bali: Nilacakra, 2018), hlm.

1. Strategi Kebijakan

a) Pengembangan atraksi wisata

Atraksi wisata yang didasarkan pada sumber-sumber alam yang berbentuk ciri fisik alam, iklim, dan keindahan alam, budaya (cara hidup masyarakatnya), serta segala aktivitas yang berkaitan dengan berwisata, yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjunginya.¹¹⁵

Objek dan atraksi wisata dapat dibedakan atas dasar asal-usulnya yang menjadi karakteristik objek atau atraksi tersebut, yaitu objek atau atraksi wisata yang bersifat alami, buatan manusia serta perpaduan antara buatan manusia dan keadaan alami. Selain itu objek dan atraksi wisata dapat pula dibedakan menurut bentuknya, sehingga kita mengenal: objek wisata alam, budaya, agama, dan lainnya. Karena kebanyakan tujuan berwisata adalah untuk bersenang-senang, maka objek dan atraksi wisata ini paling dominan mewarnai kualitas wisata yang diselenggarakan. Untuk itu perlu diperhatikan beberapa hal, antara lain: daya tarik, lokasi, fasilitas, biaya, dan kemudahan-kemudahan lainnya.¹¹⁶ Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Pantai Prigi yang telah menjadikan wilayah desa Tasikmadu ini menjadi destinasi wisata alam yang menampakkan keindahan panorama pantainya serta kesejukan taman dengan berbagai pohon rindang dikelilingi gazebo dengan ornamen kayu arsitektur modern dan juga perpaduan buatan manusia dengan menyuguhkan spot foto ikon

¹¹⁵ I Made Suniastha Amerta, *Pengembangan Pariwisata Alternatif*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), hlm. 4-5

¹¹⁶ Suyitno, *Perencanaan Wisata*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hlm. 19

panggung 360 derajat sebagai panggung budaya dalam pagelaran kesenian dalam acara tertentu.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Lutfiyati¹¹⁷, yang mengkaji potensi pariwisata Pantai Sine dalam mengembangkan sektor usaha masyarakat. Dengan hasil penelitian menyimpulkan bahwa potensi yang ada di Pantai Sine yaitu panorama alamnya, cemara sewu, danau cinta, *sunrise*, dan budaya masyarakat.

b). Pengembangan aksesibilitas

Aksesibilitas yaitu berupa faktor kemudahan dengan pengertian mudah dicapai (darat, laut, dan udara) oleh wisatawan karena tersedianya fasilitas transportasi yang lengkap dan baik. Disamping itu, juga adanya sistem komunikasi yang canggih.¹¹⁸ Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan menuju destinasi seperti akses jalan raya, sarana transportasi, maupun rambu-rambu penunjuk jalan. Aksesibilitas menurut Warpani adalah daya hubung antar zona yang wujudnya berupa fasilitas angkutan, dalam arti luas meliputi jaringan (terminal, bandara, stasiun dan pelabuhan), jalan raya, dan layanan yang meliputi ketersediaan moda angkutan, biaya yang wajar, layanan yang handal, dan jaringan trayek.¹¹⁹

¹¹⁷ Asfi Dwi Lutfiyati, *Potensi Pariwisata Pantai Sine dalam Mengembangkan Sektor Usaha Masyarakat dengan Studi Kasus Pesisir Pantai Sine Tulungagung*, Skripsi: IAIN Tulungagung, 2019

¹¹⁸ I Made Suniastha Amerta, *Pengembangan Pariwisata Alternatif*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), hlm. 5

¹¹⁹ Zam Zam Masrurun, *Pengembangan Pariwisata Olahraga*, (Jawa Tengah: CV Amerta Media, 2020), hlm. 42

Hal ini dibuktikan bahwa secara fisik ketersediaan infrastruktur jalan sudah ada dengan kondisi jalan beraspal sehingga kelancaran arus lalu lintas kendaraan berbagai tipe relatif lancar. Secara spesifik lokasi objek wisata Pantai Prigi mampu diakses dari berbagai arah. Akses jalan menuju objek wisata tersebut sudah difasilitasi pemerintah dengan jalan yang lebar dan bagus serta sudah tersedia lampu penerangan di sepanjang jalan. Selain itu, dilengkapi pula papan penunjuk jalan di setiap persimpangan untuk memudahkan wisatawan yang akan berkunjung dari berbagai penjuru.

2. Strategi Fasilitas/Aktivitas Wisata

Fasilitas adalah berbagai sarana yang dapat dimanfaatkan dan memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata. Beberapa fasilitas tersebut adalah hotel, *homestay*, vila, apartemen, tempat makan (restoran, warung), toilet dan kamar kecil, pusat perbelanjaan, pusat informasi, alat transportasi, halte, papan petunjuk arah, jalur pedestrian, mushola/masjid, taman parkir, gazebo untuk beristirahat dan bersantai di lokasi wisata, pengamanan, penjagaan kebersihan, tempat sampah, dan lainnya.

Fungsi fasilitas adalah memenuhi segala kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu, sehingga wisatawan dapat bersantai, untuk menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang ada di daerah tujuan wisata. Dengan keberadaan fasilitas tersebut, maka akan memberikan

kemudahan kepada wisatawan untuk memenuhi segala kebutuhannya, serta dapat memperoleh pengalaman berwisata.¹²⁰ Seperti halnya fasilitas yang disediakan di kawasan objek wisata Pantai Prigi sangatlah memadai, seperti toilet dan kamar mandi, pusat perbelanjaan oleh-oleh dan souvenir, kios ikan asap, pujasera, warung makan, mushola, area parkir yang luas, taman dan gazebo, tempat sampah di berbagai sudut, area *jogging track*, *off road* motor trail, petugas keamanan dan kebersihan.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Safi'I,¹²¹ yang mengkaji strategi pengelolaan dan pengembangan objek wisata Cowindo. Dengan hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengembangan wisata cowindo dilakukan dengan menyediakan tempat parkir, pembuatan *café* cowindo, pembangunan panggung seni, dan dengan menyediakan tempat untuk diadakan pasar papringan/tradisional.

3. Strategi Promosi

Promosi adalah istilah deskriptif singkat dari kegiatan komunikasi, baik secara pribadi dan melalui media massa yang dilakukan untuk memengaruhi orang-orang agar membeli suatu produk. Promosi pada umumnya terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat yang dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Promosi pariwisata berbasis teknologi digital merupakan salah satu bentuk efisiensi. Untuk mempromosikan pariwisata, pemasar bisa

¹²⁰ Balilatfo, *Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Digital di Daerah Tertinggal*, (Indonesia: Ugm.indd, 2019), hlm. 48-49

¹²¹ Doni Nur Safi'I, *Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Objek Wisata Cowindo dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian di Wilayah Sendang Kabupaten Tulungagung*, Skripsi: IAIN Tulungagung, 2020

mengoptimalkan berbagai jejaring sosial seperti *Facebook*, Instagram, dan Path untuk membuat lebih banyak orang mengetahui potensi pariwisata yang ada. Pemasar sudah melihat bagaimana produk dapat begitu cepat digandrungi masyarakat dari berbagai belahan dunia melalui perantara media sosial. Saat ini, pemanfaatan teknologi dapat menjadi sarana promosi yang mengeluarkan biaya rendah namun di saat yang bersamaan memberikan dampak yang tinggi.¹²² Hal ini dibuktikan bahwa pihak pengelola objek wisata Pantai Prigi mempromosikan objek wisata tersebut dengan berbasis teknologi digital. Pihak terkait mempromosikan melalui media massa juga elektronik, seperti halnya radio, televisi, baliho, poster, dan juga memanfaatkan sosial media seperti: Facebook, Instagram, YouTube, website, blog pribadi, dan lainnya. Selain memanfaatkan media digital, pihak terkait juga menggelar acara Prigi Fest dalam setahun sekali dimana acara tersebut merupakan salah satu upaya untuk mempromosikan Pantai Prigi sebagai tujuan wisata nasional yang merupakan salah satu destinasi primadona di Kabupaten Trenggalek.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustin,¹²³ yang mengkaji strategi pengembangan pariwisata Pantai Sine. Dengan hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi pengembangan dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan di Pantai Sine dilakukan dengan pengelolaan dan pengembangan tempat pariwisata, pengembangan sumber

¹²² I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017), hlm. 32-33

¹²³ Susi Ayu Agustin, *Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Pantai Sine Kabupaten Tulungagung*, Skripsi IAIN Tulungagung, 2019.

daya manusia, penambahan sarana dan prasarana, dan dilakukan promosi di media internet.

Promotion (promosi), yaitu aktivitas untuk memperkenalkan, menyebarluaskan informasi destinasi wisata dengan bantuan teknologi informasi yang canggih, seperti penggunaan aplikasi pariwisata akan dapat menjangkau seluruh manusia dan wisatawan di seluruh dunia sehingga promosi wisata akan sangat menentukan kunjungan wisata.¹²⁴ Hal ini dibuktikan bahwa objek wisata Pantai Prigi dipromosikan dengan menggunakan berbagai media digital, yaitu media massa dan media elektronik. Kegiatan promosi ini dilakukan dengan membuat poster, baliho, menyiarkan di radio dan televisi. Selain itu, pihak terkait juga menggunakan berbagai aplikasi sosial media seperti YouTube, Facebook, Instagram, website, blog pribadi, dan lain sebagainya. Disamping itu, Pantai Prigi juga dipromosikan melalui acara Prigi Fest yang digelar dalam setahun sekali.

Produk dalam pariwisata adalah sesuatu yang dapat dilihat, dilakukan dan dibeli. Semakin bagus produk pariwisata, maka wisatawan akan semakin betah tinggal di destinasi wisata dan tidak segan-segan untuk membelanjakan uangnya di destinasi wisata.¹²⁵ Dalam hal ini dibuktikan bahwa produk yang ditawarkan di kawasan wisata Pantai Prigi berupa panorama Pantai Prigi, taman, ikon panggung 360 derajat, aneka kios dan pujasera.

¹²⁴ *Ibid*, hlm. 23

¹²⁵ Erika Revida, *Inovasi Desa Wisata: Potensi, Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata*, (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 22-23

Untuk dapat menikmati objek wisata Pantai Prigi, wisatawan hanya perlu mengeluarkan uang untuk membayar tiket masuk sebesar Rp 7.000/orang berlaku di hari Senin-Jum'at (*weekday*) dan sebesar Rp 10.000/orang di hari Sabtu – Minggu (*weekend*/hari libur). Selain itu, setiap kendaraan yang masuk di kawasan objek wisata Pantai Prigi dikenakan biaya parkir sebesar Rp 2.000 untuk sepeda motor, Rp 5.000 untuk mobil, dan Rp 20.000 untuk kendaraan besar seperti bus dan truk. Disamping itu, untuk menikmati wahana naik perahu, wisatawan hanya perlu mengeluarkan uang sebesar Rp 100.000 untuk 10 orang, dan wahana ATV sebesar Rp 100.000/jam.

Penentuan tempat destinasi wisata haruslah mempertimbangkan transportasi yang akan digunakan. Kemudahan akses menuju destinasi wisata, dan biaya yang sesuai harus diperhitungkan dalam prinsip pemasaran pariwisata ini.¹²⁶ Hal ini dibuktikan bahwa objek wisata Pantai Prigi memiliki akses jalan yang mudah ditempuh dari segala penjuru dengan kondisi jalan beraspal dilengkapi dengan papan penunjuk jalan di setiap persimpangan jalan untuk mempermudah wisatawan yang akan berkunjung. Selain itu, terdapat pula angkutan/transportasi menuju objek wisata tersebut atau bisa langsung menggunakan kendaraan pribadi wisatawan.

¹²⁶ *Ibid*, hlm. 23

Hal ini dibuktikan bahwa objek wisata Pantai Prigi dipromosikan dengan menggunakan berbagai media digital, yaitu media massa dan media elektronik. Kegiatan promosi ini dilakukan dengan membuat poster, baliho, menyiarkan di radio dan televisi. Selain itu, pihak terkait juga menggunakan berbagai aplikasi sosial media seperti YouTube, Facebook, Instagram, website, blog pribadi, dan lain sebagainya. Disamping itu, Pantai Prigi juga dipromosikan melalui acara Prigi Fest yang digelar dalam setahun sekali.

B. Faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan objek wisata Pantai Prigi

Menurut Spillane, pengembangan sektor pariwisata Indonesia mulai meningkat, hal ini disebabkan oleh semakin berkurangnya peranan minyak bumi sebagai penghasil devisa dan merosotnya nilai ekspor di sektor-sektor non minyak. Pariwisata dapat dilihat menunjukkan kecenderungan yang konsisten meningkat, maupun besarnya potensi pengembangan pariwisata Indonesia.

Pengembangan pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara berencana, menyeluruh, sistematis dan melibatkan berbagai aspek yang harus dilakukan secara terpadu dan terencana dengan baik, diperlukan modal kepariwisataan yang mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi industri yang lebih mumpuni dan sesuai dengan prosedur. Dalam

mengimplementasikan suatu kebijakan, tidak akan terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaannya. Termasuk dalam pelaksanaan strategi yang telah direncanakan untuk mengembangkan pariwisata.

1. Faktor Pendukung

Faktor pendukung industri pariwisata, merupakan hal-hal yang mempengaruhi sesuatu menjadi berkembang, memajukan, menambah dan menjadi lebih dari sebelumnya. Faktor penarik dan pendorong suatu produk wisata (*tourism supply side*) yang biasanya berwujud sistem destinasi pariwisata akan terdiri atau menawarkan paling tidak beberapa komponen pokok seperti daya tarik, akomodasi atau amenities, aksesibilitas, fasilitas umum maupun fasilitas pendukung.

a. Daya Tarik

Daya tarik adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.¹²⁷ Daya tarik merupakan faktor penting dalam menunjang pengembangan pariwisata. Daya tarik yang dimaksud meliputi kekhasan, keindahan, kebersihan, dan pemeliharaan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam,

¹²⁷ Sigit Dwi Laksana, *Tumpuk Mempesona*, (Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press, 2019), hlm. 18

budaya dan buatan hasil manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.¹²⁸

Hal ini dibuktikan bahwa objek wisata Pantai Prigi mempunyai daya tarik yang khas, seperti adanya ikon panggung 360 derajat yang menghadap langsung ke pantai, mempunyai garis pantai yang cukup panjang, terdapat taman dilengkapi dengan gazebo dengan ornamen kayu arsitektur modern, serta adanya *off road* motor trail.

b. Faktor Lokasi

Lokasi yaitu tempat fasilitas tersebut dibangun.¹²⁹ Lokasi wisata yang layak, aman, nyaman dan dapat dijangkau oleh wisatawan secara individu maupun rombongan dan adanya sarana penunjang transportasi, seperti kelayakan dan kenyamanan, serta keamanan jalan menuju lokasi.¹³⁰

Hal ini dibuktikan bahwa objek wisata Pantai Prigi faktor pendukung berupa lokasi yang dekat dengan tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan juga dekat dengan Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN). Selain itu, lokasi objek wisata Pantai Prigi ini memiliki akses jalan yang mudah ditempuh dari berbagai penjuru.

¹²⁸ Zam Zam Masrurun, *Pengembangan Pariwisata Olahraga*, (Jawa Tengah: CV Amerta Media, 2020), hlm. 40-41

¹²⁹ I Made Suniastha Amerta, *Pengembangan Pariwisata Alternatif*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), hlm. 20

¹³⁰ Ester Wulandari, *Strategi Pengembangan Wisata Minat Khusus Berbasis Instagramable Melalui Penerapan Protokol Kesehatan CHSE pada Situs Patiayam Kabupaten Kudus*, (Jawa Tengah: CV ZT Corpora, 2020), hlm. 21

c. Faktor Akomodasi

Penyediaan akomodasi adalah usaha penyediaan kamar dan fasilitas lain serta pelayanan yang diperlukan. Perjalanan wisata dengan jarak jauh yang ditempuh lebih dari 24 jam, maka akan diperlukan suatu akomodasi tempat menginap atau istirahat.¹³¹ Fakta menunjukkan bahwa akomodasi menjadi faktor psikologi bagi wisatawan selama perjalanannya dan perbedaan pangsa pasar menjadikan perbedaan permintaan atas akomodasi. Peran penting penyediaan akomodasi tidak terbatas pada penyediaan fasilitas yang memberikan kenyamanan psikologis bagi para wisatawan, tetapi juga memberikan bagian besar bagi pendapatan total dari kepariwisataan.¹³²

Hal ini dibuktikan bahwa di kawasan wisata Pantai Prigi disediakan berbagai penginapan seperti Hotel Prigi, Hotel Lugano, Pondok Prigi, juga *Homestay* yang disediakan oleh masyarakat di sekitar tempat wisata. Selain itu, di Pantai Prigi juga disediakan area bumi perkemahan. Disamping penginapan, di kawasan Pantai Prigi juga terdapat berbagai warung makan aneka khas kuliner Pantai Prigi.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah,¹³³ yang mengkaji strategi pengembangan fasilitas wisata Cemara Sewu untuk menarik wisatawan. Dengan hasil penelitian bahwa

¹³¹ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017), hlm. 6

¹³² Otto R. Payangan, *Pemasaran Jasa Pariwisata*, Bogor: IPB Press, 2013, hlm. 61-62

¹³³ Binti Alfi Khoiriyah, *Strategi Pengembangan Fasilitas Wisata Cemara Sewu Tulungagung untuk Menarik Wisatawan*, Skripsi: IAIN Tulungagung, 2018

untuk mengembangkan fasilitas wisata Cemara Sewu yaitu dengan mengajukan proposal kepada dinas pariwisata, selain itu pengelola juga berusaha untuk menyediakan fasilitas sesuai dengan kemampuan mereka. Disamping itu, wisata ini mempunyai beberapa faktor pendukung, seperti akses jalan, panorama alam, dan kebersihan.

2. Faktor Penghambat

Dalam suatu pengembangan selain adanya faktor-faktor yang mendukung pengembangan industri pariwisata juga terdapat faktor penghambat industri pariwisata, yang berpengaruh sedikit/bahkan menghentikan sesuatu menjadi lebih dari sebelumnya.

a. Kualitas dan kuantitas SDM di bidang pariwisata yang belum memadai

Pariwisata yang sering digambarkan sebagai industri manusia dan manusia yang menjadi ciri dimana perusahaan membedakan diri untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Setelah wisatawan mengunjungi sebuah destinasi wisata mereka disambut dan dilayani oleh manusia-manusia dan dalam interaksi ini mereka memainkan peran penting sebagai sebuah entitas yang menyediakan *real-time* promosi jasa, dan budaya pelayanan harus dikembangkan melalui pemasaran internal. Semua aktor manusia yang berperan dalam penyediaan layanan harus dapat memainkan perannya masing-masing. Manusia

sebagai aktor adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat memengaruhi persepsi pembeli.¹³⁴

Sumber daya manusia yaitu pelaku atau subjek utama dalam pemasaran pariwisata sehingga dituntut kapasitas, kapabilitas dan profesionalitas sumber daya manusia pariwisata dalam memasarkan pariwisata khususnya dalam membujuk wisatawan yang sangat menentukan banyaknya kunjungan wisata dan sebaliknya.¹³⁵ Hal ini terbukti bahwa sumber daya manusia (pelaku usaha di kawasan wisata Pantai Prigi) belum maksimal dalam mengoptimalkan pelayanan terhadap wisatawan yang berkunjung. Hal ini disebabkan adanya perbedaan sifat dan karakter serta kesadaran dari masing-masing individu. Sehingga hal ini menjadi salah satu faktor terhambatnya percepatan proses pengembangan objek wisata Pantai Prigi. Namun pihak terkait telah mengupayakan untuk memberikan sosialisasi dan bimtek terhadap masyarakat disekitar wisata khususnya para pelaku usaha dengan menekankan untuk mengoptimalkan pelayanannya pada wisatawan yang sedang berkunjung.

Rendahnya sumber daya manusia kepariwisataan di kawasan objek wisata Pantai Prigi disebabkan juga oleh beberapa hal, seperti pola pikir masyarakat yang cenderung apatis terhadap pendidikan terutama yang berkaitan dengan bidang pariwisata. Tingkat ekonomi

¹³⁴ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017), hlm. 33-34

¹³⁵ Erika Revida, *Inovasi Desa Wisata: Potensi, Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata*, (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 23-24

masyarakat yang sebagian besar berprofesi sebagai nelayan menyebabkan tingkat pendidikan masih rendah. Kondisi tersebut akan berdampak pada pengembangan kawasan wisata Pantai Prigi.

b. Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap lingkungan

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan menyebutkan bahwa prinsip penyelenggaraan kepariwisataan adalah memelihara kelestarian alam dan lingkungan sebab kebersihan dan kelestarian lingkungan merupakan hal yang sangat penting dalam keberlanjutan pengembangan suatu destinasi pariwisata. Menjaga dan memelihara kelestarian lingkungan merupakan tanggungjawab bersama khususnya masyarakat di sekitar kawasan wisata. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam menjaga dan melestarikan lingkungan merupakan suatu permasalahan yang harus ditangani sebaik mungkin agar kegiatan kepariwisataan dapat berdampak positif khususnya bagi masyarakat setempat, baik secara ekonomi, sosial budaya, serta terjaganya kesehatan masyarakat dan kelestarian lingkungan.¹³⁶

Hal ini dibuktikan bahwa pengunjung di kawasan objek wisata Pantai Prigi masih banyak yang abai terhadap kesadaran lingkungan dalam hal membuang sampah tidak pada tempatnya. Berbagai jenis dan bentuk tempat sampah sudah banyak ditemukan. Tempat sampah khusus sesuai jenis sampah pun sudah tersedia. Hanya saja kembali

¹³⁶ Anas Pattaray, *Lingkungan, Masyarakat, dan Wisata: Peluang dan Strategi Ekowisata Bahari di Kawasan Gili Balu Kabupaten Sumbawa Barat*, (Yogyakarta: CV Bintang Surya Madani, 2020), hlm. 86-87

pada pokok pembahasan yaitu kurangnya kesadaran masyarakat dalam hal ini. Dapat diketahui bahwa tempat wisata merupakan ikon kebanggaan setiap daerah, seharusnya sebagai masyarakat harus bisa sama-sama saling menjaga kebersihan lingkungan. Secanggih apapun teknologi inovasi untuk tempat sampah tidak akan berguna jika kesadaran tersebut belum ada pada masyarakat. Tanggungjawab kebersihan tempat wisata atau tempat umum lainnya bukanlah tanggungjawab pemerintah semata, melainkan pemakai fasilitas dan penikmat tempat wisata tersebutlah yang memiliki peran penting. Kesadaran ini perlu diasah dan ditingkatkan demi lingkungan yang lebih bersih dan terjaga. Disamping penyediaan tempat sampah di setiap sudut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek berupaya melakukan giat penanaman sejumlah 450 pohon cemara udang di sepanjang kawasan Pantai Prigi agar nantinya Pantai Prigi semakin teduh dan sejuk sehingga dapat lebih menarik wisatawan untuk berkunjung serta dapat berkontribusi untuk menghijaukan Trenggalek.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustin,¹³⁷ yang mengkaji strategi pengembangan pariwisata dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan di Pantai Sine. Dengan hasil penelitian menyimpulkan bahwa kendala dalam pengembangan Pantai Sine yaitu kualitas sumber daya manusia yang masih kurang dalam hal wawasan dan pengetahuan pengelolaan pariwisata dan kurangnya

¹³⁷ Susi Ayu Agustin, *Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Pantai Sine Kabupaten Tulungagung*, Skripsi IAIN Tulungagung, 2019.

kesadaran pengunjung yang kurang akan pentingnya menjaga kebersihan di tempat pariwisata.

C. Peningkatan ekonomi masyarakat desa Tasikmadu terkait adanya pengembangan objek wisata Pantai Prigi

Pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran sebuah negara. Pembangunan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi yang signifikan bagi suatu negara. Ketika pariwisata direncanakan dengan baik, mestinya akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada sebuah destinasi. Keberhasilan pariwisata dapat mendorong sektor lainnya untuk berkembang.

Keberhasilan yang paling mudah untuk diamati adalah bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terwujud jika wisatawan yang telah berkunjung puas terhadap destinasi dengan berbagai atribut yang ditawarkan oleh pengelolanya. Wisatawan yang puas akan cenderung menjadi loyal untuk mengulang liburannya di masa mendatang, dan memungkinkan mereka merekomendasikan kepada teman-teman dan kerabatnya untuk berlibur ke tempat yang sama.

Dari perspektif ekonomi, dampak positif pariwisata yaitu:

1. Pertukaran valuta asing

Pengeluaran sektor pariwisata akan menyebabkan perekonomian masyarakat lokal menggeliat dan menjadi stimulus berinvestasi dan

menyebabkan sektor keuangan bertumbuh seiring bertumbuhnya sektor ekonomi lainnya. Pengalaman di beberapa negara bahwa kedatangan wisatawan ke sebuah destinasi wisata juga menyebabkan bertumbuhnya bisnis valuta asing untuk memberikan pelayanan dan kemudahan bagi wisatawan selama mereka berwisata.

2. Pendapatan pemerintah

Kontribusi pariwisata terhadap pendapatan pemerintah dapat diuraikan menjadi dua, yakni kontribusi langsung dan tidak langsung. Kontribusi langsung berasal dari pajak pendapatan yang dipungut dari para pekerja pariwisata dan pelaku bisnis pariwisata pada kawasan wisata yang diterima langsung oleh dinas pendapatan suatu destinasi. Sedangkan kontribusi tidak langsung pariwisata terhadap pendapatan pemerintah berasal dari pajak atau bea cukai barang-barang yang diimport dan pajak yang dikenakan kepada wisatawan yang berkunjung. Dalam kedua konteks diatas, WTO memprediksi bahwa usaha perjalanan wisata dan bisnis pariwisata tersebut secara langsung dan tidak langsung termasuk juga pajak perorangan telah berkontribusi terhadap pariwisata dunia melampaui 800 billion US dolar pada tahun 1998 dan pada tahun 2010 berlipat dua kali jika dibandingkan tahun 1998.

3. Penyerapan tenaga kerja

Pada beberapa negara yang telah mengembangkan sektor pariwisata, terbukti bahwa sektor pariwisata secara internasional berkontribusi nyata terhadap penciptaan peluang kerja, penciptaan usaha-usaha terkait

pariwisata seperti usaha akomodasi, restoran, taksi, dan usaha kerajinan seni souvenir. Menurut *Canada Government Revenue Attributable to Tourism*, mendefinisikan bahwa yang dimaksud “*Tourism employment*” adalah ukuran yang dipakai untuk mengukur besarnya tenaga kerja yang terserap secara langsung pada sektor pariwisata termasuk juga besarnya tenaga kerja yang terserap di luar bidang pariwisata akibat keberadaan pembangunan pariwisata. WTO mencatat bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap penyediaan lahan pekerjaan sebesar 7% secara internasional.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dananjaya,¹³⁸ yang mengkaji dampak kawasan pariwisata Pantai Bayem terhadap kegiatan ekonomi masyarakat desa Keboireng.. Dengan hasil penelitian bahwa kegiatan kepariwisataan memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat desa Keboireng yang menjadi pelaku usaha dengan berdagang di kios-kios menjual makanan dan souvenir, dan usaha penyewaan wahana-wahana wisata ATV, motor trail dan tikar sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat. Pantai Bayem mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 25% yang menghasilkan pendapatan baru sebesar kurang lebih Rp 1.000.000 per bulan.

4. Pembangunan infrastruktur

Berkembangnya sektor pariwisata juga dapat mendorong pemerintah untuk menyediakan infrastruktur yang lebih baik, penyediaan air bersih,

¹³⁸ Fahmiriza Wiyana Dananjaya, *Dampak Kawasan Pariwisata Pantai Bayem terhadap Kegiatan Ekonomi Masyarakat di Desa Keboireng Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung*, Skripsi: IAIN Tulungagung, 2019

listrik, telekomunikasi, transportasi umum dan fasilitas pendukung lainnya sebagai konsekuensi logis dan semuanya itu dapat meningkatkan kualitas hidup baik wisatawan dan juga masyarakat itu sendiri sebagai tuan rumah. Sepakat membangun pariwisata berarti sepakat pula harus membangun, yakni daya tarik wisata khususnya daya tarik wisata *man-made*, sementara untuk daya tarik alamiah dan budaya hanya diperlukan penataan dan pengemasan. Adanya jarak dan waktu tempuh menuju destinasi mendorong pemerintah untuk membangun jalan raya yang layak untuk angkutan wisata, sementara fasilitas pendukung seperti hotel, penginapan, restoran juga harus disiapkan. Perbaikan dan pembangunan infrastruktur pariwisata tersebut juga akan dinikmati oleh penduduk lokal dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, dalam konteks ini masyarakat lokal akan mendapatkan pengaruh positif dari pembangunan pariwisata di daerahnya.¹³⁹

Indonesia sebagai negara berkembang merupakan salah satu negara tujuan pariwisata yang menarik di dunia, karena Indonesia memiliki alam yang indah serta kebudayaan yang unik dan menarik. Maka tidak mengherankan apabila pariwisata menjadi industri yang menjanjikan bagi para pelaku bisnis di Indonesia. Pariwisata telah menjadi salah satu sektor penghasil devisa bagi negara Indonesia dan kontribusi sektor pariwisata sangat membantu dalam peningkatan pembentukan PDB.

¹³⁹ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017), hlm. 11-15

Sektor pariwisata memiliki daya tahan terhadap ekonomi yang bisa diandalkan dan mencerminkan potensi yang perlu dikembangkan. Dalam kurun tahun 2008-2013, dampak peranan pariwisata terhadap PDB mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013, dampak ekonomi sektor pariwisata menyumbang sekitar 4,02% terhadap PDB, sedikit meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar 4,00%. Dampak ekonomi pariwisata sebagian besar berasal dari sumbangan wisatawan nusantara yaitu sebesar 1,65%, diikuti wisatawan mancanegara yaitu sebesar 1,20%. Meskipun dampak dari ekonomi sektor pariwisata baru menyumbang sekitar 4%, tetapi sektor pariwisata terus mendapat perhatian khusus dari pemerintah karena dianggap sebagai sektor yang menjanjikan dan bisa diandalkan dalam perekonomian Indonesia karena sektor pariwisata relatif tahan terhadap krisis ekonomi.

Hal ini dibuktikan dengan dibangunkannya beberapa kios-kios dan pujasera di kawasan objek wisata Pantai Prigi memberikan peluang usaha yang sangat besar bagi masyarakat di sekitar untuk menjalankan berbagai usaha. Bagi masyarakat setempat yang awalnya hanya sebagai ibu rumah tangga kini memiliki kesempatan kerja sebagai pramuwisata seperti penyedia jasa akomodasi seperti *homestay* ataupun vila, penyedia jasa restoran atau warung makan kuliner khas Pantai Prigi, penyedia jasa transportasi/angkutan umum, jasa oleh-oleh dan souvenir khas Pantai Prigi, dan lainnya. Dengan adanya berbagai peluang usaha tersebut mampu meningkatkan pendapatan masyarakat setempat sehingga seiring meningkatnya pendapatan masyarakat maka akan meningkat pula tingkat kesejahteraan masyarakat tersebut.

WTO memprediksi bahwa pendapatan pariwisata secara tidak langsung disumbangkan 100% secara langsung dari pengeluaran wisatawan pada suatu kawasan wisata.¹⁴⁰ Dalam kenyatannya masyarakat lokal lebih banyak berebut lahan penghidupan dari sektor informal ini, artinya jika sektor informal bertumbuh maka masyarakat lokal akan mendapat manfaat ekonomi yang lebih besar.

¹⁴⁰ *Ibid*, hlm. 15