

**PELAKSANAAN STRATEGI PEMERINTAH KABUPATEN JEPARA
DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PANTAI TIRTA SAMUDRA**

Oleh:

Minhatin Aliyah Jazuli, Suwanto Adhi, Supratiwi

Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269

Website : <http://www.fisip.undip.ac.id/> Email : fisip@undip.ac.id

Abstract

Decentralization gives the chance to each local government to manage and develop any potential in their territory. The local government of Jepara chooses to make industry, agriculture, and tourism as primary potential. Jepara doesn't only have many industries, but also many attractions, such as, Tirta Samudra Beach, Kartini Beach, Karimunjawa, Kura-Kura Ocean Park, Kartini Museum, Religious Tourism Mantingan Mosque and the Portugis Fort.

Tirta Samudra Beach which has been designate as one of the leading tourist attraction. In 2010, Tirta Samudra Beach was targeted to be earn a greater income than Kartini Beach. That shows confidence in local government with the potential of Tirta Samudra Beach. However, confidende of potentials should be supported by development through development strategies. It was undertaken by Department of Tourism and Culture Jepara as the authority in tourism sector.

This study uses a qualitative method which is descriptive in nature. The technique of collecting data was through observation, indepth interview and documentation study.

Development of Tirta Samudra Beach has concept that consist of: tourism product, spatial and environmental capacity, infrastructure, institutional, human resource, marketing and investment. This development was purposed to carry out of obstructions and exploit the potentials. Meanwhile, the indicators used to measure the success or failure of development strategy through income and the number of tourist visit.

Keywords: Development Strategy, Local Government, Tourism, Tirta Samudra Beach

A. PENDAHULUAN

Otonomi daerah yang berlandaskan Undang-Undang No.32 Tahun 2004 memberikan hak kepada setiap daerah untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan sendiri sesuai asas otonomi dan tugas pembantuan, yang diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan, pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan dan kekhususan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Jepara dengan slogan *The World Carving Center* memang dikenal sebagai Kota Ukir. Akan tetapi, industri Jepara tak hanya berasal dari furniture atau permebelan saja tetapi juga potensi industri pengolahan antara lain tenun ikat Troso, kerajinan monel, kerajinan anyaman rotan dan lainnya. Selain industri pengolahan, Jepara bertumpu pada pertanian dan pariwisata sehingga ketiga sektor ini menjadi tujuan penataan ruang Jepara tahun 2011 sampai 2031. Seperti yang disebutkan dalam Peraturan Daerah No.2 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Jepara Tahun 2011-2031.

Pasal 4: Penataan ruang bertujuan untuk mewujudkan perkembangan kabupaten yang bertumpu pada sektor industri pengolahan, pertanian dan pariwisata berbasis pada potensi lokal yang berkelanjutan.

Jepara mempunyai banyak pilihan lokasi wisata. Terlebih letak geografis Jepara di tepi Pulau Jawa membuat Jepara memiliki banyak wisata pantai baik yang masih dikelola oleh warga sekitar maupun yang sudah dikelola pemerintah daerah. Selain itu faktor historis Jepara juga mempengaruhi lokasi serta benda-benda peninggalan di Kabupaten Jepara. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara, objek wisata unggulan pariwisata di Kabupaten Jepara adalah sebagai berikut:

1. Objek wisata Pantai Tirta Samudra Bandengan
2. Objek wisata Pantai Kartini
3. Objek wisata Karimunjawa
4. Objek wisata Kura-Kura Ocean Park
5. Objek wisata Museum Kartini
6. Objek wisata religi Masjid Mantingan
7. Objek wisata Benteng Portugis

Dari ketujuh program unggulan tersebut, empat diantaranya merupakan objek wisata alam dengan wisata utama pada Pantai Kartini dan Pantai Tirta Samudra (Bandengan). Kedua pantai tersebut memiliki perbedaan karakter dimana Pantai Kartini dengan area berkorala dan karang bukan menjadi tempat yang pas untuk mandi air laut. Sedangkan Pantai Tirta Samudra yang biasa dikenal dengan Pantai Bandengan merupakan jenis pantai dengan area pasir yang luas dan tempat yang cocok untuk bermain air laut. Objek wisata Pantai Tirta Samudra lebih diunggulkan dalam pendapatan daerah dibandingkan objek wisata Pantai Kartini. Terbukti Pantai Tirta Samudra ditargetkan mampu menyumbang Rp. 512.000.000,00

untuk Penghasilan Asli Daerah dari Rp. 1.900.000.000,00 target total keseluruhan pendapatan yang berasal dari sektor wisata Kabupaten Jepara. Target ini berbeda jauh dengan apa yang ditargetkan untuk Pantai Kartini hanya sebesar Rp. 485.000.000,00.¹ Besarnya nominal ini menunjukkan kepercayaan Pemerintah Daerah Kabupaten Jepara akan kemampuan objek wisata Pantai Tirta Samudra dalam pencapaian target.

Berdasarkan hal tersebut penulis ingin mengetahui bagaimana strategi Pemerintah Kabupaten Jepara dalam mengembangkan pariwisata khususnya strategi pengembangan yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam memanfaatkan elemen pendukung dan mengatasi elemen penghambat dalam pengembangan objek wisata Pantai Tirta Samudra.

B. PEMBAHASAN

B.1. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan objek wisata Pantai Tirta Samudra yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jepara adalah sebagai berikut:

a. Pengembangan Produk Wisata

Strategi ini melakukan pengembangan dengan memperhatikan sarana prasarana yang sudah ada, pendekatan potensi, pendekatan koridor wisata, pendekatan peran serta masyarakat serta pendekatan kelestarian alam. Implementasi dari strategi ini adalah perbaikan kios Pedagang Kaki Lima, perbaikan pintu masuk, pembangunan gazebo dan penambahan taman, serta

¹ Disparbud Kab.Jepara 2011

pengadaan *event* yang memanfaatkan potensi Pantai Tirta Samudra seperti *woodball competition*, festival layang-layang dan komunitas vespa.

b. Pengembangan Tata Ruang dan Daya Dukung Lingkungan

Strategi pengembangan tata ruang dan daya dukung lingkungan memperhatikan penataan sarana prasarana sesuai struktur tata ruang yang strategis serta keseimbangan alam. Implementasi pengembangan ini adalah pemilihan lokasi strategis untuk area parkir dan penambahan kawasan Ruang Terbuka Hijau di kawasan Pantai Tirta Samudra.

c. Pengembangan Infrastruktur

Pengembangan infrastruktur pada Pantai Tirta Samudra dilakukan dengan penambahan sarana prasarana yang menunjang kegiatan pariwisata demi terciptanya kenyamanan serta keamanan pengunjung dan pelaku wisata di dalamnya. Implementasi strategi ini berupa pembangunan area parkir, penataan gerbang utama, pembangunan dermaga penyeberangan, pembangunan gardu pandang dan batas area renang. Adapun konsep penambahan infrastruktur permainan berupa arena *outbond* belum berhasil direalisasikan.

d. Pengembangan Kelembagaan

Strategi pengembangan kelembagaan Pantai Tirta Samudra dikonsepsikan dengan pembentukan lembaga di bawah manajer pengelola. Diharapkan dengan adanya kelembagaan tersebut mampu meningkatkan kualitas internal kepengurusan Pantai Tirta Samudra. Sejauh ini struktur organisasi pengelolaan Pantai Tirta Samudra belum terbentuk. Hanya terdapat manajer sebagai pimpinan yang beresda di bawah naungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara.

e. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelaku wisata khususnya yang berhadapan langsung dengan wisatawan. Pengembangan ini berupa pembinaan pelaku wisata yang dilakukan setiap satu tahun sekali. Sedangkan konsep pelatihan Bahasa Inggris sebagai bekal penguasaan bahasa asing belum mampu direalisasikan.

f. Pengembangan Pemasaran

Konsep strategi pemasaran wisata yang dilakukan pemerintah daerah Kabupaten Jepara melalui media cetak, digital dan promosi wisata. Bentuk promosi cetak berupa brosur, pamflet, buku saku wisata, dan peta wisata. Sedangkan, promosi digital hanya melalui website resmi yang dikelola *Tourism Information Center* Jepara. Sayangnya, hingga saat ini belum terdapat strategi pemasaran khusus untuk objek wisata Pantai Tirta Samudra.

g. Pengembangan Investasi

Pengembangan investasi objek wisata Pantai Tirta Samudra yaitu dengan memperjelas mekanisme dan prosedur penanaman modal oleh pihak investor dalam mengembangkan Pantai Tirta Samudra. Mekanisme dan prosedur ini disusun bersama Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Jepara. Akan tetapi belum ditemukan investor yang bersedia menanamkan modalnya untuk pengembangan Pantai Tirta Samudra.

B.2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Terdapat faktor penghambat dan faktor pendukung yang berpengaruh dalam pelaksanaan pengembangan. Faktor pendukung pengembangan antara lain:

- a. Faktor alam
- b. Kemudahan aksesibilitas
- c. Tersedianya sarana dan prasarana
- d. Luasnya lahan
- e. Sumber Daya Manusia yang kooperatif

Faktor penghambat pengembangan antara lain:

- a. Keterbatasan anggaran
- b. Kepemilikan lahan
- c. Budaya pengunjung

Adapun solusi yang diberikan Pemerintah Kabupaten Jepara dalam mengatasi hambatan tersebut adalah:

- a. Mengajukan permohonan anggaran kepada pemerintah pusat dan investor.

- b. Melakukan penambahan infrastuktur untuk lebih menarik minat wisatawan luar kota datang ke Pantai Tirta Samudra.
- c. Bekerjasama dengan Dinas Cipta Tata Ruang dan Kebersihan Kabupaten Jepara untuk menjaga kebersihan pantai dan menempatkan sejumlah tempat sampah yang mudah dijangkau pengunjung.

C. ANALISIS DATA

Untuk mengetahui keberhasilan atau kegagalan suatu strategi dibutuhkan indikator sebagai parameter. Dalam strategi pengembangan objek wisata Pantai Tirta Samudra, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara menggunakan 2 indikator sebagai tolok ukur keberhasilan atau kegagalan, melalui arus kunjungan dan jumlah pendapatan yang diperoleh.

Wisatawan merupakan target utama adanya objek wisata. Bahkan pariwisata dikatakan gagal apabila tidak mampu mengundang wisatawan (Soekardijo:1997). Sedangkan, jumlah pendapatan yang diterima oleh Pemerintah Daerah berbanding lurus dengan arus kunjungan wisata. Semakin banyak pengunjung yang datang semakin banyak pula pendapatan yang masuk. Pernyataan ini dapat juga disimpulkan bahwa semakin banyak pendapatan yang masuk semakin berhasil strategi pengembangan yang dilaksanakan.

Berikut ini arus kunjungan objek wisata Pantai Tirta Samudra dari tahun 2010-2013:

**Arus Kunjungan Wisata Objek Wisata Pantai Tirta Samudra
Tahun 2010-2013**

No.	Tahun	Pengunjung (orang)		Jumlah Pengunjung (orang)
		Domestik	Asing	
1	2010	45.899	2.410	48.309
2	2011	139.896	6.144	146.040
3	2012	215.367	3.908	219.275
4	2013	270.849	3.656	274.994

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara, (2014)

Adapun rekapitulasi pendapatan objek wisata Pantai Tirta Samudra 2010-2013 adalah sebagai berikut:

**Rekapitulasi Pendapatan Objek Wisata Pantai Tirta Samudra
Tahun 2010-2013**

No	Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Selisih (Rp)	Prosentase (%)
1	2010	255.000.000	258.672.500	3.672.500	101.44
2	2011	623.500.000	646.143.500	22.643.500	103.63
3	2012	769.970.000	883.938.400	113.968.400	114.80
4	2013	829.970.000	886.048.000	56.078.000	106.76

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara, (2013)

Dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan strategi pengembangan objek wisata Pantai Tirta Samudra, Pemerintah Daerah Kabupaten Jepara tidak menggunakan kepuasan pengunjung sebagai salah satu indikator. Banyaknya pengunjung yang datang dan ketercapaian target yang diterima belum mencukupi untuk menyatakan strategi yang dilaksanakan berhasil atau tidak. Kepuasan pengunjung yang telah melakukan kunjungan dan menerima pelayanan serta menggunakan fasilitas yang ada dapat dijadikan bahan koreksi pemerintah mengingat pengunjung merupakan sasaran utama yang menikmati pengembangan-pengembangan yang telah dilakukan. Hal-hal yang harus ditanyakan kepada pengunjung misalnya berkaitan dengan aksesibilitas, kondisi objek wisata, kondisi dan kelengkapan sarana prasarana, tingkat keamanan, tingkat kenyamanan, pelayanan yang diterima dari petugas dan pelaku wisata yang ada di dalamnya, kekurangan yang perlu diperbaiki, serta kepuasan pengunjung akan Pantai Tirta Samudra.

D. PENUTUP

D.1 Simpulan

Pengembangan Pantai Tirta Samudra dikembangkan dalam konsep strategi pengembangan:

- a. Pengembangan produk wisata
- b. Pengembangan tata ruang dan daya dukung lingkungan
- c. Pengembangan infrastruktur

- d. Pengembangan kelembagaan
- e. Pengembangan Sumber Daya Manusia
- f. Pengembangan pemasaran
- g. Pengembangan Investasi

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara cukup berhasil dalam melaksanakan strategi pengembangan Pantai Tirta Samudra. Terbukti dengan 13 bentuk pengembangan yang dilaksanakan dan 7 pengembangan yang belum direalisasikan dari 7 konsep strategi pengembangan. Jumlah tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk prosentase sebesar 65 % terlaksana.

D.2 Saran

Berdasarkan paparan kesimpulan yang tertera sebelumnya, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam mengembangkan Pantai Tirta Samudra, yaitu:

- a. Belum terlaksananya strategi pengembangan paket wisata dengan Kabupaten di sekitar Jepara yang tergabung dalam Pakujembrana bukan menjadi hambatan untuk menyediakan paket wisata lainnya. Pemerintah daerah dapat terlebih dahulu menerapkan paket wisata dengan lingkup yang lebih kecil yaitu dalam Kabupaten Jepara. Paket wisata merupakan strategi yang mampu

mengatasi hambatan geografis Jepara yang berada di ujung sehingga wisatawan luar kota tidak enggan datang ke Jepara.

Paket wisata yang dapat ditawarkan misalnya Pantai Tirta Samudra sebagai objek wisata bahari dengan penyebrangan ke Pulau Panjang dan permainan air, Museum Kartini, Petilasan Ari-Ari Kartini sebagai objek wisata sejarah, Kerajinan Tenun Ikat Troso, Kerajinan Seni Ukir dan Patung, atau Kerajinan Monel sebagai objek wisata kerajinan sekaligus belanja, Makam Mantingan dan Klenteng Hian Thian Siang Tee sebagai objek wisata religi dan budaya, Desa Plajan dan Desa Tempur sebagai desa wisata, Pasar Durian Ngabul dan Pantai Pungruk sebagai wisata kuliner dan masih banyak lagi.

- b. Terkait kepemilikan lahan yang masih belum sepenuhnya dimiliki Pantai Tirta Samudra, pemerintah hendaknya melakukan pendekatan terhadap warga dan melakukan penawaran untuk tidak hanya membeli tanah mereka tetapi juga melakukan relokasi dengan segera. Dikhawatirkan mereka akan terlebih dahulu menjual bukan kepada pemerintah akan tetapi kepada pebisnis yang memanfaatkan lahan wisata Pantai Tirta Samudra.
- c. Sebagai objek wisata bahari, tentunya Pantai Tirta Samudra mempunyai banyak persamaan dengan pantai pasir putih lainnya di Indonesia. Untuk memberikan perbedaan dan menarik wisatawan luar kota diperlukan sentuhan yang belum pernah ada sebelumnya. Sedangkan, gagasan penambahan aneka permainan dengan wahana ekstrim (uji adrenalin) atau konsep *outbond* sudah banyak ditemukan di objek wisata lainnya.

Pemerintah harus menambahkan konsep lain yang berbeda. Unifikasi ini penting karena pada dasarnya sifat wisatawan sebagai konsumen selalu mencari yang belum pernah didapatkan. Salah satu contoh unifikasi yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan ikon khusus di dalam lokasi objek wisata. Tidak perlu jauh-jauh mencari contoh, Pemerintah Kabupaten Jepara dapat mengulang keberhasilan pemberian ikon di objek wisata Pantai Kartini berupa Kura-Kura Ocean Park, tulisan Pantai Kartini dan patung kepala RA. Kartini.

Ikon yang dapat diberikan di dalam objek wisata Pantai Tirta Samudra misalnya dengan museum patung kayu. Museum ini dapat berisi patung tokoh-tokoh terkenal seperti pada museum Madame Tussauds di luar negeri, akan tetapi menggunakan bahan kayu bukan lilin. Pemilihan kayu dianggap sebagai penguatan Jepara yang diidentikan sebagai Kota Ukir.

- d. Setelah melakukan unifikasi, Pantai Tirta Samudra dapat dipromosikan secara khusus bukan secara global dengan objek wisata lainnya yang ada di Kabupaten Jepara. Promosi ini dapat dilakukan dengan pemasangan baliho di beberapa titik di luar daerah. Strategi ini efektif karena dapat memberikan informasi langsung dalam waktu yang relative lama. Memang butuh biaya ekstra untuk melakukan pemasaran dengan metode ini.

Metode pemasaran lainnya yang lebih murah yaitu promosi wisata melalui akun media sosial dan stiker. Selama ini media promosi digital yang digunakan pemerintah Kabupaten Jepara hanya melalui website resmi <http://tic.jepara.com>, padahal media sosial mempunyai banyak kelebihan karena lebih diminati, sering diakses dan mudah digunakan. Sedangkan, media promosi stiker dapat dikembangkan dengan cara pembuatan stiker khas Pantai Tirta Samudra yang dibagikan kepada setiap pengunjung di pintu masuk pembelian tiket terutama pengunjung luar kota. Stiker ini bertujuan untuk mengenalkan Pantai Tirta Samudra ke daerah lain karena stiker yang dibagikan dapat dibawa wisatawan ke daerah asalnya kemudian ditempel di tempat atau benda yang dimiliki. Ibarat menyampaikan pesan, stiker ini membawa Pantai Tirta Samudra kepada orang-orang yang melihatnya tertempel. Strategi stiker ini mengadaptasi dari stiker-stiker objek wisata dari daerah lainnya yang biasanya ditempel di kaca belakang mobil, kaca depan rumah dan tempat lain.

- e. Dalam mengatasi hambatan utama strategi pengembangan berupa keterbatasan anggaran memang dapat dilakukan dengan mencari investor sebagaimana yang telah dilakukan pemerintah Kabupaten Jepara. Belum berhasilnya upaya yang dilakukan dapat dikaji kembali dengan belajar kepada Pemerintah Daerah lain yang telah berhasil menarik investor dalam mengembangkan wisata. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dapat belajar dari keberhasilan strategi Kabupaten Lamongan dalam *Public Privat Parthnership* untuk mengembangkan objek Wisata Bahari

Lamongan dan keberhasilan *networking* Kabupaten Wonosobo dan sekitarnya dalam pengembangan objek wisata Dieng. Pembelajaran ini diharapkan dapat dijadikan perbandingan serta penemuan inovasi dalam menarik investor untuk pengembangan Pantai Tirta Samudra.

DAFTAR RUJUKAN

- Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah
Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang dan Wilayah
Kabupaten Jepara Tahun 2011-2031
Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Jepara. (2009). *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Jepara*. Jepara: BAPPEDA Kabupaten Jepara
Suwantoro, Gamal. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
Suyitno, (1999). *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius
Yoeti, Oka. A, (2008). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Kompas