

INVESTASI PEMBANGUNAN PARIWISATA DI WILAYAH SELATAN KABUPATEN LAMONGAN

Titov Chuk's Mayvani¹, Poedjijanto² dan Anifatus Zahro³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Jl. Raya Telang, Bangkalan

Email: Titovmayvani@trunojoyo.ac.id

²Bappelitbangda Kabupaten Lamongan, Jl. Basuki Rahmad No. 01 Lamongan

Email: poedjijantomm@gmail.com

³Bappelitbangda Kabupaten Lamongan, Jl. Basuki Rahmad No. 01 Lamongan

Email: anifatuszahro38@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 menyebabkan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) sehingga tempat wisata di Kabupaten Lamongan tutup dan tidak bisa dikunjungi, tetapi perlahan tahun 2021 jumlah wisatawan mengalami sedikit peningkatan dari tahun sebelumnya. Melihat permasalahan tersebut, Pemerintah Kabupaten Lamongan dalam hal ini terus berupaya meningkatkan kunjungan wisata di daerahnya dengan melakukan beberapa upaya salah satunya dengan adanya program prioritas yaitu Gerakan Membangun Pariwisata Rama dan Terintegrasi (RAMASINTA). Dari permasalahan tersebut, peneliti ingin mengetahui perkembangan pariwisata di lamongan dewasa ini Serta upaya yang dapat dilakukan pemerintah Kabupaten Lamongan untuk mengembangkan pariwisata di wilayah selatan. Analisis deskriptif dan *Travel Cost Method* digunakan untuk mengetahui perkembangan pariwisata kemudian Analisis AHP digunakan untuk menentukan jenis wisata utama dan pendukung, sedangkan untuk menentukan strategi pengembangan wisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan digunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Berdasarkan analisis deskriptif dapat diketahui bahwa kurangnya atraksi mengakibatkan pengunjung tidak menghabiskan waktu yang lama di lokasi wisata, kurangnya rambu jalan dan rambu wisata ke lokasi wisata, aspek amenitas kurang memadai. Keberadaan lokasi wisata menurut masyarakat sekitar tidak menimbulkan pencemaran lingkungan dan tidak menimbulkan konflik. Menurut persepsi pelaku usaha, terjadi peningkatan pendapatan akibat keberadaan lokasi wisata. (2) Berdasarkan analisis TCM dapat diketahui bahwa ketiga lokasi wisata yang ada di wilayah selatan Kabupaten Lamongan diketahui memberikan manfaat yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh pengunjung. (3) Berdasarkan analisis AHP dapat diketahui bahwa jenis wisata prioritas di wilayah selatan kabupaten Lamongan adalah wisata alam dan wisata budaya dan sejarah menjadi wisata utama. (4) Berdasarkan analisis TCM dapat diketahui bahwa strategi pengembangan wisata di wilayah selatan kabupaten Lamongan adalah strategi S-O (*strength-opportunity*) yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang atau strategi agresif. Rekomendasi yang tepat untuk pengembangan wisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan yaitu, menyusun Master Plan Pengembangan Kawasan Pariwisata di Wilayah Selatan Kabupaten Lamongan.

Kata kunci: Pariwisata, Wilayah Selatan Lamongan, Valuasi, SWOT, AHP.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic caused PPKM so that tourist attractions in Lamongan Regency were closed and could not be visited, but slowly in 2021 experienced a slight increase from the previous year. Seeing these problems, the Government of Lamongan Regency in this case continues to strive to increase tourist visits in the area by making several efforts, one of which is the priority program, Gerakan Membangun Pariwisata Rama dan Terintegrasi (RAMASINTA). From these problems, researchers want to know the development of tourism in Lamongan today and the efforts that can be made by the government of Lamongan Regency to develop tourism in the southern region. Descriptive analysis and the Travel Cost Method were used to determine tourism development then AHP analysis was used to determine the main and supporting tourism types, while SWOT analysis was used to determine tourism development strategies in the southern region of Lamongan Regency.

The results of the study show: (1) Based on the descriptive analysis it can be seen that the lack of attractions results in visitors not spending a long time at tourist sites, lack of road signs and tourist signs to tourist sites,

inadequate amenity aspects. The existence of tourist sites according to the surrounding community does not cause environmental pollution and does not cause conflict. According to the perception of business actors, there is an increase in income due to the existence of tourist sites. (2) Based on the TCM analysis, it can be seen that the three tourist sites in the southern region of Lamongan Regency are known to provide higher benefits compared to the costs that must be incurred by visitors. (3) Based on the AHP analysis it can be seen that the priority types of tourism in the southern region of Lamongan district are nature tourism and cultural and historical tourism being the main tourism. (4) Based on the TCM analysis, it can be seen that the tourism development strategy in the southern region of Lamongan district is an S-O (strength-opportunity) strategy, namely utilizing the strengths to seize opportunities or aggressive strategies. The right recommendation for tourism development in the southern region of Lamongan Regency is to compile a Master Plan for the Development of Tourism Areas in the Southern Region of Lamongan Regency.

Keywords: Tourism, South Lamongan Region, Valuation, SWOT, AHP.

PENDAHULUAN

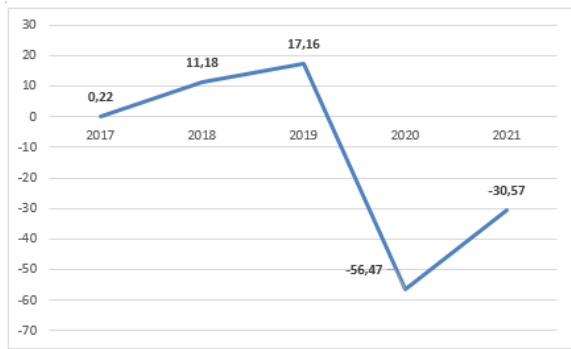
Salah satu kewenangan (urusan) yang ditangani oleh pemerintah adalah urusan pariwisata, menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, pengertian pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata yang menjadi salah satu penyokong perekonomian masyarakat dalam hal ini haruslah didukung dengan pembangunan pariwisata yang baik.

Kegiatan pariwisata terjadi bila ada daerah tujuan wisata dan wisatawan, yang membentuk suatu sistem. Bekerjanya sistem kepariwisataan yang utama terdiri dari sisi permintaan (pasar) dan sisi penyediaan (*supply*). Sisi permintaan merupakan masyarakat (orang) yang mempunyai keinginan untuk berwisata, orang yang melakukan perjalanan berwisata disebut wisatawan. Sisi penyediaan meliputi komponen transportasi, daya tarik wisata, pelayanan dan informasi/promosi. Sisi penyediaan ini merupakan produk daerah tujuan wisata (Warpani & Warpani, 2007).

Produk daerah tujuan wisata dalam hal ini dikembangkan atau dibangun dari segi-segi kehidupan dalam masyarakat, mulai dari kegiatan angkutan, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, cinderamata, pelayanan, dan lain-lain. Usaha ini haruslah dilakukan untuk mendorong dan meningkatkan arus kunjungan wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara, sehingga memungkinkan perekonomian dalam negeri semakin maju dan berkembang (Yoeti, 2002:53).

Kabupaten Lamongan merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Timur yang terkenal dengan pariwisatanya Kabupaten Lamongan diketahui memiliki banyak potensi pariwisata yang tersebar di beberapa wilayah kecamatan, objek wisata tersebut terdiri dari Wisata Alam (Wisata Bahari Lamongan, Waduk Gondang, Goa Maharani dan Zoo dan Sumber mata air Panas), Wisata Budaya (Monumen van Der Wijck, Makam Sunan Drajad, Makam Sendang Duwur, Makam Joko Tingkir, Makam Nyai Ratu Andongsari dan Desa Balun) dan Wisata Buatan (Wilayah Pantura dan Sudetan Bengawan Solo) serta yang dikembangkan oleh pemerintahan desa selain itu juga terdapat pusat promosi dan penjualan produk unggulan Kabupaten Lamongan, produk industri kerajinan dan makanan khas.

Letak geografis Kabupaten Lamongan yang sangat strategis serta adanya dukungan daya tarik wisatanya baik wisata alam, wisata budaya dan daya tarik wisata buataannya yang tersebar di berbagai wilayah menjadi potensi unggulan yang harus didukung dan dikembangkan sehingga bisa membuat terjadi kenaikan kunjungan wisata masyarakat. Wisata di Kabupaten Lamongan pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 diketahui terjadi permasalahan yaitu pada permasalahan peningkatan wisatawan, secara lebih detail dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Perkembangan Kunjungan Wisata Lamongan tahun 2017-2021

Perkembangan kunjungan wisatawan pada tahun 2017 hingga tahun 2019 mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan PPKM sehingga tempat wisata di Kabupaten Lamongan tutup dan tidak bisa dikunjungi, tetapi perlahan tahun 2021 mengalami sedikit peningkatan dari tahun sebelumnya. Melihat permasalahan tersebut, Pemerintah Kabupaten Lamongan dalam hal ini terus berupaya meningkatkan kunjungan wisata di daerahnya dengan melakukan beberapa upaya salah satunya dengan adanya program prioritas yaitu Gerakan Membangun Pariwisata Rama dan Terintegrasi (RAMASINTA).

Program RAMASINTA tersebut diketahui berfokus membangun destinasi pariwisata religi, bahari dan warisan budaya. Selain itu juga meningkatkan industri dan promosi wisata. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti ingin mengetahui perkembangan pariwisata di lamongan dewasa ini serta upaya yang dapat dilakukan pemerintah Kabupaten Lamongan untuk mengembangkan pariwisata di wilayah selatan.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Data dikumpulkan menggunakan teknik survey terhadap 234 responden yang dipilih secara purposive sampling. Responden terdiri dari 135 responden wisatawan, 90 reponden masyarakat sekitar dan 9 responden pemangku kepentingan yang tersebar di 3 lokasi wisata. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Lokasi

penelitian adalah kecamatan Ngimbang dan Mantup. Lokasi ini dipilih karena memiliki objek wisata yang dapat mewakili kriteria wisata alam, wisata buatan dan wisata religi.

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui perkembangan pariwisata di wilayah selatan kabupaten Lamongan dengan menilai persepsi dari wisatawan, masyarakat sekitar dan pelaku usaha yang ada di objek wisata. Persepsi wisatawan dinilai dari 3 aspek yaitu aspek atraksi, aspek aksesibiliti dan aspek amenitas. Persepsi masyarakat sekitar dinilai dari aspek ekonomi, aspek sosial budaya, dan aspek lingkungan. Persepsi pelaku usaha dinilai dari kondisi sebelum dan setelah adanya objek wisata. Pariwisata di wilayah selatan kabupaten Lamongan menggunakan sampel 3 lokasi wisata yaitu Istana Gunung Mas 27, Kolam Renang Oro-oro Omboh dan Gunung Ratu. Objek wisata tersebut dipilih karena dapat mewakili kriteria wisata alam, wisata buatan dan wisata religi. Hasil penilaian adalah sebagai berikut.

Analisis *Travel Cost Method* digunakan berdasarkan komplementeri antara barang wisata dan barang yang digunakan untuk bepergian sampai ke daerah tujuan wisata. Pada penentuan fungsi permintaan untuk kunjungan ke tempat wisata, pendekatan TCM menggunakan teknik ekonometrik seperti regresi sederhana. Hipotesis yang dibangun adalah bahwa kunjungan ke tempat wisata akan sangat dipengaruhi oleh biaya perjalanan dan diasumsikan berkorelasi negatif, sehingga diperoleh kurva permintaan yang memiliki kemiringan negatif.

Analisis AHP digunakan sebagai penentuan jenis wisata utama dan pendukung di wilayah selatan Kabupaten Lamongan yang disusun berdasarkan faktor Daya Tarik, Sarana dan Prasarana, Aksesibilitas dan Keberlanjutan dengan alternative jenis wisata yaitu Wisata Buatan, Wisata Sejarah dan Budaya, Wisata Alam, dan Agrowisata.

Penentuan strategi pengembangan pariwisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Kondisi dari dalam desa yang memiliki sifat positif (kekuatan) dan sifat negatif (kelemahan) dilihat sebagai faktor internal, sedangkan faktor-

faktor yang berasal dari luar yang berupa ancaman dan peluang disebut sebagai faktor eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Perkembangan Pariwisata di Wilayah Selatan Kabupaten Lamongan

A. Persepsi Wisatawan

1. Aspek *Attraction*

- Secara aspek *attraction* wisata Gunung Ratu sangat bagus dengan mampu menarik daya tarik wisata untuk datang lebih dari 3 kali dan mampu membuat pengunjung bertahan selama beberapa jam dilokasi wisata.
- Secara aspek *attraction* wisata Gunung Mas sangat bagus, namun masih kurang dalam menahan pengunjung untuk bertahan lebih lama dilokasi wisata.
- Secara aspek *attraction* wisata Kolam Renang Oro Oro Ombo sangat bagus dengan mampu menarik daya tarik wisata untuk datang lebih dari 3 kali dan mampu membuat pengunjung bertahan selama beberapa jam dilokasi wisata.

Atraksi wisata menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi minat wisatawan karena erat hubungannya dengan keberlangsungan suatu kawasan wisata. Inovasi juga diperlukan dalam pengembangan atraksi, supaya tetap menarik minat berkunjung wisatawan (Mauludin, 2017).

2. Aspek *Accessibilities*

- Secara aspek *accessibilitas* wisata Gunung Ratu, kondisi jalan menuju objek wisata, papan penunjuk jalan menuju objek wisata, dan sarana transportasi menuju objek wisata kurang memadai.
- Secara aspek *accessibilitas* wisata Gunung Mas secara keseluruhan sudah memadai.
- Secara aspek *accessibilitas* wisata Kolam Renang Oro Oro Ombo, kondisi papan penunjuk jalan menuju objek wisata, dan sarana transportasi menuju objek wisata kurang memadai.

Kemudahan wisatawan untuk mencapai suatu lokasi wisata menjadi faktor penting yang

perlu diperhatikan. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Muhammad, 2012) bahwa akses jalan menuju lokasi wisata memegang peranan penting dalam industri tersebut.

3. Aspek *Amenities*

- Secara aspek *amenities* wisata Gunung Ratu, kondisi tempat sampah, shelter, mushola, pos keamanan, penunjuk jalur evakuasi, posko kesehatan, dan tempat penginapan kurang memadai.
- Secara aspek *amenities* wisata Gunung Mas, kondisi tempat tempat penginapan kurang memadai.
- Secara aspek *amenities* wisata Kolam Renang Oro Oro Ombo, kondisi tempat tempat penginapan dan ATM center kurang memadai.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, dapat disimpulkan bahwa masih perlu peningkatan jumlah dan kualitas yang ada. Artinya, jumlahnya harus disesuaikan dengan luas wilayah dan daya tampung maksimal sebuah obyek wisata. Sedangkan kualitas yang perlu diperhatikan dalam penyediaan amenities antara lain: kelengkapan, kebersihan, kerapian, fungsi, kemudahan menggunakan, dan kelengkapan alat yang digunakan. Aspek ini memiliki peran dalam peningkatan minat kunjungan wisatawan. Semakin tinggi tingkat amenities yang dimiliki, maka semakin tinggi pula minat kunjungan wisatawan (Rossadi dan Widayati, 2018). Kumawati dan Firmani (2021) menambahkan bahwa amenities juga dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Kondisi yang kurang baik dan kurangnya jumlah amenities, dapat menurunkan minat dari wisatawan untuk berkunjung (Prayoga et al, 2022).

B. Persepsi Masyarakat

1. Pembangunan lokasi pariwisata (Gunung Ratu, Gunung Mas, Kolam Renang Oro Oro Ombo) tidak memberikan dampak terhadap sarana ekonomi infrastruktur, dan Fasilitas sosial.
2. Pembangunan lokasi pariwisata pariwisata (Gunung Ratu, Gunung Mas, Kolam Renang Oro Oro Ombo) memberikan dampak positif terhadap sosial dan budaya. Pembangunan lokasi wisata tidak pernah menimbulkan konflik serta memunculkan kreativitas, inovasi budaya, akulturasi budaya, dan

revitalisasi budaya yang membuat rasa persatuan dan kesatuan antara masyarakat dan wisatawan terjalin dengan erat.

3. Pembangunan lokasi pariwisata pariwisata (Gunung Ratu, Gunung Mas, Kolam Renang Oro Oro Ombo) tidak menimbulkan pencemaran lingkungan dan penguasaan lahan setempat.

C. Persepsi Pelaku Usaha

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap persepsi pelaku usaha yang berada di objek wisata Gunung Ratu, Gunung Mas, dan Kolam Renang Oro Oro Ombo dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan pendapatan pada pelaku usaha semakin meningkat terutama yang ada di dalam area usaha.

Valuasi Ekonomi Objek Wisata di Wilayah Selatan Kabupaten Lamongan

1. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Gunung Ratu

Berdasarkan perhitungan, nilai surplus konsumen objek wisata gunung ratu sebesar Rp 321.895 per orang untuk satu kali kunjungan. Sedangkan harga aktual yang dibayarkan pengunjung dalam satu kali kunjungan adalah Rp 80.500. Sehingga dapat diketahui bahwa nilai keuntungan yang diperoleh pengunjung dalam satu kali kunjungan adalah sebesar Rp 241.395 masih jauh lebih tinggi dari rata-rata yang dikeluarkan pengunjung sebesar Rp 80.500.

Nilai manfaat ekonomi seluruh populasi pengunjung Gunung Ratu Ngimbang didapatkan dengan cara mengalikan nilai surplus ekonomi dengan jumlah pengunjung satu tahun kebelakang. Diketahui jumlah kunjungan adalah 3.979 orang pertahun. Sehingga nilai ekonomi dari objek wisata Gunung Ratu Ngimbang per orang per tahun berdasarkan biaya perjalanan adalah Rp 1.280.820.205.

2. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Istana Gunung Mas

Berdasarkan perhitungan, nilai surplus konsumen objek wisata istanah gunung mas sebesar Rp 461.150 per orang untuk satu kali kunjungan. Sedangkan harga aktual yang dibayarkan pengunjung dalam satu kali kunjungan adalah Rp 126.414. Sehingga dapat

diketahui bahwa nilai keuntungan yang diperoleh pengunjung dalam satu kali kunjungan adalah sebesar Rp 334.736 masih jauh lebih tinggi dari rata-rata yang dikeluarkan pengunjung sebesar Rp 126.414.

Nilai manfaat ekonomi seluruh populasi pengunjung istana gunung mas didapatkan dengan cara mengalikan nilai surplus ekonomi dengan jumlah pengunjung satu tahun kebelakang. Diketahui jumlah kunjungan adalah 18.824 orang pertahun. Sehingga nilai ekonomi dari objek wisata istana gunung mas per orang per tahun berdasarkan biaya perjalanan adalah Rp 8.680.687.600.

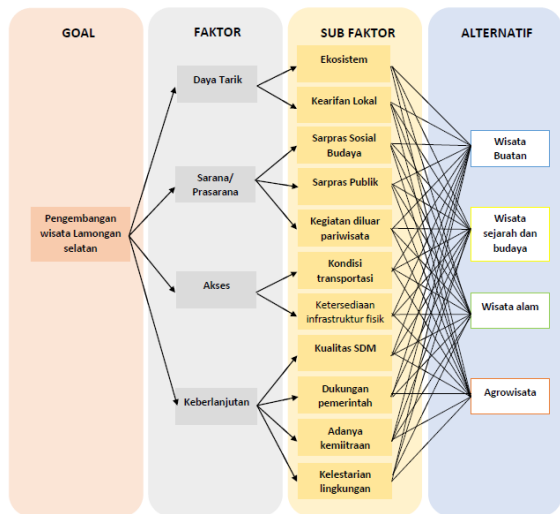
3. Valuasi Ekonomi Objek Wisata Kolam Renang Oro-oro Omboh

Berdasarkan perhitungan, nilai surplus konsumen objek wisata kolam renang oro-oro omboh sebesar Rp 285.120 per orang untuk satu kali kunjungan. Sedangkan harga aktual yang dibayarkan pengunjung dalam satu kali kunjungan adalah Rp 103.534. Sehingga dapat diketahui bahwa nilai keuntungan yang diperoleh pengunjung dalam satu kali kunjungan adalah sebesar Rp 181.586 masih jauh lebih tinggi dari rata-rata yang dikeluarkan pengunjung sebesar Rp 103.534.

Nilai manfaat ekonomi seluruh populasi pengunjung kolam renang oro-oro omboh didapatkan dengan cara mengalikan nilai surplus ekonomi dengan jumlah pengunjung satu tahun kebelakang. Diketahui jumlah kunjungan adalah 19.292 orang pertahun. Sehingga nilai ekonomi dari objek wisata kolam renang oro-oro omboh per orang per tahun berdasarkan biaya perjalanan adalah Rp 5.500.535.040.

Keberadaan objek wisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan memiliki dampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat setempat. Masyarakat akan mendapatkan penghasilan baik langsung maupun tidak langsung dari sektor pariwisata. Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah dan pasar tenaga kerja, serta menciptakan peluang pekerjaan baik langsung dan tidak langsung melalui penyediaan barang dan jasa yang diperlukan untuk kegiatan wisata (Zaei, 2013).

Penentuan Jenis Wisata Utama dan Pendukung Menggunakan AHP



Gambar 2. Struktur Hierarki Pengembangan Wisata di Wilayah Selatan Kabupaten Lamongan

Selanjutnya berdasarkan hierarki tersebut, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode AHP yang menghasilkan sintesa prioritas pada masing-masing struktur hierarki. Hasil sintesa dari faktor pengembangan wisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Sintesa Faktor Pengembangan Wisata di Wilayah Selatan Kabupaten Lamongan

No	Faktor	Bobot	Prioritas
1	Daya Tarik	0,167	4
2	Sarana dan Prasarana	0,242	2
3	Aksesibilitas	0,209	3
4	Keberlanjutan	0,383	1

Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Berdasarkan hasil analisis AHP dengan para pemangku kepentingan dalam menentukan wisata utama dan pendukung diperoleh bahwa faktor keberlanjutan memiliki nilai tertinggi atau prioritas utama dengan nilai sebesar 0,383. Artinya dengan pemanfaatan potensi sumberdaya alam yang optimal namun tetap menjaga kelestariannya, dan ikuti dengan kapasitas sumberdaya manusia yang mumpuni serta dukungan dari berbagai stakeholder pemerintah maupun swasta, diharapkan pengembangan pariwisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan mampu bersaing dengan wilayah lain.

Selanjutnya berdasarkan struktur hierarki tingkat kedua, diketahui sub faktor yang menjadi prioritas dalam mendukung faktor daya tarik, sarana dan prasarana, aksesibilitas dan keberlanjutan. Dalam mendukung faktor keberlanjutan, terdapat empat sub faktor yaitu kualitas sumber daya manusia, dukungan pemerintah, adanya kemitraan dan kelesatarian lingkungan. Hasil Sintesa dari faktor keberlanjutan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Sintesa dari Sub Faktor Keberlanjutan

No	Faktor	Bobot	Prioritas
1	Kualitas SDM	0,155	4
2	Dukungan Pemerintah	0,276	2
3	Adanya Kemitraan	0,215	3
4	Kelestarian Lingkungan	0,354	1

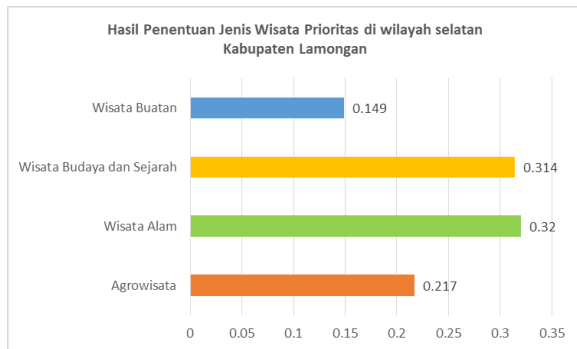
Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Berdasarkan hasil sintesa tingkat kedua dari faktor keberlanjutan, dapat diketahui bahwa sub faktor kelestarian lingkungan menjadi prioritas yang paling penting dengan nilai bobot sebesar 0,354. Nilai bobot sub faktor kelestarian lingkungan yang cukup besar mengindikasikan bahwa kelestarian lingkungan merupakan elemen kunci dalam pengembangan pariwisata dengan cara mempertahankan siklus ekologi dan turut andil dalam melestarikan sumber daya alam dan keragaman hayati di suatu destinasi wisata.

Berdasarkan hasil analisis AHP secara keseluruhan dengan tujuan penentuan prioritas wisata utama dan pendukung dari berbagai faktor dan sub faktor yang terdapat di wilayah selatan Kabupaten Lamongan maka diperoleh bahwa Wisata Alam (0,320) dan Wisata Budaya dan Sejarah (0,314) menjadi jenis wisata utama sedangkan untuk wisata pendukungnya adalah Agrowisata (0,217) serta Wisata Buatan (0,149). Adapun serta rinci mengenai prioritas jenis wisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan dapat dilihat pada gambar berikut.

Wilayah selatan Kabupaten Lamongan memiliki potensi alam serta budaya dan sejarah yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Kemampuan suatu daerah untuk tetap mempertahankan budaya serta tradisi yang ada dapat meningkatkan minat wistawan untuk hadir dan mempelajari budaya serta tradisi yang

berkembang di wilayah tersebut (Mahyuni & Satriawan, 2021).



Gambar 3. Hasil Analisis Jenis Wisata Prioritas di Wilayah Selatan Kabupaten Lamongan

Analisis SWOT Pengembangan Pariwisata di Wilayah Selatan Kabupaten Lamongan

Dari hasil penelitian diperoleh faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut :

1. Faktor Internal

Faktor internal di wilayah selatan Kabupaten Lamongan sebagai kawasan pariwisata terdiri atas faktor kekuatan (*strength*) dan faktor kelemahan (*weakness*).

a. Kekuatan

- S1 Pemandangan di objek pariwisata yang ada di wilayah selatan Kabupaten Lamongan masih asri
- S2 Sistem jalur perjalanan menuju objek wisata yang memadai dan lancar akan memudahkan wisatawan berkunjung.
- S3 Tersedianya jaringan atau sinyal telepon yang mendukung di objek wisata sehingga memberikan kelancaran dalam berkomunikasi
- S4 Sarana yang tersedia sudah sesuai dengan kebutuhan wisatawan
- S5 Masyarakat sekitar bersikap ramah kepada para wisatawan yang berkunjung.

b. Kelemahan

- W1 Tidak tersedianya penampilan pendukung seperti tarian dan event-event lainnya yang menarik.
- W2 Sarana yang disediakan objek wisata kurang menarik.
- W3 Kurangnya pusat informasi dan sarana promosi.

W4 kurangnya partisipasi penduduk dalam pengembangan pariwisata.

2. Faktor eksternal

Faktor internal wilayah selatan Kabupaten Lamongan sebagai kawasan pariwisata terdiri atas faktor peluang (*opportunity*) dan faktor ancaman (*threat*).

a. Peluang

- O1 Ketersediaan informasi mengenai objek wisata dapat dengan mudah, cepat dan tepat untuk didapatkan.
- O2 Tingginya perhatian pemerintah untuk pengembangan kawasan wisata
- O3 Keberadaan objek wisata berdampak kepada usaha yang dikelola oleh masyarakat sekitar
- O4 Adanya objek wisata membantu masyarakat sekitar untuk membuka lapangan pekerjaan

b. Ancaman

- T1 Adanya objek wisata lain yang menawarkan produk wisata yang sama dengan objek wisata yang ada wilayah selatan Kabupaten Lamongan
- T2 pengembangan wisata di wilayah lamongan selatan tidak menarik minat investor
- T3 Potensi Pencemaran lingkungan
- T4 Belum ada produk unggulan

Berdasarkan hasil pembobotan faktor internal dan eksternal maka kemudian dianalisis untuk mendapatkan hasil analisis faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan pariwisata di wilayah selatan yaitu melalui perkalian antara rating kali bobot. Secara jelas hasil analisis faktor internal dan eksternal disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Analisis Faktor Internal

Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
S1	0.14	5	0.71
S2	0.12	5	0.60
S3	0.07	4	0.29
S4	0.10	4	0.38
S5	0.10	5	0.48
Sub Total	0.52		2.45
Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
W1	0.12	2	0.24
W2	0.14	2	0.29

W3	0.12	3	0.36
W4	0.10	3	0.29
Sub Total	0.48		1.17
Total			3.62

Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat ditarik kesimpulan faktor-faktor internal dalam pengembangan pariwisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan. Faktor kekuatan (*Strengths*) dengan sub total skor hasil perhitungan dari bobot dan rating yaitu 2.45, sedangkan untuk kelemahan (*Weaknesses*) dengan sub total skor pembobotan adalah 1.17. Maka hasil perhitungan dari kekuatan-kelemahan, IFAS yaitu $2.45 - 1.17 = 1.28$.

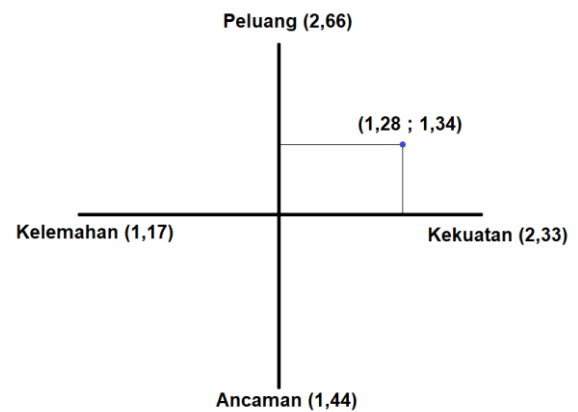
Tabel 4. Analisis Faktor Eksternal

Peluang	Bobot	Rating	Skor
O1	0.14	5	0.69
O2	0.17	5	0.83
O3	0.14	5	0.69
O4	0.11	5	0.56
Sub Total	0.56		2.78
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
T1	0.11	3	0.33
T2	0.11	4	0.44
T3	0.08	3	0.25
T4	0.14	3	0.42
Sub Total	0.44		1.44
Total			4.22

Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Berdasarkan hasil analisis, dapat ditarik kesimpulan dari faktor-faktor eksternal dalam pengembangan pariwisata di wilayah selatan kabupaten Lamongan. Faktor Peluang (*Opportunities*) dengan subtotal skor pembobotan adalah 2.78, sedangkan untuk ancaman (*Threats*) dengan sub total pembobotan yaitu 1.44. Hasil perhitungan dari peluang-ancaman, EFAS yaitu $2.78 - 1.44 = 1.34$.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan skor IFAS (Kekuatan dan Kelemahan) yaitu $2.45 - 1.17 = 1.28$ sedangkan skor EFAS (Peluang dan Ancaman) yaitu $2.78 - 1.44 = 1.34$ maka nilai IFAS-EFAS masing-masing menunjukkan nilai positif sehingga strategi pengembangan pariwisata di wilayah selatan Lamongan berada di kuadran I yaitu di antara kekuatan dan peluang (SO). Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar berikut :



Gambar 3. Matriks Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa dalam rangka mendukung pembangunan pariwisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan maka strategi pengembangan yang perlu dilakukan adalah strategi S-O (*Strenght-opportunity*) yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang atau strategi agresif. Wilayah selatan Lamongan memiliki kekuatan atau kelebihan sebagai kawasan pariwisata yaitu memiliki daya tarik wisata yang khas dengan berbagai kesenian masyarakat desa, memiliki sejarah dan budaya, adanya berbagai jenis wisata seperti wisata alam, olahraga, pertanian, dan wisata sejarah serta budaya. Dengan adanya kekuatan yang dimiliki maka peluang-peluang pariwisata harus dapat diraih dimana pasar pariwisata masih terbuka luas dan adanya dukungan dari pemerintah daerah dan swasta.

Strategi Pengembangan Wisata di Selatan Kabupaten Lamongan

Strategi menjadi alat penting dalam pencapaian pengembangan pariwisata, karena memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang ada pada wilayah. Tipe strategi meliputi (1) strategi organisasi, (2) strategi program, (3) strategi pendukung sumberdaya dan (4) strategi kelembagaan. Strategi pengembangan pariwisata menitik beratkan pada strategi pendukung sumberdaya dan strategi kelembagaan. Berdasarkan analisis SWOT maka Alternatif strategi yang dapat dirumuskan dalam mengembangkan wisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan yaitu:

Tabel 5. Strategi Pengembangan Wisata di Wilayah Selatan Kabupaten Lamongan

Strategi	Kode Pembobotan	Nilai	Prioritas	Ket
Menjalin kerjasama dengan pihak swasta dan menyusun paket wisata	S1+S2+S3+S 4+O1+O2+O 3+O4	5,25	1	S O
Penyusunan rencana pengembangan dan pengelolaan wisata oleh Pemerintah Daerah	S1+S2+S3+S 4+T1+T2+T 3+T4	3,89	3	S T
Meningkatkan kualitas saran prasarana penunjang, kualitas dan kuantitas SDM pengelola, dan promosi wisata	W1+W2+W3 +W4+O1+O 2+O3+O4	3,95	2	W O
Melakukan pengembangan sektor pariwisata dengan memaksimalkan tempat yang sudah tersedia dukungan lokal	W1+W2+W3 +W4+T1+T2 +T3+T4	2,61	4	W T

Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang perlu dilakukan dalam pengembangan pariwisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan adalah strategi S-O (*Strength-opportunity*) yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang atau strategi agresif. Sehingga prioritas strategi yang perlu dilakukan yaitu:

- (1) Menjalin kerjasama dengan pihak swasta dan menyusun paket wisata. Sejalan dengan penelitian (Oktoyoki et al., 2021) menjelaskan salah satu bentuk kerjasama dengan investor yaitu untuk perolehan modal. Hal ini perlu dilakukan karena permodalan yang digunakan sebelumnya masih menggunakan modal pribadi.
- (2) Penyusunan rencana pengembangan dan pengelolaan wisata oleh Pemerintah Daerah. Meningkatkan peran pokdarwis dalam menjalin kerjasama pemerintah daerah

sangat penting karena peran nyata Pokdarwis terlihat pada unsur perancangan, implementasi rencana, dan mengelola atraksi wisata dengan melibatkan pihak ketiga termasuk didalamnya masyarakat sekitar (Rosa, 2021).

- (3) Meningkatkan kualitas saran prasarana penunjang, kualitas dan kuantitas SDM pengelola, dan promosi wisata. Untuk mampu mewujudkan pengembangan pariwisata yang dapat memberikan dampak yang positif pada sektor ekonomi, budaya, pertahanan dll. Diperlukan kerjasama semua pihak, dari masyarakat, pemerintah serta para wisatawan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ketersediaan sarana dan prasarana di daerah wisata akan mampu meningkatkan kunjungan para wisatawan (Humagi et al., 2021). Sejalan dengan penelitian (Khoirunnisa & Kholil, 2018) menjelaskan bahwa memanfaatkan perkembangan teknologi dapat meningkatkan saranainformasi dan pemasaran secara inovatif, aktif dan efisien bagi pengelola wisata dan dengan adanya acara/*event – event* maka semakin banyak informasi yang akan di sampaikan dan semakin banyak pula informasi yang di terima masyarakat.
- (4) Melakukan pengembangan sektor pariwisata dengan memaksimalkan tempat yang sudah tersedia dukungan lokal. pengembangan pariwisata dan pembangunan sumber daya manusia yang berdasar konsep *Community Based Tourism* (CBT) akan mendorong munculnya mata pencaharian baru bagi masyarakat sekitar di bidang kepariwisataan. Sejalan dengan penelitian (Amilia, Rokhani, Prasetya, & Suryadharma, 2020) yang menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat akan memberikan stimulus untuk lebih mengenali potensi yang ada di sekitar dan selanjutnya masyarakat akan terlatih untuk mengembangkan potensi tersebut dalam pengelolaan desa wisata.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dari persepsi wisatawan, masyarakat serta pekalu usaha menunjukkan bahwa aspek atraksi, aksesibilitas dan amenitas di ketiga lokasi wisata belum cukup memadai. Kemudian

keberadaan lokasi wisata tidak menimbulkan pencemaran lingkungan dan tidak menimbulkan konflik namun tidak memberikan dampak terhadap sarana ekonomi infrastruktur dan fasilitas sosial.

2. Berdasarkan hasil analisis *Travel Cost Metode* dari ketiga lokasi wisata yang ada di wilayah selatan Kabupaten Lamongan diketahui memberikan manfaat yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh pengunjung.
3. Berdasarkan hasil analisis AHP dapat diketahui jenis wisata prioritas di wilayah selatan Kabupaten Lamongan adalah wisata alam (0.320) dan wisata budaya dan sejarah (0.314) menjadi wisata utama sedangkan untuk wisata pendukungnya adalah wisata buatan (0.149) serta agrowisata (0.217).
4. Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat diketahui strategi pengembangan wisata di wilayah selatan kabupaten Lamongan adalah strategi S-O (*strength-opportunity*) yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang atau strategi agresif. Sehingga prioritas strategi yang perlu dilakukan yaitu Menjalin kerjasama dengan pihak swasta dan menyusun paket wisata, Penyusunan rencana pengembangan dan pengelolaan wisata oleh Pemerintah Daerah, Meningkatkan kualitas sarana prasarana

penunjang, kualitas dan kuantitas SDM pengelola, dan promosi wisata, Melakukan pengembangan sektor pariwisata dengan memaksimalkan tempat yang sudah tersedia dukungan lokal.

REKOMENDASI

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diambil suatu rumusan rekomendasi yang dianggap tepat untuk pengembangan wisata di wilayah selatan Kabupaten Lamongan yaitu, menyusun Master Plan Pengembangan Kawasan Pariwisata di Wilayah Selatan Kabupaten Lamongan. Master plan ini menjabarkan strategi dan rencana aksi pengembangan ekonomi pariwisata dengan prinsip memanfaatkan sumber daya lokal, baik alam, manusia, maupun budaya, secara berkelanjutan.

Pembangunan tersebut di antaranya mempercepat otomatisasi dan digitalisasi pada segala aspek aktivitas pembangunan, memperkuat sektor lainnya di luar pariwisata, mengembangkan pariwisata berkualitas serta penerapan prinsip pembangunan berkelanjutan melalui ekonomi hijau. Melalui upaya-upaya tersebut, pariwisata mampu tumbuh berkelanjutan dan bertransformasi menuju Kabupaten Lamongan yang lebih hijau, tangguh, dan sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, W., Rokhani, Prasetya, R. C., & Suryadharma, B. (2020). Pembangunan Desa Wisata Gadingan dan Kebutuhan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Pendekatan Community Based Tourism. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1). <https://doi.org/10.30595/jppm.v0i0.4268>.
- Humagi, F., Moniaga, I. L., & Prijadi, R. (2021). Analisis Kebutuhan Prasarana Dan Sarana Pariwisata Di Kecamatan Kaidipang Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Spasial*, 8(2). <https://doi.org/10.35793/sp.v8i2.33566>.
- Jepriyus. 2017. "Upaya Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Guruh Gemurai oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal JOM Fisip*, 4(2)
- Khoirunnisa, N., & Kholil, A. Y. (2018). Strategi Bauran Pemasaran Desa Wisata Kampung Ekologi Temas Di Kota Batu. *Buana Sains*, 18(2), 161–170.
- Kumawati, N.P.Y.W., dan Firmani, P.S. 2021. Pengaruh Atraksi dan Amenitas Wisata Terhadap Kepuasan Pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bangli Tahun 2019. Vol. 1, No.2. *Jurnal Arthaniti Studies*. Hal: 7 – 15.
- Mahyuni, L. P., & Satriawan, D. M. A. (2021). Menggali Potensi Manikawang Sebagai Desa Wisata Alam dan Budaya. *Dinamisia*, 5(5), 1088 – 1096. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i5.6300>.

- Mauludin, R. 2017. Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan. Vol. 14, No.2. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure. Hal: 57 – 68.
- Muhammad, F. (2012). Model Ekowisata Kawasan Hutan Mangrove Berbasis Daya Dukung Fisik Kawasan dan Resiliensi Ekologi (Kasus Ekowisata Mangrove Blanakan, Subang, Jawa Barat). Disertasi. Bogor : Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor (IPB).
- Oktoyoki, H., Gabrienda, G., Novita Sari, M., Anti Sukmala Yulisa, T., & Ansiska, P. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Agrowisata Kebun Bunga D'Syandana Di Kabupaten Rejang Lebong. *Paradigma Agribisnis*, 3(2), 71–85. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/JPA/article/view/5013>
- Osuna, E.E and A. Aranda. 2007. Combining SWOT and AHP techniques for strategic planning. *ISAHP*. 1-8.
- Prasiasa, P.O. 2012. Destinasi Pariwisata, Berbasis Masyarakat. Salemba Empat. Jakarta.
- Prayoga, D.R., dkk. 2022. Analisis Konsep 3A dalam Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus: Dusun IV, Desa Denai Lama, Kab. Deli Serdang. Vol. 05, No. 02. *Jurnal Kajian Ilmu dan Pendidikan Geografi*. Hal: 114 – 126.
- Rosa, E. D. (2021). Buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) KKN-PPM UGM Buayan Menawan.
- Rossadi, L.N., dan Widayati, E. 2018. Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Vol. 1, No. 2. *Journal Of Tourism and Economic*. Halaman: 109 – 116.
- Saputro. 2017. “Strategi Pengelolaan Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang”. *Journal of Public Policy and Management Review*, 3(4)
- Spillane JJ. 1991. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Suwardjoko P. Warpani dan Warpani Indira P. 2007. *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: ITB Press
- Yoeti, Oka. 2006. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa