

Peluang Besar Industri Pariwisata di Lampung

Rizky Meiridho¹⁾, Frengky Dwi²⁾, Sonia Septa Arini³⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Jl. Z.A. Pagar Alam No.93 Labuhan Ratu, Bandar Lampung 35142

Telp. (0721) 700261, 781310

e-mail: rizkimeiridho@gmail.com¹⁾, frengkymm2@gmail.com²⁾, soniasaptaa29@gmail.com³⁾

Abstrak

Lampung sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang dianugerahi Tuhan dengan memiliki keindahan alam dan budaya yang unik dan beragam sebagai tujuan wisata, potensi wisata di provinsi Lampung cukup banyak, antara lain Lampung memiliki wisata pantai laut yang indah dan luas, alam pegunungan, danau, taman nasional, kebun binatang, museum, situs purbakala, air terjun, pegunungan, dan banyak lainnya, juga aneka seni budaya yang ada di Lampung cukup beraneka ragam. Potensi tersebut tidak banyak daerah lain memilikinya. Permasalahannya adalah potensi wisata yang begitu banyak di Lampung, masih banyak yang belum dikelola dengan baik, dan perlu kajian secara mendalam untuk mengidentifikasi potensi wisata tersebut, dengan melihat semua komponen produk wisata yakni meliputi atraksi, amenitas, akses, dan ancillary service. Komponen produk wisata kemudian dinilai dengan analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) untuk melihat peluang yang dapat berguna untuk percepatan pembangunan dan perekonomian daerah. Dengan demikian yang menjadi ruang lingkup kajian ini adalah : mengungkapkan potensi pariwisata di Lampung; peluang yang dapat berguna untuk percepatan pembangunan dan perekonomian daerah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dan data perolehan hasil penelitian selanjutnya dianalisis secara kualitatif dengan interpretatif yaitu dengan melalui beberapa proses seperti: verifikasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Kata kunci : Peluang, Strategi, pariwisata

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang dapat memberikan dampak besar bagi kemajuan suatu negara. Dampak besar yang bisa diperoleh dari kemajuan industri sektor pariwisata tersebut diantaranya adalah meningkatnya pemasukan devisa negara dan peningkatan pendapatan nasional. Selain itu, bagi daerah tujuan wisata akan berdampak pada peningkatan pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan perekonomian masyarakat di daerah tersebut.

Dalam laporan UNWTO *Tourism Highlight* 2017, dinyatakan bahwa Pariwisata adalah kunci dalam pembangunan, kemakmuran dan kesejahteraan. Hal tersebut salah satunya terlihat dari pertumbuhan destinasi pariwisata di dunia yang mulai terbuka dan berinvestasi di pariwisata. Menurut laporan *City Travel and Tourism in Asia Pasific* Tahun 2017 dari *The World Travel and Tourism Council* (WTTC), peningkatan kesejahteraan di regional Asia Pasific mendorong peningkatan permintaan pada pariwisata. Peningkatan permintaan tersebut telah mendorong Investasi antara lain infrastruktur transportasi dan hotel.

Tabel 1. Realisasi Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia (juta orang)

Indikator Kinerja Utama (IKU)	2015		2016		2017	
	Realisasi	Capaian (%)	Realisasi	Capaian (%)	Realisasi	Capaian (%)
Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia (juta orang)	10,41	100,15	12,02	100,17	14,04*	93,60

Sumber : Kementrian Pariwisata, 2017

* Data semestara (prognosa)



Sumber : Kementrian Pariwisata, 2017

Gambar 1. Realisasi Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara di Indonesia (juta orang)

Jika dilihat dari gambar diatas, pertumbuhan wisatawan mancanegara dan nusantara yang berwisata di Indonesia tiap tahun terus meningkat, seiring dengan membaiknya destinasi-destinasi wisata di Indonesia dan gencarnya promosi pariwisata Indonesia di dalam dan luar negeri. Peningkatan pertumbuhan wisatawan tersebut menunjukkan kebutuhan manusia akan wisata terus meningkat, sehingga peningkatan sektor pariwisata dapat dijadikan salah satu alternatif percepatan pembangunan suatu daerah, semakin besar permintaan di sektor pariwisata, baik konsumsi wisatawan maupun investasi di bidang pariwisata, akan semakin besar pula penciptaan lapangan kerja disektor-sektor terkait dan peningkatan perekonomian suatu daerah. Lampung sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang dianugerahi Tuhan dengan memiliki potensi keindahan alam dan budaya yang cukup besar sebagai tujuan wisata, tren Lampung sebagai tempat wisata potensial di Indonesia juga dapat dilihat dari banyaknya wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Lampung.

Tabel 2. Realisasi Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara di Lampung

DESTINASI	
Jawa Timur	117.711.066 (24,59%)
Jakarta	68.083.779 (14,23%)
Jawa Barat	52.699.066 (11,01%)
Jawa Tengah	32.274.763 (6,74%)
Nusa Tenggara Timur	19.548.789 (4,08%)
Yogyakarta	17.439.729 (3,64%)
Sumatera Utara	15.726.102 (3,29%)
Sulawesi Selatan	15.056.692 (3,15%)
Riau	12.611.555 (2,64%)
Lampung	11.734.804 (2,45%)
Bali	10.463.136 (2,19%)
Sumatera Selatan	9.854.964 (2,06%)
Sumatera Barat	9.304.735 (1,94%)
Kalimantan Selatan	8.959.366 (1,87%)
Banten	5.293.025 (1,11%)
Aceh	4.909.397 (1,03%)

Sumber : Kementerian Pariwisata, 2017

Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata per Desember 2017 memperlihatkan angka yang mengejutkan, dimana menempatkan Provinsi Lampung berada di posisi peringkat 10 Nasional, mengalahkan Bali yang berada diposisi 11, sebagai Provinsi yang menjadi tujuan wisata bagi wisatawan nusantara. Potensi wisata di provinsi Lampung cukup banyak dan beragam, antara lain Lampung memiliki wisata pantai laut yang indah dan luas, alam pegunungan, perkebunan, danau, taman nasional, kebun binatang, museum, situs purbakala, air terjun dan banyak lainnya, juga aneka budaya yang ada di Lampung cukup beraneka ragam. Potensi tersebut tidak banyak daerah lain memilikinya.

Tabel 3. Realisasi Jumlah Tenaga Kerja Langsung, Tidak Langsung dan ikutan Sektor Pariwisata

Lapangan Usaha	Jumlah (000 org)	Distribusi (%)
(1)	(2)	(3)
01. Perdagangan	5.008,6	40,79
02. Angkutan	49,0	0,40
03. Penyediaan Akomodasi	617,4	5,03
04. Penyediaan Makanan dan minuman	5.632,0	45,87
05. Jasa Agen Perjalanan	77,7	0,63
06. Kegiatan Hiburan, Kesenian dan Kreativitas	108,6	0,88
07. Perpustakaan, Arsip, Museum dan Kegiatan Kebudayaan Lainnya	29,1	0,24
08. Kegiatan Olahraga dan Rekreasi Lainnya	207,1	1,69
09. Lainnya	549,4	4,47
Jumlah	12.279,0	100,00

Sumber: BPS, 2016

Sumber : BPS Tahun 2016

Terlihat dari table di atas, Sektor Pariwisata memberi dampak terhadap penciptaan tenaga kerja, baik secara langsung, tidak langsung dan ikutan. Dapat dikatakan bahwa Industri Pariwisata merupakan salah satu sektor yang akan selalu membutuhkan tenaga kerja. Keindahan alam dan budaya di Lampung sebagian sudah dikelola dengan baik sebagai tujuan wisata.

Namun, bila dibandingkan dengan potensi yang ada tampaknya pariwisata di Lampung masih banyak yang dapat digali secara optimal. Yang menjadi permasalahan adalah potensi besar daerah tersebut belum digali secara mendalam sebagai suatu cara untuk meningkatkan kemajuan suatu daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Selain itu, kesadaran masyarakat akan kekayaan budaya yang mendukung industri pariwisata dirasa kurang, padahal kegiatan pariwisata sesungguhnya melibatkan unsur manusia (SDM) di dalamnya. Artinya perlu didukung sikap perilaku sadar wisata oleh semua pihak yang mendukung kegiatan tersebut.

Penelitian ini dilakukan dalam upaya mengidentifikasi potensi pariwisata di Lampung. untuk melihat potensi objek daerah tujuan wisata (ODTW) adalah melalui identifikasi objek wisata. Objek wisata yang teridentifikasi, Selanjutnya akan dikaji dengan menggunakan analisis SWOT, yakni merupakan salah satu alat menganalisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) suatu objek. Analisis SWOT digunakan pada data yang tidak menggunakan angka (kualitatif) dan digunakan sebagai dasar dalam perumusan kebijakan untuk mempertahankan dan meningkatkan peluang sebesar-besarnya dari Industri Pariwisata di Lampung. Dengan demikian yang menjadi ruang lingkup kajian ini adalah : mengungkapkan potensi pariwisata Lampung untuk meningkatkan peluang yang sebesar-besarnya untuk kemajuan Provinsi Lampung.

2. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian *deskriptif*, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan/menggambarkan/melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, *factual* dan akurat. (Kusmayadi, 2000;29). Jenis data yang dikumpulkan pada penelitian ini terdiri dari data kualitatif yaitu data yang berbentuk kalimat atau uraian dan data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Sumber data sekunder yaitu data yang bersumber biografis dan dokumentasi yaitu data yang berasal dari bahan kepustakaan, baik berupa ensiklopedi, buku, artikel karya ilmiah dan data yang diterbitkan oleh lembaga pemerintah diperoleh dari sumber tidak langsung yang telah ada atau data yang diperoleh dari dokumen dan arsip resmi (Moleong, 2010:159).

Dalam menganalisis data penelitian yaitu bersifat kualitatif, deskriptif dan interpretatif. Seluruh data diperoleh dari berbagai sumber baik studi dokumentasi, ditranskripsikan dalam bentuk tulisan dan pendeskripsian ini bersifat interpretatif (Moleong, 2010:114). Data perolehan hasil penelitian selanjutnya dianalisis secara kualitatif dengan interpretatif yaitu dengan melalui beberapa proses seperti: verifikasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penyajian hasil analisis data penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui penyampaian dalam bentuk verbal dengan menggunakan teknik *deskriptif interpretatif* artinya hasil analisis dipaparkan dan diinterpretasikan sesuai dengan teori dan kerangka pemikiran yang berlaku umum.

3. Hasil dan Pembahasan

Lampung memiliki banyak objek wisata yang menarik, baik alam yang dikelilingi oleh kehijauan bukit dan gunung, pantai indah yang luas, dan kaya akan seni budaya. Oleh sebab itu Lampung sejak lama dijadikan tujuan wisata. Dengan kondisi alam tersebut menjadikan Lampung sebagai salah satu tujuan wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Meskipun potensi alam dan budaya di daerah tersebut belum digali sepenuhnya, namun potensi tersebut dapat dijadikan aset wisata Lampung. Keberhasilan pariwisata sangat ditentukan dengan daya dukung kegiatan pariwisata tersebut, karena kegiatan pariwisata terkait langsung dengan obyek-obyek yang akan dinikmati oleh para wisatawan. Besarnya daya dukung lingkungan secara umum dapat diartikan sebagai jumlah unit penggunaan dalam suatu tempat tersebut dalam menyokong rekreasi, dan tanpa merusak pengalaman rekreasi dari pengunjung.

Provinsi Lampung memiliki ratusan daya tarik wisata nyaris belum banyak diketahui oleh wisatawan karena minimnya informasi untuk mendapatkan data dan informasi yang

disebabkan ketiadaan visitor centers. Pelayanan dan informasi yang tidak berstandar internasional juga memberikan persepsi buruk bagi wisatawan tentang kesiapan Provinsi Lampung dalam pengembangan pariwisata. Agenda aktivitas wisata yang nyaris tanpa publikasi yang memadai juga menjadi kelemahan pemasaran pariwisata Provinsi Lampung. Berdasarkan alasan tersebut maka visitor centers akan memainkan peran penting dalam konteks pemasaran internal untuk menambah loyalitas wisatawan atau pengunjung karena dengan layanan visitor centers diharapkan memberikan pengalaman yang berharga dan membawa kesan kesiapan dalam pengelolaan destinasi wisata khususnya di Provinsi Lampung.

Berkaitan dengan peningkatan ekonomi daerah tersebut maka pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata yang ada harus segera dilakukan. Mengingat pembangunan dan pengembangan pariwisata memiliki peranan penting dalam meningkatkan ekonomi daerah. Beberapa peranan atau manfaat pembangunan pariwisata antara lain: Semakin besarnya kesempatan berusaha, terbukanya lapangan pekerjaan, meningkatnya pendapatan masyarakat dan pemerintah, mendorong pembangunan daerah, melestarikan budaya dan adat istiadat, meningkatkan kecerdasan masyarakat, meningkatkan kesehatan dan kesegaran dan dapat mengurangi konflik sosial.

Lampung adalah provinsi yang strategis bagi kunjungan wisata ke berbagai objek wisata. Objek wisata pantai, budaya, alam pegunungan atau wisata petualangan di hutan dan sungai, selam dan memancing, mudah dijangkau dari kota ini. Objek yang satu dan lainnya saling berdekatan, bisa dipastikan kunjungan atau perjalanan wisata menjadi tidak monoton, pengalaman pun menjadi lebih beragam karena banyak tempat yang bisa dilihat. Selain itu rumah-rumah tradisional atau rumah adat, kawasan hutan kota dan taman kupu-kupu bisa dilihat di sini. Dibanyak tempat di Lampung bisa dengan mudah menemukan kain tapis, yaitu kain khas Lampung yang ditenun dari benang, kapas atau serat nanas secara tradisional. Kain yang disulam dengan benang emas atau benang perak yang dinamakan tapis dan sulam usus juga dijumpai di Lampung dengan berbagai motif.

Jika ingin wisata pantai, bisa datang ke bibir Pantai Teluk Lampung yang terbentang dari Kalianda di Lampung Selatan hingga Tanggamus. Sumber air panas Way Belerang, Pantai Wartawan, Kalianda Resor, Laguna Helau, Merak Belantung, Pasir Putih, Tanjung Selaki, Pulau Pasir, dan Pantai Marina. Kawasan ini menyediakan fasilitas petualangan seperti tur ke Gunung Krakatau dan pulau-pulau sekitar Teluk Lampung bagian selatan, diving di Pulau Sebu, memancing, tempat berkemah, bungalow, jetsky, diskotek, kafetaria yang menghadap ke pantai, penyewaan sepeda, dan perahu dayung.

Objek-objek wisata lain adalah taman purbakala, desa adat, agrowisata, makam Kuno Pangeran Jiwa Kesuma, kawasan batu keramat, air terjun, kubu perahu, danau dan perkampungan asli yang tersebar di kabupaten dan kota di Provinsi Lampung. Objek-objek wisata itu hanyalah sebagian kecil dari kekayaan objek wisata Lampung. Wisata unggulan di Lampung adalah objek wisata Kepulauan Gunung Krakatau, Taman Nasional Way Kambas dan Taman Nasional Bukit Barisan. Tiga objek ini sudah dikenal diseluruh dunia. Di samping objek fisik, pariwisata Lampung juga menyajikan paket atraksi yang puncaknya adalah Festival Krakatau.

Lampung merupakan Kawasan wisata alternatif yang paling diminati warga Jakarta dan daerah lain di Sumatera. Setiap akhir pekan sebagian hotel di Lampung, mulai dari hotel melati hingga hotel berbintang, selalu padat tamu. Tingkat hunian hotel di Lampung bisa mencapai di atas 50 persen. Sebagian besar tamu hotel datang dari Jakarta dan sekitarnya, seperti Serang dan sebagian kecil dari Palembang atau Bengkulu. Sejak tahun 2002, tingkat hunian hotel mulai padat sejak Jumat malam.

3.1. Potensi Kawasan Wisata di Lampung

Pariwisata menjadi menjadi sektor yang disorot pemerintah saat ini dan diharapkan dapat mendongkrak PDB Nasional, termasuk juga meningkatkan devisa negara. Mengutip amanat Presiden Joko Widodo, pertumbuhan sektor pariwisata perlu dipercepat dan

diakselerasikan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Implikasinya, pemerintah dalam program pembangunan lima tahun ke depan fokus pada sektor; infrastruktur, maritim, energi, pangan, dan pariwisata (Pikiran Rakyat, 2017).

Dalam data yang dikeluarkan oleh Badan Pariwisata Dunia (UNWTO) dan WTTC 2015, sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar 9,8% Produk Domestik Bruto (PDB) global, kontribusi terhadap total ekspor dunia sebesar US\$ 7,58 triliun dan foreign exchange learning sektor Pariwisata tumbuh 25,1%, dan pariwisata membuka lapangan kerja yang luas; 1 dari 11 lapangan kerja ada di sektor pariwisata. Dibandingkan dengan sektor lain, pembangunan pariwisata merupakan yang paling mudah menciptakan lapangan kerja (*pro-job*), pengentasan kemiskinan (*pro-poor*), mendorong pertumbuhan ekonomi (*pro-growth*), dan melestarikan lingkungan hidup (*pro-environment*). Dalam konteks ini, pariwisata memiliki prinsip “Semakin dilestarikan, Semakin Mensejahterakan”.

Menurut Hermawan Kertajaya mengatakan, suatu daerah akan menarik untuk dijadikan investasi dan berkembang dengan baik jika memiliki konsep ,TTI yaitu:

1. Travel , dengan adanya intensitas kunjungan wisata meningkat maka suatu daerah akan meningkat juga pendapatannya juga sektor ekonominya akan hidup terutama bisnisnya. Dan yang berhubungan dengan pariwisata, maka mau tidak mau akan banyak orang yang melakukan transaksi bisnisnya apa itu perdagangan ataupun bisnis lainnya misal resot,hotel dan yang menyangkut dengan kemajuan wisata.
2. Trade, dengan semakin majunya pariwisata maka segala sektor perdagangan akan hidup, apapun perdagangan tersebut yang paling dominan pasti perdagangan yang bersinggungan dengan pariwisata pastinya, bahkan bisa merambah ke real estate, properti, kuliner dan segala macam sektor dagang, dan otomatis setelah orang melakukan deal deal bisnispastinya mereka juga akan melakukan wisata untuk menikmati keindahan dan kenyamanan suatu kota atau kabupaten.
3. Investasi, dengan adanya suatu daerah sudah menjadi tujuan pariwisata dan juga sektor perdagangan menggeliat maka akan menjadi magnet siapapun untuk berinvestasi kesuatu daerah tersebut, investasi pasti yang paling banyak adalah sektor perhotelan, sektor pariwisata lainnya, sektor industri penunjang dan sektor perdagangan misalnya mall ataupun pastinya real estate dan masih banyak lainnya lagi.

Kegiatan pariwisata merupakan sebuah interaksi sosio kultural sebab di dalamnya terkandung interaksi antara *host* (tuan rumah) dengan *guests* (wisatawan). Dalam kaitannya dengan apa yang dinikmati oleh konsumen atau wisatawan dalam kegiatan pariwisata dikenal dengan nama produk wisata. Produk wisata dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat “dijual” sebagai komoditas pariwisata. Produk wisata sebagai komponen penting dalam industri pariwisata mencakup 3 aspek yaitu (*Atraksi, amenities, aksesibilitas, dan ancillary service*). Atraksi adalah objek atau daya Tarik wisata (ODTW) yang bisa dilihat, ditonton, dan dinikmati oleh wisatawan. Selain atraksi, yang termasuk dalam produk wisata adalah *amenitas* yakni segala macam fasilitas yang menunjang kegiatan pariwisata seperti rumah makan, penginapan, komunikasi, pos keamanan dan lain sebagainya. Ketiga adalah *aksesibilitas* berupa sarana yang menyebabkan wisatawan dapat berkunjung di sebuah objek wisatawan. Dalam konteks ini, sarana dan prasarana dibangun agar wisatawan dapat mencapai tujuan dengan aman, nyaman, dan layak. Alat transportasi mudah dicari dan keadaan jalan mudah dilalui, sehingga akses wisatawan ketujuan wisata bisa dicapai dengan mudah, aman, dan nyaman. Terakhir adalah *ancillary service* yakni meliputi kegiatan pemasaran, promosi, dan koordinasi.

Usaha pariwisata dapat dianggap usaha industri karena memperdagangkan barang dan jasa. Oleh sebab itu industri pariwisata tidak bisa dilepaskan dari peran serta masyarakat dan sumber daya manusia yang terlibat langsung di dalamnya. Masyarakat diharapkan mampu melaksanakan Program Sapta Pesona, meliputi keamanan, kebersihan, ketertiban, keindahan, ramah tamah, sejuk, dan kenangan. Masyarakat diharapkan mempunyai sikap mental dan nilai-nilai budaya yang mendukung Program Sapta Pesona tersebut. Masyarakat Lampung memiliki

seperangkat nilai budaya yang merupakan adat dan hasil sosialisasi keluarga maupun lingkungan sosialnya. Sebagai prinsip hidup bermasyarakat bagi orang Lampung piil pesenggiri didukung dan ditunjang oleh 4unsur, yakni sakai sambaian, nemui nyimah, nengah nyappur, dan berjuluk beadek. *Sakai sambaian* artinya tolong menolong di antara sesama silih berganti. Tolong menolong ini tidak bersifat materiil saja, tapi juga moral termasuk tenaga dan pikiran. Inti dari konsep ini terletak pada kegiatan individual untuk memenuhi kepentingan umum dan tidak didasarkan kepentingan pribadi. Unsur kedua adalah *nemui nyimah*, yakni *nemui* membuka diri untuk menerima tamu dan *nyimah* artinya keinginan untuk memberikan sesuatu dengan ikhlas pada seseorang atau kelompok sebagai tanda akrab. Jadi *nemui nyimah* artinya bermurah hati dan ramah tamah, sopan santun, dan menghargai orang lain (tamu). Inti dari konsep ini adalah sikap bermurah hati dengan memberikan sesuatu kepada orang lain, bermurah hati, bertutur kata sopan santun. Unsur ketiga adalah *nengah nyappur* yakni suka berkenalan, bersahabat, dan bergaul dengan masyarakat. Intinya konsep ini diartikan sebagai keterbukaan, berpengetahuan luas, dan ikut berpartisipasi terhadap segala hal yang baik. Nilai *nengah nyappur* mengharuskan tiap individu baik kepada orang lain, menjaga keseimbangan antara kepentingan pribadi dan umum. *Bejuluk deadek* adalah pemberian gelar untuk menghormati orang lain akan jasa dan peranannya. Selain itu juga diberikan kepada orang atau kerabat yang diatur oleh adat secara turun menurun. Pemberian gelar ini dilakukandengan upacara adat.

Dalam kaitannya dengan pariwisata, Piil Pesenggiri berdampak positif yakni nilai-nilai yang terkandung di dalamnya seperti keterbukaan, ramah, tolong menolong, menghargai orang lain, punya harga diri, dan malu, bisa menjadi faktor pendukung Sapta Pesona Wisata, yaitu ketertiban, keindahan, ramah, sejuk, bersih, keamanan, dan kenangan. Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata mencakup pembangunan aspek ekonomi dan aspek sosial budaya, serta dilakukan secara sinergis dengan berbagai sektor lain. Propinsi Lampung telah menetapkan tujuh obyek wisata unggulan dalam upaya mewujudkan Lampung sebagai daerah tujuan wisata. Obyek wisata unggulan yang telah ditetapkan:

- 1) Kawasan Wisata Bakauheni dan Land Mark Menara Siger,
- 2) Kawasan Ekowisata Kalianda dan sekitarnya,
- 3) Kawasan Wisata Agro Pekalongan, Lampung Timur,
- 4) Pengembangan Ekowisata Taman Hutan Rakyat Gunung Betung,
- 5) Pengembangan Ekowisata Taman Nasional Way Kambas,
- 6) Pengembangan Ekowisata Taman Nasional Bukit Barisan Selatan.

Selain wisata unggulan juga terdapat obyek wisata penunjang yang tersebar di seluruh Kabupaten/Kota, meliputi obyek wisata alam 177 buah dan obyek wisata buatan termasuk obyek wisata budaya sebanyak 145 obyek. Sampai dengan tahun 2017, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lampung mencapai 11,7 juta orang wisatawan nusantara atau naik 54,45 % dari tahun 2016 sebanyak 7,3 juta wisatawan; sedangkan wisatawan mancanegara pada tahun 2016 sebanyak 155.053 orang. Setelah melihat potensi objek wisata wisata di Lampung, maka dalam rancangan pengembangan terlebih dahulu perlu dilakukan penilaian semua komponen objek wisata di Lampung, terutama wisata non unggulan. Khusus untuk wisata unggulan yang berada di Bandar Lampung sudah tertata dengan baik sarana maupun prasarannya.

Berikut ini hasil dari identifikasi potensi wisata di Lampung, yakni :

1. Objek Wisata Alam dan Pantai: Teluk Kiluan, Pantai Laguna, Pantai Pahawang, Pantai Duta Wisata, Pantai Sari Ringgung, Pantai Tegal, Pantai Mahitam, Pantai Klara, Pantai Mutun, Paralayan, Pulau Tangkil, arung jeram, wisata bahari, agro wisata, pemandian Way Belerang, Pantai Gisting, Bendungan Batu Tegi, Gunung Raja ada, Air terjun Way Lahan, Danau Suoh, Danau Tirta Gangga, Teropong Laut, Puncak Mas, Muncak Mas, Bukit Sakura, Taman Kupu-Kupu, Penangkaran Rusa, vTaman Strawberry & Kelinci, Tanjung Setia, Pulau Pisang, Danau Ranau, Air Terjun Hanura dan Air Terjun Curup Tujuh.

2. Objek Wisata Budaya: seni tari kulintang, cangget, piring, buban during, tuppeting, dan tari kenui; Festival Teluk Semaka, Krakatau Festival, Festival Teluk Sambas, dan Pesona Lumbok Banau; Upacara Ngumbay Lawok, Upacara Pengetahan Adok, dan Hajat Laut.
3. Objek Wisata Religi: Vihara Hin Bio, Gereja Marturia, Makam Raden Intan, Situs Purawiwitan, Kompleks Megalitik, Masjid Al-Anwar, dan Masjid Al-Yagin.
4. Objek Wisata Kerajinan: Tapis, batik Sanggi, Sulam Usus, dan kain Inuh.
5. Objek Wisata Kuliner : durian sukadham, batuputu dan tanggamus, tempoyak, keripik pisang, seruit, nyubik, kopi, dan kerupuk kemplang.
6. Objek Wisata Sejarah : Situs Pugung Raharjo, Kota Tulang Bawang, Monumen Krakatau, Museum Lampung, Rumah Adat Lampung, dan Museum Negeri Ruwai Jurai.

Jika dikaji lebih dalam sesuai dengan konsep Edward Inskeep (1991:80), maka objek daya tarik wisata (ODTW) di Lampung terdiri atas 3 kategori, yakni:

1. Daya tarik alam, meliputi keindahan pantai, laut, kekayaan flora fauna, lingkungan yang khas seperti laguna, gumuk pasir, batu karang, taman karang, danau, pegunungan, dan pasir putih.
2. Daya tarik budaya, meliputi kesenian tradisional, kuliner, kerajinan tapis, rumah adat, dan upacara adat.
3. Daya tarik sejarah, meliputi peninggalan situs, makam keramat, masjid, dan museum.

Beberapa objek wisata akan dilakukan penilaian meliputi kriteria keragaman atraksi, latar lingkungan alam budaya, tingkat kelola lingkungan, hubungan antara objek wisata, aksesibilitas, fasilitas, pasar kelembagaan, dan SDM. Selanjutnya hasil dari penilaian semua komponen ODTW (Objek Daya Tarik Wisata) akan dikaji dengan menggunakan analisis SWOT yakni merupakan salah satu alat menganalisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) suatu objek. Analisis SWOT digunakan pada data yang tidak menggunakan angka (kualitatif) dan digunakan sebagai dasar dalam perumusan kebijakan. Kelemahan dan kekuatan berasal dari faktor internal yang ada pada saat ini, yang memberi dampak positif dan negatif bagi keberhasilan program wisata di Lampung. Adapun peluang dan ancaman berasal dari faktor eksternal yang memberi dampak positif atau negatif bagi kelangsungan industri pariwisata di Lampung.

Hasil dari penilaian komponen objek daya tarik wisata di Lampung dengan menggunakan analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Objek Wisata Alam (Perairan) meliputi Pantai Mutun, Pulau Tangkil, Pulau Tagal, Pantai Klara, Pantai Tanjung Setia, Paralayang, arung jeram, wisata bahari, agro wisata, pemandian, Pantai Gisting, Bendungan Batu Tegi, Gunung Raja ada, Air terjun Way Lahan, Danau Suoh, Danau Tirta Gangga, dan Air Terjun Curup Tujuh, Pantai Sari Ringgung, Pantai Pahawang, dan Pantai di sepanjang selatan pulau sumatra.

Kekuatan (*Strenght*):

1. Memiliki keindahan pantai, batu karang, gunung, dan laguna.
2. Masih memiliki pesona keindahan bawah laut.
3. Deburan ombak tidak terlalu keras, bisa dipakai *camping ground*, pemancingan, renang dan perahu dayung.
4. Keindahan pasir putih di sekitar pantai.
5. Lingkungan geografis masih asli dan alami.
6. Kesejukan udara alam di sekitar pantai.
7. Tingkat pencemaran alam relatif kecil.
8. Orbitasi dengan objek wisata lain relatif dekat.
9. Kondisi jalan relatif bagus.
10. Sarana penunjang lain yang telah tersedia. (Hotel/penginapan, restoran, travel/agen)
11. Sudah terdapat dalam paket brosur wisata.
12. Tempat parkir sudah tersedia.

Kelemahan (*Weakness*):

1. Belum terbentuknya *brand image* di kawasan wisata Lampung.
2. Kondisi masyarakat yang belum menunjang keberadaan pantai misalnya sampah terlihat menumpuk, pencarian rumput laut yang liar bisa mengganggu ekosistem, dan sikap masyarakat yang kurang simpati seperti adanya minta uang dengan paksa dan meminta bayaran agak mahal.
3. Belum semua terjangkau dan tersedia mobil umum sampai ke lokasi.
4. Belum semua tersedia fasilitas umum seperti WC, kamar mandi, sarana pendukung keselamatan jika ada kecelekaan/tenggelam dan poliklinik.

Peluang (*Opportunities*):

1. Memiliki potensi yang tinggi berupa unsur kelautan (wisata pantai).
2. Menciptakan banyak tenaga kerja
3. Menciptakan banyak peluang usaha
4. Menggerakkan perekonomian masyarakat sekitar dan daerah.
5. Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah
6. Kekayaan laut dapat dikelola secara optimal untuk kesejahteraan masyarakat.
7. Dapat dikembangkan objek wisata baru berupa perkemahan, pendakian gunung, pemancingan, *camping ground*, renang, perahu dayung dan selancar.
8. Dibuat paket wisata.

Ancaman (*Threatness*):

1. Akan muncul budaya baru yang kontemporer seperti komersialisme, materialistis dan vandalisme.
 2. Dikhawatirkan adanya tingkat kerusakan lingkungan.
 3. Rawan kecelakaan di laut, kejahatan dan mungkin terdapat lokalisasi prostitusi.
 4. Tingkat kesadaran masyarakat yang mendukung perawatan fasilitas masih rendah.
 5. Kemungkinan terjadi konflik.
 6. Minat wisatawan asing masih minim, karena belum tersedianya sarana yang menunjang seperti hotel, penukaran uang, restoran yang luas, dan faktor jarak yang cukup jauh dan jalan berkelok cukup menyulitkan perjalanan.
2. Objek Wisata Budaya yang berupa kesenian (seni tari kulintang, cangget, piring, buban during, tuppung, dan tari kenui); Festival Teluk Semaka, Krakatau Festival, Festival Teluk Sambas, dan Pesona Lumbok Banau; Upacara Adat Ngumbay Lawok, Upacara Pengetahuan Adok, dan Hajat Laut; Kampung Adat Kampung Wana; Kerajinan (kain tapis, batik sanggi, sulam usus, tenun inuh), dan makanan khas (durian tanggamus, keripik pisang, seruit, nyubik, kopi, dan kerupuk kemplang).

Kekuatan (*Strength*):

1. Upacara dan kesenian tradisional merupakan khasanah budaya yang sangat menarik, unik, dan memiliki kekhasan.
2. Pelaksanaan upacara tradisional merupakan atraksi budaya yang memiliki nilai filosofi tinggi, sakral, dan meriah serta melibatkan hampir semua komponen masyarakat sehingga memiliki daya tarik wisatawan asing maupun lokal.
3. Adanya makanan khas yang enak dan kain tapis merupakan hasil industry rumahan masyarakat.
4. Adanya kampung adat di Desa Wanabisa dikembangkan menjadi objekwisata budaya karena memiliki adat istiadat dan arsitektur rumah yang menarik.
5. Kehidupan masyarakat nelayan lengkap dengan tradisinya yang unik menarik wisatawan.

Kelemahan (*Weakness*):

1. Pelaksanaan upacara adat dan kesenian tradisional belum dikemas dengan baik.
2. Makanan khas belum dikemas dengan baik dan pemasaran kurang maksimal.
3. Belum banyak tempat khusus untuk penjualan cinderamata bagi wisatawan.
4. Belum ada promosi tentang adanya kampung adat.
5. Belum adanya pendorong untuk menjadikan wisata budaya sebagai unggulan

Peluang (*Opportunities*) :

1. Memiliki potensi budaya yang tinggi, yang unik dan beraneka ragam.
2. Dapat dikembangkan objek wisata berupa pengembangan desa wisata dan kampung adat.
3. Bisa dibangun *work shop* atau *artcentre* (pasar seni) untuk memasarkan hasil karya masyarakat setempat.
4. Jika dikemas dan promosi dengan baik, maka makanan khas dan kerajinan tradisional bisa lebih populer dan dicari wisatawan.
5. Dapat mengundang investor untuk menanamkan modal.
6. Jumlah pengunjung lebih meningkat, sehingga pendapatan PAD tercapai.

Ancaman (*Threatness*):

1. Dikhawatirkan pelaksanaan upacara adat dan kesenian tradisional yang dikemas secara berlebihan bias mengurangi nilai keaslian dan kesakrakan, sehingga nilai lama memudar.
2. Bila tidak ditangani hati-hati, maka nilai baru bisa merusak tatanan kehidupan masyarakat kampung adat.
3. Objek Wisata Sejarah meliputi Situs Pugung Raharjo, Kota Tulang Bawang, Monumen Krakatau, Museum Lampung, bangunan bersejarah, Monumen Krakatau, dan Museum Negeri Ruwai Jurai, Vihara Hin Bio, Gereja Marturia, Makam Raden Intan, Situs Purawiwitan, Kompleks Megalitik, Masjid Al-Anwar, Masjid Al-Furqon dan Masjid Al-Yagin.

Kekuatan (*Strength*)

1. Bangunan bersejarah, situs purbakala, museum, dan masjid tua memiliki nilai kesejarahan yang tinggi.
2. Makam keramat dan situs purbakala memiliki daya tarik spiritual bagi kelompok masyarakat tertentu.

Kelemahan (*Weakness*)

1. Perawatan kurang.
2. Petugas terbatas.
3. Banyak terjadi pencurian (hilang) benda-benda purbakala.
4. Letak cukup jauh, hingga memerlukan sarana transportasi khusus.
5. Terkadang disalah gunakan untuk kepercayaan tertentu.
6. Masih belum dijadikan wisata unggulan

Peluang (*Opportunities*)

1. Dapat dikembangkan sebagai objek wisata religi.
2. Dapat menciptakan tenaga kerja
3. Dapat Meningkatkan perekonomian sekitar dan daerah
4. Dapat meningkatkan PAD
5. Dapat dijadikan wisata unggulan bagi pemerintah

6. Minat untuk mengunjungi objek wisata sejarah dan religi meningkat dengan tajam, baik di dalam maupun di luar negeri.
7. Terdapat unsur pendidikan.
8. Bisa dijadikan muatan lokal di sekolah.

Ancaman (*Threatness*):

1. Jika tidak hati-hati dijaga akan terjadi kerusakan atau kehilangan pada benda-benda purbakala.

Hasil analisis ini memberikan suatu pandangan dasar tentang pengembangan di bidang kepariwisataan. Dimana tujuan analisis ini adalah mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dari objek pariwisata di Lampung. Analisis ini dapat digunakan untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari peluang yang ada, juga dapat mengurangi kekurangan/kelemahan dan menghindari dari ancaman.

Dari Analisis SWOT ini akan menghasilkan beberapa rencana strategi pengembangan dalam hal ini industri pariwisata di Lampung. Beberapa rencana strategi sebagai berikut:

1. Strategi mempertahankan kekuatan (*weakness*) dan mengelola peluang (*opportunity*) yang ada.

Dengan keunggulan potensi wisata yang dimiliki Lampung, diharapkan kekuatan (*strength*), yang ada dapat dipertahankan dan pengelolaan peluang (*opportunity*) dapat ditingkatkan. Dengan menggunakan Teori Keunggulan Kompetitif (*competitive advantage*) yaitu kemampuan yang diperoleh sebuah perusahaan melalui karakteristik dan sumber daya yang dimiliki untuk dapat memiliki kinerja lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain yang ada pada industri dan pasar yang sama (Michael Porter; 1985), dan menurutnya keunggulan kompetitif yang berkelanjutan merupakan salah satu bentuk dari strategi bagi para aktor ekonomi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Kekuatan (*strength*) industri pariwisata di Lampung adalah keunggulan memiliki keindahan alam dan budaya yang beraneka ragam, dan tidak semua dimiliki oleh banyak daerah di Indonesia, beberapa sudah dikenal secara nasional dan internasional, yang berupa keindahan alam, pantai, laut, pegunungan, perkebunan, situs budaya, taman nasional, dan lainnya. kekayaan tersebut adalah asset berharga bagi Provinsi Lampung dan Negara Indonesia, semua itu harus dapat dikelola dengan baik agar dapat dipertahankan dan dilestarikan untuk kemajuan industri pariwisata di Lampung dan Indonesia.

Peluang (*opportunity*) dari industri pariwisata Lampung sangat banyak, antara lain : pengelolaan potensi wisata yang belum optimal, menciptakan usaha penunjang pariwisata dan lapangan pekerjaan baru, meningkatkan PAD dari pariwisata dan usaha terkait, dapat mempercepat pembangunan, menggerakkan perekonomian masyarakat, dapat menjadikan Lampung dan Indonesia sebagai tujuan wisata nasional dan internasional, juga dapat dijadikan program unggulan sebagai alternative percepatan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat.

2. Strategi mengurangi kekurangan/kelemahan (*weakness*) dan menghindari dari ancaman.

Dengan potensi wisata yang begitu besar, sudah saatnya Pemerintah Daerah dan masyarakatnya menjadikan Industri Pariwisata menjadi program prioritas, dengan menggali potensi wisata yang belum dikelola dengan baik, membangun *brand image* yang baik, memperbaiki sarana prasarana pendukung, ikut mempromosikan objek wisata, melakukan pelatihan dan sosialisasi kepada masyarakat sekitar objek wisata, Menyebarkan luaskan jadwal kegiatan wisata (*calendar of event*) seperti pelaksanaan hajatan laut, tasyakuran nelayan, festival kuliner, kesenian tradisional, dan lain sebagainya. Selanjutnya dengan menghilangkan citra negatif daerah antara lain seperti persepsi masyarakat luar daerah yang membayangkan Lampung sebagai sarang begal, Lampung masih seperti hutan yang banyak Gajah nya,

masyarakat Lampung yang kasar, dan oknum-oknum yang aji mumpung seperti menaikkan harga yang terlalu mahal, minta uang dengan paksa dan sifat cepat tersinggung di kalangan masyarakat setempat, agar terbentuk *brand image* atau citra yang positif bagi pariwisata di Lampung Strategi yang disusun tersebut sesungguhnya merupakan satu kesatuan strategi yang diharapkan dapat mewujudkan visi dan misi pengembangan pariwisata di Lampung.

4. Simpulan

Pemerintah Daerah di Provinsi Lampung dan masyarakatnya dapat menggali dan memanfaatkan seluruh potensi Industri Pariwisata yang ada di daerah agar dapat meningkatkan PAD dan pada akhirnya diharapkan dapat mensejahterakan masyarakatnya. Dari hasil penelitian dan kajian, dapat ditarik simpulan bahwa:

1. Potensi besar Industri Pariwisata yang ada Lampung perlu terus digali dan dikembangkan dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada ODTW (objek daerah tujuan wisata) tersebut.
2. Pemerintah dan masyarakat Lampung sudah saatnya menjadikan Industri Pariwisata sebagai prioritas unggulan untuk percepatan pembangunan dan kemajuan perekonomian masyarakat Lampung.
3. Meningkatkan dan melakukan pengembangan sarana prasarana penunjang dan manajemen Objek Daya Tarik Wisata (ODTW).
4. Membangun citra pariwisata dengan menitik beratkan wisata alam, budaya, religi, dan wisata sejarah. Dalam pengembangan juga bisa menjadi wisata desa, agro wisata, kampung adat atau nelayan, ritual, kuliner, tari tradisional dan wisata kriya (hasil kerajinan).
5. Membangun data base, koordinasi lintas sektoral dan jaringan pemasaran.
6. Membangun pemahaman dan peran serta masyarakat Lampung agar mendukung dan menjadi masyarakat yang sadar wisata dan berwawasan global tanpa menghilangkan identitas budaya lokal.

Daftar Pustaka

- [1] Anonim, Tourism Highlight, UN-WTO, Madrid, 2005.
- [2] Ani Rostiyati, *Potensi Wisata Di Lampung dan Pengembangannya*, 2013.
- [3] Budi Santosoo, "*Pariwisata dan Perkembangan Pengembangan Pariwisata*" Makalah: P2NB, 1989.
- [4] Deddy Prasetya Maha Rani, "*Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus : Pantai Lombang)*", Jurnal Politik Muda, 2014
- [5] Hary Hermawan, "*Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal*", Jurnal Pariwisata, 8 September 2016.
- [6] Heddy Shri Ahimsa, "*Perencanaan Wisata Budaya*" Modul bimbingan teknis perencanaan program kepariwisataan, diselenggarakan oleh pusat Penelitian dan Pengembangan Pariwisata UGM, 1999.
- [7] Hilman Hadikusuma, "*Masyarakat dan Adat Istiadat Lampung*". Bandung: Mandar Maju. 1989.
- [8] I Made Suradnya, "*Analisis Faktor-Faktor Daya Tarik Wisata Bali dan Implikasinya Terhadap Perencanaan Pariwisata Daerah Bali*", Makalah, Sekolah Tinggi Pariwisata Bali.
- [9] I Gusti Bagus Rai Utama, "*Pengembangan Wisata Kota sebagai Pariwisata Masa Depan Indonesia*", Makalah pada Seminar Nasional, 31 Agustus 2013 Kusmayadi dan Endar Sugiarto, *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010.
- [10] Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosda Karya, 2010.
- [11] Nyoman S. Pandit. "*Ilmu Pariwisata*". Sebuah Pengantar Perdana, Jakarta : PT Pradnya Paramita, 2001.

- [12] Rocek Waren. *"The Tourist"*. Antologi Kepariwisata di Indonesia. Jakarta: Press, 2002.
- [13] Yoeti, Oka. A, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Pradaya Pratama, Jakarta.2008
- [14] Dinas Pariwisata Lampung
- [15] Kementrian Pariwisata Republik Indonesia.