

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA CILEGON: PELUANG & TANTANGAN

Aulia Keiko Hubbansyah¹, Gunawan Baharuddin^{2*}, Mira Munira³

^{1,2} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia.

³ Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia.

*Email koresponden: gunawanb@univpancasila.ac.id

Diterima 19 Oktober 2022, Disetujui 10 Maret 2023

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah memetakan potensi wisata dari beberapa alternatif destinasi wisata di Kota Cilegon, dengan mengidentifikasi masalah utama yang menghambat pengembangan destinasi pariwisata dan merumuskan strategi pengembangan destinasi wisata di Kota Cilegon. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan eksploratif dengan dua pendekatan. *Pertama*, identifikasi masalah dan solusi pemberdayaan masyarakat, khususnya di daerah yang menjadi lokasi penelitian. *Kedua*, analisis SWOT. Hasil observasi menilai bahwa Bukit Teletubbies memiliki nilai komersial yang lebih tinggi dibandingkan Gua Jepang dan Makam Syekh Djamaluddin. Dari puncak Bukit dapat dilihat pemandangan Selat Sunda dan pesisir laut yang indah. Selain itu, banyak aktivitas wisata yang mungkin dilakukan, mulai dari *hiking*, *camping*, hingga melihat *sunset*. Berdasarkan pendekatan MAAMS diidentifikasi beberapa faktor permukaan yang membuat belum optimalnya Bukit Teletubbies sebagai destinasi wisata di kota Cilegon. Munculnya faktor-faktor ini dikarenakan belum adanya program pendampingan dan pemberdayaan warga, keterbatasan modal pemilik lahan, wilayah menuju lokasi yang dipadati oleh pemukiman warga, serta kurangnya literasi SDM pengelola objek wisata atas berbagai aspek manajerial dan teknologi. Akar dari permasalahan ini, berdasarkan analisis MAAMS, adalah kurangnya alokasi anggaran pemerintah daerah untuk pemberdayaan sektor pariwisata.

Kata Kunci: Pariwisata, Pengembangan, Strategi, Cilegon.

Abstract

The goal of this research is to map the tourism potential of numerous alternative tourist sites in Cilegon City by identifying the major issues that impede tourism destination development and providing methods for developing tourist destinations in Cilegon City. This study employs a qualitative methodology with an exploratory approach, as well as two techniques. First, identify issues and solutions for community empowerment, particularly in the research areas. Second, do a SWOT analysis. According to the findings of the observations, Teletubbies Hill has a larger commercial value than the Japanese Cave and the Tomb of Sheikh Djamaluddin. Views of the Sunda Strait and the lovely sea shoreline may be viewed from the top of the hill. There are also other tourist activities available, such as hiking, camping, and watching the sunset. Several surface variables were found using the MAAMS technique that made Teletubbies Hill unsuitable as a tourist attraction in the city of Cilegon. The emergence of these factors is due to the lack of community assistance and empowerment programs, landowners' limited capital, areas to locations that are densely populated with residential residents, and a lack of literacy of human resources managing tourism objects on various managerial and technological aspects. According to MAAMS study, the source of the problem is a lack of local government budget allocations for tourist industry empowerment.

Key Words: Tourism, Development, Strategy, Cilegon.

PENDAHULUAN

Kota Cilegon dikenal dengan sebagai kota industri, khususnya industri *chemical*. Hal ini tidak terlepas dari fakta yang menunjukkan bahwa hampir seluruh wilayah pesisir Kota Cilegon dimanfaatkan sebagai lahan industri. Meski merupakan kota industri, Kota Cilegon sejatinya juga memiliki potensi pariwisata yang cukup potensial untuk dikembangkan menjadi salah satu sektor ekonomi unggulan daerah. Pengembangan pariwisata di Kota Cilegon merupakan salah satu program prioritas Pemerintah Daerah Kota Cilegon sebagai kota pusat jasa, kota perdagangan dan kota pariwisata berskala internasional¹. Karena itu, potensi pariwisata dan budaya daerah di kota Cilegon terus ditingkatkan melalui berbagai sumber daya alam dan nilai budaya yang ada.

Pengembangan pariwisata di wilayah Kota Cilegon terus diupayakan melalui peningkatan Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW). Beberapa jenis ODTW yang diupayakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Cilegon antara lain Wisata Tirta (Situ Rawa Arum), Wisata Agro (Watu Lawang; Gunung Batur), Wisata Religi (Makam Syekh Jamaludin), Wisata Industri, Wisata Bahari (Pulau Merak Besar; Pulau Merak Kecil), dan Wisata Kuliner. Kebijakan penetapan kawasan dan obyek wisata tersebut menunjukkan adanya keinginan yang kuat dari pemda dalam mewujudkan kepariwisataan di Kota Cilegon. Namun kondisi hingga saat ini, sektor

pariwisata Kota Cilegon belum memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi masyarakat Cilegon dan memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan daerah untuk sektor pariwisata.

Meski pemda telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam pengembangan kepariwisataan Kota Cilegon, akan tetapi harus diakui bahwa potensi pariwisata tersebut belum sepenuhnya tergali. Data BPS Provinsi Banten menunjukkan wisatawan yang berkunjung ke Kota Cilegon hanya berjumlah 912 ribu orang (BPS, 2020). Dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan ini, Kota Cilegon hanya menempati peringkat ke-6 dari 8 kabupaten/kota di Provinsi Banten. Padahal secara geografis, Kota Cilegon merupakan pintu masuk dan pintu keluar pulau Jawa dari sisi barat yang menghubungkan pulau Sumatera. Tercatat data penumpang dan kendaraan di Pelabuhan Merak sebanyak 1,5 Juta jiwa dan jumlah kendaraan hampir 300 ribu unit (BPS, 2017). Kondisi ini harusnya dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata Kota Cilegon agar para penumpang dan kendaraan, tidak hanya menggunakan jasa penyebrangan Pelabuhan Merak tapi juga menawarkan tempat-tempat wisata untuk rekreasi atau relaksasi sebelum melanjutkan perjalanan yang jauh. Dengan adanya konsep wisata yang ditawarkan, maka hal ini akan lebih berdampak pada PAD daerah maupun peningkatan ekonomi masyarakat.

Berkaitan dengan hal di atas, tujuan dari penelitian ini adalah memetakan potensi wisata dari beberapa alternatif destinasi wisata di Kota Cilegon, mengidentifikasi masalah

¹ <https://biropemerintahan.bantenprov.go.id/profil-kota-cilegon>

utama yang menghambat pengembangan destinasi pariwisata dan merumuskan strategi pengembangan destinasi wisata di Kota Cilegon. Perumusan strategi pengembangan daerah wisata dilakukan dengan dua pendekatan. *Pertama*, identifikasi masalah dan solusi pemberdayaan masyarakat, khususnya di daerah yang menjadi lokasi penelitian. *Kedua*, analisis SWOT. Pada operasionalnya, pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan dan *focus group discussion (FGD)* dengan berbagai kelompok kepentingan, yakni (i) perangkat kecamatan dan kelurahan, (ii) pengurus RT dan RW, (iii) tokoh masyarakat, (iv) kelompok ibu dan karang taruna. Melalui *FGD* ini, diharapkan dapat (i) mengidentifikasi dukungan perangkat kecamatan dan kelurahan atas pengembangan kampung wisata, (ii) mengidentifikasi kondisi kelembagaan, sosial ekonomi, dan demografi kampung, (iii) mengidentifikasi respons warga atas usulan kampung wisata, serta (iv) menggali potensi unggulan calon kampung binaan yang menjadi obyek penelitian, dan (v) merumuskan usulan strategi dan program kampung binaan.

KAJIAN TEORI

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menerangkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Sementara itu, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau

sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (UU RI No. 10 Tahun 2009).

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Henniker and Kraft, 1996). Secara teoritis, daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis menurut Spillane, (1982). *Pertama*, daya tarik wisata alam, merujuk pada sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi wisata alam sendiri dapat digolongkan menjadi empat kawasan, yakni (1) flora dan fauna, (2) keunikan dan kekhasan ekosistem, (3) gejala alam, seperti kawah, sumber air panas, danau, (4) budi daya sumber daya alam, seperti sawah, perkebunan, dan perikanan. *Kedua*, daya tarik wisata sosial dan budaya, seperti museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan, dan upacara adat. *Ketiga*, daya tarik wisata minat khusus, seperti berburu, mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dan lain sebagainya.

Untuk memaksimalkan potensi pariwisata, selain daya tarik wisata, faktor aksesibilitas dan kenyamanan (*amenities*) juga penting untuk diperhatikan (Facrurezza, 2020). Aksesibilitas Pariwisata merujuk semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang

mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata. Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai suatu tujuan, yang menyangkut aspek kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Hal ini penting diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas, maka semakin mudah lokasi wisata tersebut untuk dijangkau, sehingga semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata.

Maka dari itu, untuk menunjang aktivitas wisata, perlu disediakan berbagai macam fasilitas mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal, selama berada di destinasi, hingga kembali lagi ke tempat semula. Fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan tersebut muncul dalam satu kesatuan yang saling berkaitan dan melengkapi satu sama lain, sehingga dalam suatu perjalanan wisata, seluruh komponen yang digunakan tidak dapat dipisahkan, tergantung pada karakteristik dan bentuk perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan (Simajuntak & Tanjung, 2017). Ketersediaan fasilitas di suatu objek wisata sangat penting untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di objek wisata tersebut, fasilitas sangat berpengaruh dengan bagaimana wisatawan memandang objek wisata tersebut. Ketika semua fasilitas sudah disediakan dengan baik, hal ini tentunya membuat wisatawan nyaman dan puas telah berkunjung ke objek wisata tersebut.

Faktor keamanan dan kenyamanan dari suatu destinasi wisata juga sangat penting (Anggela, Karini, & Wijaya, 2017). Adapun keamanan dan kenyamanan pariwisata merupakan segala fasilitas penunjang yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhan selama berwisata. Keamanan dan kenyamanan wisatawan merujuk pada suatu keadaan yang diharapkan stabil, menimbulkan perasaan yang tenang tanpa disertai kekhawatiran ketika sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu tempat tujuan dan menginap selama beberapa waktu. Keamanan dan kenyamanan merupakan syarat mutlak untuk sektor pariwisata sehingga wisatawan bisa berlibur dengan tenang. Suatu ancaman terhadap keamanan dan kenyamanan sangat berarti bagi setiap wisatawan karena mereka mencari kepuasan berwisata bukan mencari masalah dalam berwisata. Keamanan dan kenyamanan sangatlah penting alasan tersebut karena jika objek wisata tidak aman dan nyaman dapat merugikan wisatawan itu sendiri baik fisik maupun finansial (Setiawina & Yuliarmi, 2018).

METODE

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali informasi, memetakan potensi, dan menyusun strategi pengembangan kampung wisata di Kota Cilegon. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan eksploratif yang bertujuan untuk menggali secara luas tentang sebab-sebab, aspek-aspek, maupun kondisi suatu subyek penelitian secara holistik dan komprehensif (Bungin, 2013), dimana subjek penelitian

adalah potensi wisata dan *stakeholder* terkait yang akan mempengaruhi persiapan pemberdayaan kampung wisata. Pengumpulan data-data yang relevan dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai kekuatan (*Strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*), ancaman (*thread*) untuk menjadi acuan dalam proses formulasi program strategi pemberdayaan (Gaspers, 2007). Beberapa langkah sistematis dilakukan agar penelitian ini menjadi efektif dalam segala keterbatasan peneliti seperti dengan melakukan (1) studi kepustakaan dengan pendekatan induktif (*literature study inductive approach*), (2) pengamatan terlibat (*participatory observatory*), dan (3) diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*) (Chang & Keith, 2003).

Studi ini akan dilakukan dalam dua tahapan, yakni *pertama*, identifikasi masalah dan solusi pemberdayaan masyarakat, khususnya di kampung yang menjadi lokasi penelitian. *Kedua*, strategi pengembangan kampung wisata. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan dan *focus group discussion (FGD)* dengan berbagai kelompok kepentingan, yakni (i) perangkat kecamatan dan kelurahan, (ii) pengurus RT dan RW, (iii) tokoh masyarakat, (iv) kelompok ibu dan karang taruna. Melalui *FGD* ini, diharapkan dapat (i) mengidentifikasi dukungan perangkat kecamatan dan kelurahan atas pengembangan kampung wisata/sanitasi/ kuliner, (ii) mengidentifikasi kondisi kelembagaan, sosial ekonomi, dan demografi kampung, (iii) mengidentifikasi respons warga atas usulan kampung wisata/sanitasi/kuliner, serta (iv)

menggali potensi unggulan calon kampung binaan yang menjadi obyek penelitian, dan (v) merumuskan usulan strategi dan program kampung binaan.

Pertanyaan diskusi dibagi ke dalam tiga kelompok, yakni (1) pertanyaan bagi perangkat kecamatan/kelurahan seputar dukungan kebijakan, teknis, dan SDM dalam pelaksanaan program, (2) pertanyaan mengenai aspek kelembagaan, demografi, dan sosial ekonomi kampung, dan (3) pertanyaan untuk menggali respons warga atas usulan program, dan potensi pariwisata di kampung binaan.

Setelah informasi yang dibutuhkan terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan identifikasi masalah dan solusi pemberdayaan kampung dengan pendekatan MAAMS (Mencari Akar-Akar Masalah dan Solusi) (Ari, 2008). Penerapan MAAMS dipilih karena mempunyai sejumlah keunggulan dalam konteks studi pemberdayaan masyarakat, yakni:

1. Menyediakan alternatif metode berpikir (mendalam) yang disertai dengan model atau peraga visual,
2. Memberi dasar epistemologis bagi penerapan mixed method ataupun multimethods,
3. Memfasilitasi pengkajian masalah dan solusi fundamental secara interdisipliner, multidisipliner, transdisipliner,
4. Memperbaiki, mempercepat, meningkatkan, dan meluruskan proses berpikir, diskusi, perbincangan. Penerapannya bisa mengurangi kerumitan

- analisis masalah, meringkas masalah, dan mempersingkat masa pembelajaran
5. Mengkategorikan masalah secara hirarkhis dan sistematis: permukaan, tengah, dan dasar.
 6. Mempermudah pengkategorian penyelesaian masalah secara strategis dan kronologis (menghasilkan jenjang solusi suatu masalah): jangka pendek, menengah, panjang.
 7. Membedakan mana kegiatan yang seharusnya sementara saja dan mana yang harus berkelanjutan (mencegah vested interest tertentu yang lebih menguntungkan pelaku).
 8. Mengajak penggunanya berpikir dengan menyertakan nilai-nilai dan norma kebenaran dan kebaikan, mengarahkan pemikiran pada kebenaran dan kebaikan perilaku, bukan hanya sukses pencapaian teknis

Penelitian pendahuluan dilakukan pada 7 – 9 Oktober 2021. Total tim yang turun berjumlah lima orang, dengan rincian 3 dosen dan 2 mahasiswa. Dalam pelaksanaannya, tim peneliti mengunjungi dua titik lokasi (kampung) yang berpotensi dikembangkan untuk menjadi kampung wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan data geografis, demografis serta deskripsi kehidupan ekonomi, sosial dan budaya yang dilaksanakan oleh tim peneliti, Kota Cilegon memiliki beberapa keunggulan yang tidak dimiliki oleh daerah lain di Provinsi Banten. Di antara dari

keunikan tersebut adalah Kota Cilegon dikenal sebagai gerbang utama transportasi penghubung antara Pulau Jawa dan Pulau Sumatra. Kondisi geografis yang strategis ini menjadikan Kota Cilegon dikenal sebagai kota industri dan dapat menarik perusahaan-perusahaan nasional maupun multinasional untuk mendirikan pabrik dan gudang penyimpanan untuk mendistribusikan barang yang lebih efektif dan efisien ke seluruh pulau Jawa dan Sumatera. Sebutan lain bagi Kota Cilegon adalah kota baja mengingat kota ini merupakan penghasil baja terbesar di Asia Tenggara.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cilegon, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita Kota Cilegon mencapai Rp 238,44 juta pada 2019 bahkan tertinggi di Provinsi Banten dan termasuk peringkat keenam di Indonesia. Namun kondisi ini tidak menjadikan Kota Cilegon merupakan kota yang mengandalkan sumber daya manusia ataupun sumber daya alamnya karena kontribusi terbesar untuk perekonomian berasal dari industri sebesar 54,28 persen. Dari seluruh kota dan kabupaten yang berada dibawah administrasi Provinsi Banten, Kota Cilegon memiliki tingkat pengangguran yang cukup tinggi (tertinggi kedua se-provinsi Banten). Selain itu, minimnya jumlah sekolah memberikan sumbangsih atas tingginya tingkat pengangguran di Kota Cilegon (total Sekolah Dasar Negeri sebanyak 150 SD namun hanya ada 11 Sekolah Mengengah Pertama). Hal ini berakibat pada rendahnya penawaran tenaga kerja berketerampilan sehingga membuat

perusahaan-perusahaan yang ada di Kota Cilegon harus mendatangkan tenaga kerja terampil dari wilayah sekitar Cilegon yaitu Serang dan Tangerang. Akibatnya, nilai tambah ekonomi yang diperoleh Kota Cilegon dari aktivitas industrialisasi tidak optimal.

Kegiatan *FGD* dilakukan di kantor kecamatan Pulomerak yang dihadiri oleh Kepala Dinas Pariwisata Kota Cilegon, Camat Pulo Merak, dan perangkat daerah lain seperti lurah, tokoh masyarakat, agama, dan organisasi kepemudaan. Dari hasil penggalian informasi selama *FGD*, tim peneliti mendapatkan masukan tiga sektor wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan yaitu Wisata Sejarah di Gua Jepang atau lebih akrab dikenal dengan nama Gua Batu Bolong yang terletak di Kelurahan Taman Sari. Gua ini sebenarnya merupakan bunker yang digunakan sebagai tempat penyimpanan senjata oleh tentara Jepang di Kota Cilegon pada periode 1942 – 1945. Bunker ini sengaja dibuat di daerah pesisir pantai untuk pertahanan dari musuh.

Potensi kedua yang menjadi usulan adalah wisata religi makam Syekh Djamiludin yang terletak di dalam kompleks pelabuhan ASDP. Syekh Djamiluddin adalah tokoh yang diyakini oleh masyarakat sekitar sebagai orang yang membuat Pelabuhan Merak setelah peristiwa tsunami Karakatau yang melanda Banten sekitar satu abad yang lalu. Syekh Djamiluddin adalah tokoh ulama besar yang memiliki wawasan keagamaan dan ilmu pemerintahan yang tinggi. Beliau juga merupakan cucu dari Syekh Maulana Malik Isroil, salah satu anggota dari Wali Songo.

Syekh Djamiluddin ini banyak berjasa dalam melawan penjajahan Portugis, khususnya di perairan Selat Sunda. Karena itu, makam Syekh Jamaluddin adalah salah satu makam yang banyak dikunjungi baik dari para peziarah dalam kota maupun luar kota.

Namun, setelah dilakukan kunjungan pada kedua tempat tersebut, tim peneliti menyimpulkan bahwa keduanya tidak memiliki potensi pariwisata yang dapat dikembangkan lebih jauh. Ada beberapa alasan, yakni untuk objek sejarah Gua Jepang adalah (i) ketersediaan lahan yang minim untuk pengembangan fasilitas pendukung, (ii) objek wisatanya sendiri yang kurang 'komersial' karena ukurannya relatif kecil, berbeda dengan Gua Jepang yang ada di Bandung, ataupun Bukittinggi yang luas. Adapun alasan untuk makam Syekh Djamiluddin adalah posisinya yang berada di dalam kompleks pelabuhan ASDP menjadikan objek ini cukup sulit diakses.

Potensi tempat wisata ketiga yang menjadi pilihan dalam perumusan strategi pemberdayaan kampung wisata hasil rekomendasi dari kegiatan *FGD* adalah Bukit Kembang Kuning atau dikenal sebagai Bukit Teletubies yang berlokasi di Kelurahan Suralaya. Dari kunjungan ke Bukit Teletubies ini diketahui bahwa objek ini memiliki nilai komersial yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan Gua Jepang dan Makam Syekh Djamiluddin. Dari puncak Bukit dapat dilihat pemandangan Selat Sunda dan pesisir laut yang indah. Selain itu, banyak aktivitas wisata yang mungkin dilakukan, mulai dari *hiking*, *camping*, hingga melihat *sunset*. Jarak tempuh

dari lereng menuju puncak yang tidak jauh juga memudahkan pengunjung untuk mendaki bukit.

Dari kunjungan ke Bukit Teletubbies didapati telah ada beberapa kegiatan mandiri (swadaya) yang dilakukan pemilik lahan untuk menarik masyarakat sekitar, seperti pendopo, wahana permainan anak-anak, dan kantin. Akan tetapi, kondisi dan kelengkapan fasilitasnya masih minim dan sangat sederhana. Ini karena pemilik lahan memiliki keterbatasan modal, sehingga merasa kesulitan untuk melengkapi fasilitas yang ada. Seluruh fasilitas yang ada dibangun dengan dana dari pihak pemilik lahan sendiri. Pemilik lahan mengaku pernah beberapa kali dikunjungi pihak aparat setempat dan mengajukan bantuan. Akan tetapi, sampai saat ini, bantuan yang diharapkan tersebut belum pernah terealisasi.

Dari kunjungan lapangan juga diketahui bahwa, meski akses jalan menuju Bukit Teletubbies cukup bagus dan telah diaspal, namun jalannya relatif sempit dan cukup menyulitkan para pengunjung, khususnya mereka yang menggunakan mobil. Selain itu,

juga tidak terdapat penanda arah dari jalan utama menuju lokasi Bukit Teletubbies. Hal ini cukup menyulitkan, khususnya bagi mereka yang baru pertama kali berkunjung, mengingat banyaknya belokan dan persimpangan menuju lokasi. Bila salah jalan, kendaraan sulit memutar balik karena jalanan yang sempit.

Besarnya potensi pariwisata Bukit Teletubbies ini juga dapat dilihat dari respons pengunjung yang positif, sebagaimana terekam di dalam mesin pencarian *google*. Pengunjung memberi nilai (*rating*) sebesar 4.4 dari skala 5.0 terhadap objek ini. Total pengunjung yang mengulas pengalaman kunjungannya ke Bukit Teletubbies mencapai 295 orang, di mana mayoritas mengaku puas dengan suasana dan keindahan pemandangan yang didapatkan. Sebaran nilai (*rating*) dari pengunjung dapat dilihat pada gambar berikut:

Berdasarkan hasil *FGD* dan kunjungan lapangan ke Bukit Teletubbies, maka dapat disusun struktur MAAMS mengenai belum optimalnya pengelolaan Bukit Teletubbies sebagai destinasi wisata di Kota Cilegon, dengan rincian berikut ini:

Tabel 1. Struktur MAAMS Objek Bukit Teletubbies

MASALAH:

Belum optimalnya pengelolaan Bukit Teletubbies sebagai destinasi wisata di Kota Cilegon

Sebab a1	Sebab b1	Sebab c1	Sebab d1
Belum ada upaya pendampingan yang dilakukan oleh pihak Pemda	Belum tersedia fasilitas dasar yang memadai	Jalan menuju lokasi masih sempit	Belum ada manajemen pengelolaan yang baik
Sebab a2	Sebab b2	Sebab c2	Sebab d2
Belum ada program pendampingan dan	Keterbatasan modal pemilik lahan	Wilayah menuju lokasi dipadati oleh	Kurangnya literasi SDM pengelola objek

pemberdayaan warga di tingkat kecamatan dan kelurahan		pemukiman warga	atas aspek-aspek manajemen dan teknologi
Sebab a3	Sebab b3	Sebab c3	Sebab d3
Kurangnya dukungan kebijakan dan teknis dari perangkat Pemda	Terbatasnya akses pemilik lahan atas sumber-sumber pembiayaan eksternal	Terbatasnya lahan untuk perluasan jalan	Rendahnya tingkat pendidikan pengelola
Sebab a4	Sebab b4	Sebab c4	Sebab d4
Kurangnya alokasi anggaran pemerintah untuk pemberdayaan sektor pariwisata	Belum tersedianya kebijakan insentif bantuan pembiayaan modal usaha	Kurangnya dukungan kebijakan dan teknis dari perangkat Pemda	Kurangnya dukungan kebijakan dan teknis dari perangkat Pemda
Sebab a5	Sebab b5	Sebab c5	Sebab d5
Kurangnya alokasi anggaran pemerintah untuk pemberdayaan sektor pariwisata	Kurangnya alokasi anggaran pemerintah untuk pemberdayaan sektor pariwisata	Kurangnya alokasi anggaran pemerintah untuk pemberdayaan sektor pariwisata	Kurangnya alokasi anggaran pemerintah untuk pemberdayaan sektor pariwisata

Berdasarkan pendekatan MAAMS diidentifikasi beberapa faktor permukaan yang membuat belum optimalnya Bukit Teletubbies sebagai destinasi wisata di kota Cilegon. Faktor-faktor tersebut meliputi: (1) belum ada pendampingan yang dilakukan oleh pihak Pemda, khususnya di tingkat Kecamatan dan Kelurahan, (2) belum tersedia fasilitas dasar yang memadai, seperti toilet, mushola, dan prasarana penunjang lainnya, (3) akses dan jalan menuju lokasi yang masih sempit dan tidak disertakan dengan penunjuk arah menuju lokasi, dan (4) belum ada pengelolaan (manajemen) pariwisata yang baik, mulai dari tahap pra, proses, hingga pasca kunjungan wisatawan. Munculnya faktor-faktor ini dikarenakan belum adanya program pendampingan dan pemberdayaan warga, keterbatasan modal pemilik lahan, wilayah menuju lokasi yang dipadati oleh pemukiman warga, serta kurangnya literasi SDM pengelola objek wisata atas berbagai aspek manajerial

dan teknologi. Akar dari permasalahan ini, berdasarkan analisis MAAMS, adalah kurangnya alokasi anggaran pemerintah daerah untuk pemberdayaan sektor pariwisata.

Untuk mengatasi masalah tersebut, Pemda dapat berupaya meningkatkan penerimaan daerah dengan lebih memaksimalkan penerimaan pajak daerah dan retribusi. Selain itu, dalam upaya mengembangkan lokasi wisata Bukit Teletubbies, Pemda bisa melibatkan peran sektor privat atau industri yang jumlahnya sangat banyak di Kota Cilegon. UU No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara mewajibkan perusahaan BUMN untuk memperhatikan persoalan sosial melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) juga mengamanatkan perusahaan yang berbentuk PT untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan, atau sering

disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR). Baik PKBL maupun CSR adalah sama-sama bentuk bantuan sosial dan pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan dana dari bagian laba perusahaan (BUMN dan BUMS) dan bersifat hibah. Pemda juga dapat melibatkan berbagai kelompok kepentingan lain, termasuk komunitas dan perguruan tinggi, untuk membantu pengembangan dan pemberdayaan Bukit Teletubbies sebagai salah satu destinasi wisata di Kota Cilegon.

Detail strategi pengembangan kampung wisata akan dibahas lebih lanjut dengan mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari objek Bukit Teletubbies. Pada penelitian ini strategi kampung wisata Bukit Teletubbies dikembangkan melalui analisis SWOT, dengan rincian pembahasan sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis SWOT Objek Bukit Teletubbies

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan lahan atraksi oleh warga setempat dan siap untuk bekerjasama 2. Lokasi mudah dijangkau dan jalan sudah di aspal 3. Terdapat perusahaan besar (PT Indonesia Power) tidak jauh dari lokasi 4. Potensi alam sangat mendukung yang dikelilingi oleh bukit dan pantai 5. Pemilik tanah bersedia berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk memaksimalkan potensi atraksi yang dimiliki 6. Lokasi Bukit Teletubbies tidak jauh dari pelabuhan Merak, sehingga memungkinkan bagi pendatang dari Pulau Sumatera untuk mampir dan berwisata sejenak sebelum melanjutkan perjalanan ke kota tujuan. 7. Keamanan yang dijamin di daerah sekitar Bukit Kembang Kuning 8. Struktur tanah pada bukit tersebut padat dan tidak mudah longsor 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya modal 2. Keterbatasan akses kepada lembaga keuangan 3. Akses jalan yang sempit, hanya cukup satu mobil 4. Transportasi publik tidak terintegrasi ke wilayah tersebut 5. Belum ada manajemen pengelolaan yang baik untuk tempat tersebut. Pengelolaan selama ini masih swadaya masyarakat 6. Kurangnya petunjuk arah menuju lokasi wisata 7. Belum ada pendampingan yang dilakukan dari pihak pemerintah untuk pengembangan potensi wisata
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Thread</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Komitmen Walikota Cilegon untuk pengembangan potensi wisata 2. Terdapat beberapa industri dan perusahaan besar yang dapat diberdayakan untuk membantu pengembangan atraksi wisata 3. Mayoritas masyarakat setempat yang memiliki kesadaran penuh akan potensi wisata di daerahnya dan siap mendukung hadirnya program wisata di tempat mereka 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya pengetahuan warga tentang kampung wisata secara umum 2. Kemungkinan munculnya penolakan dari sebagian warga setempat mengenai rencana pengembangan kampung wisata 3. Area Bukit Kembang Kuning tidak hanya dimiliki oleh satu orang pemilik tanah namun lebih dari dua orang. Hal ini dapat memicu konflik kepentingan di kemudian

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 4. Organisasi pemuda di kelurahan Suralaya yang berperan aktif 5. Menjadi objek wisata alam satu-satunya yang dikelola dengan baik di kota Cilegon dengan pemandangan yang sangat indah 6. Sudah mulai dikenal orang dengan nama Bukit Teletubbies dan banyak diberitakan di media sosial 7. Tidak ada objek daya tarik wisata yang serupa di Kota Cilegon 8. Tren wisata lokal yang sedang marak di Indonesia | <p>hari jika area tersebut telah berhasil dan mendatangkan profit bagi pemilik</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Adanya penutupan sementara lokasi wisata sebagai kebijakan dari pemerintah dalam rangka mengurangi sebaran kasus Covid-19. |
|--|--|

Setelah melakukan pendalaman situasi berdasarkan evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan kampung wisata Bukit Teletubbies di Kelurahan Sularaya, selanjutnya tim peneliti merumuskan strategi pengembangan yang akan direkomendasikan kepada pemerintah setempat dan pihak ketiga yang ingin

melakukan investasi dalam program pengabdian kepada masyarakat ini. Rincian poin-poin strategi perancangan pengembangan Kampung Wisata sesuai dengan situasi kekuatan-kelemahan internal dan peluang-ancaman eksternal dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Poin Strategi Pengembangan Kampung Wisata Bukit Teletubbies

Strategi	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Opportunity</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memudahkan proses perijinan oleh pemerintah setempat berkaitan dengan wilayah wisata yang dikembangkan 2. Menjembatani pihak pemerintah dan pihak industri untuk memberikan bantuan sosial finansial 3. Membuat program-program outbond karyawan di Kampung Wisata dan merekomendasikan kepada perusahaan dan industri yang ada disekitar Kampung Wisata secara khusus dan perusahaan lain yang berada pada wilayah Kota Cilegon pada umumnya 4. Memberdayakan masyarakat sekitar untuk ikut berkontribusi dalam aktifitas perekonomian seperti menjual souvenir, hasil bumi setempat, dan menjaga 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merekomendasikan kepada dinas terkait dalam hal ini dinas pariwisata untuk mencanangkan program pengembangan wisata berbasis Kampung/Desa sehingga menjadi program pemerintah dengan menggunakan APBD. 2. Mendatangkan investor (pihak ketiga) berupa penggunaan dana sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) 3. Akses lebar jalan yang sempit dapat dimodifikasi dengan membuka akses 1 arah saja. Akses menuju lokasi Bukit Kembang Kuning berbeda dengan akses meninggalkan lokasi 4. Memberikan pembekalan keterampilan manajemen

- keamanan para pengunjung baik dalam bentuk siskamling (jaga/ronda malam) maupun dalam hal keamanan kendaraan yang di Parkir di Lokasi setempat
5. Mengembangkan strategi-strategi promosi lewat social media dan platform elektronik lainnya seperti e-news, website (pemerintah dan non-pemerintah), Instagram Ads, TikTok Ads, Facebook Ads dan Youtube.
 6. Memberikan pembekalan keterampilan pengelolaan keuangan sederhana kepada penduduk setempat khususnya pengelola tempat wisata
 7. Memberikan pembekalan keterampilan penggunaan social media sebagai media marketing kepada penduduk setempat khususnya pengelola tempat wisata

Ancaman (Thread)

1. Memperkuat struktur sosial masyarakat untuk bersama-sama mengembangkan kampung/desa melalui pembentukan koperasi kampung sebagai pengelola dana pemberdayaan ekonomi khususnya di sektor wisata dengan melibatkan seluruh elemen kampung (seperti camat, lurah, tokoh adat/masyarakat, tokoh agama, tokoh pemuda).
2. Memperjelas kewenangan (hak dan kewajiban) dalam pengelolaan lokasi yang dijadikan tempat atraksi wisata kedalam sebuah kontrak yang berkekuatan hukum untuk menghindari timbulnya konflik horizontal yang lebih luas antara pemilik lahan dan masyarakat sekitar dimasa depan.
3. Jika kondisi pandemi terus berlanjut, pengelola tempat atraksi wisata harus mendapatkan edukasi dan pelatihan tentang penerapan 3M dan memperketat protokol kesehatan

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi, memetakan potensi, dan menyusun strategi pengembangan kampung wisata di Kota Cilegon. Penelitian ini akan dilakukan dalam dua tahapan, yakni *pertama*, identifikasi masalah dan solusi pemberdayaan masyarakat, khususnya di destinasi wisata yang menjadi lokasi penelitian. *Kedua*, strategi pengembangan kampung wisata. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi lapangan

dan *focus group discussion (FGD)* dengan berbagai kelompok kepentingan, yakni (i) perangkat kecamatan dan kelurahan, (ii) pengurus RT dan RW, (iii) tokoh masyarakat, (iv) kelompok ibu dan karang taruna. Melalui *FGD* ini, diharapkan dapat (i) mengidentifikasi dukungan perangkat kecamatan dan kelurahan atas pengembangan kampung wisata, (ii) mengidentifikasi kondisi kelembagaan, sosial ekonomi, dan demografi kampung, (iii) mengidentifikasi respons warga atas usulan kampung wisata, serta (iv) menggali potensi unggulan calon kampung

binaan yang menjadi obyek penelitian, dan (v) merumuskan usulan strategi dan program kampung binaan.

Dari kunjungan ke beberapa lokasi, studi ini menilai bahwa Bukit Teletubbies memiliki nilai komersial yang lebih tinggi dibandingkan Gua Jepang dan Makam Syekh Djameluddin. Dari puncak Bukit dapat dilihat pemandangan Selat Sunda dan pesisir laut yang indah. Selain itu, banyak aktivitas wisata yang mungkin dilakukan, mulai dari *hiking*, *camping*, hingga melihat *sunset*. Berdasarkan pendekatan MAAMS diidentifikasi beberapa faktor permukaan yang membuat belum optimalnya Bukit Teletubbies sebagai destinasi wisata di kota Cilegon. Faktor-faktor tersebut meliputi: (1) belum ada pendampingan yang dilakukan oleh pihak Pemda, khususnya di tingkat Kecamatan dan Kelurahan, (2) belum tersedia fasilitas dasar yang memadai, seperti toilet, mushola, dan prasarana penunjang lainnya, (3) akses dan jalan menuju lokasi yang masih sempit dan tidak disertakan dengan penunjuk arah menuju lokasi, dan (4) belum ada pengelolaan (manajemen) pariwisata yang baik, mulai dari tahap pra, proses, hingga pasca kunjungan wisatawan. Munculnya faktor-faktor ini dikarenakan belum adanya program pendampingan dan pemberdayaan warga, keterbatasan modal pemilik lahan, wilayah menuju lokasi yang dipadati oleh pemukiman warga, serta kurangnya literasi SDM pengelola objek wisata atas berbagai aspek manajerial dan teknologi. Akar dari permasalahan ini, berdasarkan analisis MAAMS, adalah kurangnya alokasi anggaran

pemerintah daerah untuk pemberdayaan sektor pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggela, M. M., Karini, N. M. O., & Wijaya, N. M. S. (2017). Persepsi dan motivasi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Jembong di kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA* 5(2).
- Ari, H.P. (2008). Metode Analisis Akar Masalah dan Solusi. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 12(2), 72-81. <https://doi.org/10.7454/mssh.v12i2.154>
- Chang, R.Y. & Keith K.P. (2003). Langkah-langkah pemecahan masalah, terj. Abdul Rasyid. Jakarta: Penerbit PPM.
- Cooke, S. & Slack, N. (1991). *Making management decisions*, 2nd ed. Englewood Cliffs. NJ.: Prentice Hall Inc.
- Facrureza, d. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Ke Curug Cinulang, Kabupaten Sumedang, *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 5(2).
- Devy, A.b., & Soemanto, R.B. (2017). Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 31(1)
- Gaspers, V. (2007). *team oriented problem solving, panduan kreatif solusi masalah untuk sukses*. Jakarta: Gramedia.
- Setiawina, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan kembali wisatawan pada daya tarik wisata di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, pp: 279-308.
- Simanjuntak, B. A., & Flores Tanjung, R. N. (2017). *Sejarah Pariwisata: Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Edisi Pertama. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 Tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2005 Tentang Perimbangan Keuangan Pusat-Daerah