



---

## PEMETAAN TIPOLOGI DAYA TARIK WISATA DALAM KERANGKA PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DESA BONDO KABUPATEN JEPARA

Tita Widyawati<sup>1</sup> dan Samsul Ma'rif<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

email : titaw42@gmail.com

**Abstrak:** Sektor pariwisata saat ini menjadi salah satu prioritas utama dalam menunjang pembangunan suatu daerah. Desa Bondo merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Jepara yang kurang berkembang. Kondisi ini bertolak belakang dengan potensi pariwisata yang dimiliki. Desa Bondo memiliki potensi wisata yaitu Pantai Bondo yang masih alami dan terdapat Telaga Sejuta Akar yang merupakan sebuah sumber air yang menyerupai telaga dan dikelilingi pohon karet yang sangat besar. Akan tetapi Telaga Sejuta Akar yang seharusnya digunakan untuk tempat wisata, digunakan untuk melakukan hal yang tidak sewajarnya. Berdasarkan potensi dan permasalahan yang ada, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam pengembangan pariwisata di Desa Bondo. Oleh karena itu terdapat pertanyaan penelitian apa tipologi daya tarik wisata yang ada di Desa Bondo. Dengan pertanyaan tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk memetakan tipologi daya tarik wisata dalam rangka pengembangan potensi wisata di Desa Bondo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menganalisis demand dan supply pariwisata yang kemudian menggunakan matriks Boston Consulting Group untuk mengetahui tipologi daya tarik wisata yang ada. Analisis berikutnya adalah identifikasi siklus hidup daya tarik wisata Desa Bondo. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa demand pariwisata di Desa Bondo lebih tinggi dari supply nya. Dengan demikian maka perlu adanya pengembangan potensi produk wisata sehingga diharapkan potensi yang ada akan berkembang. Sedangkan dari sisi siklus hidupnya pariwisata desa Bondo saat ini berada pada posisi awal perkembangan. Sehingga potensi yang ada saat ini apabila tidak ditindak lanjuti dengan strategi-strategi pengembangan yang baik maka akan berpotensi terjadi penurunan.

**Kata Kunci:** *Tipologi, Daya Tarik Wisata, Pariwisata, Desa Bondo*

**Abstract:** The development of the tourism sector is now becoming one of the top priorities in supporting the development of an area. Bondo village is one of the villages in the district of Jepara less developed. This condition contrasts with tourism potential possessed. Tourism potential of Bondo village is Bondo Beac. This beach is still natural and the other tourism potential of Bondo Village is Telaga Sejuta Akar which is a source of water that resembles a lake and surrounded by huge rubber trees. But now, Telaga Sejuta Akar are supposed to used for tourist attractions, used to do things that are not reasonable. Based on potential and existing problems, researchers are interested to examine mre deeply the development of tourism in the village of Bondo. Therefore, research question of this research is what typology of tourism attraction in the village of Bondo. With these questions, the purpose of this research is to map the typology of tourist attraction in order to develop tourism potential in the village of Bondo. The method used in this research is descriptive quantitative analysis of tourism demand and supply are then using the Boston Consulting Group matrix to determine the typology of existing tourist attraction. The next analysis is the identification of the life cycle of a tourist attraction village of Bondo. Based on the results, that the demand of tourism in the village of Bondo is higher than its supply. Thus it is necessary to develop the potential of the tourism product so expect that there will be growing potential. Meanwhile, from the tourism life cycle, village of Bondo currently in the position of early development. So the potential is there today if not followed up with the development of strategies that either it will potentially decline

**Keywords:** *Typology, Tourism Attractions, Tourism, Bondo Village*

## PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sebagai proses, kegiatan, dan hasil yang timbul dari hubungan dan interaksi antara wisatawan, pemasok pariwisata, pemerintah tuan rumah, masyarakat tuan rumah, dan lingkungan sekitarnya yang terlibat dalam menarik dan melayani pengunjung (Goeldner & Ritchie, 2009). Pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah.

Kabupaten Jepara merupakan salah satu kabupaten di Pulau Jawa yang merupakan salah satu kawasan pengembangan pariwisata di Jawa Tengah dengan potensi pariwisata yang cukup menarik. Berdasarkan *Tourism Information Center* Kabupaten Jepara terdapat beberapa daya tarik wisata yang dikelompokkan dalam wisata alam, wisata budaya dan sejarah, serta wisata buatan. Berdasarkan statistik jumlah pengunjung jenis wisata yang paling diminati adalah wisata alam dengan jumlah pengunjung yang terus meningkat setiap tahunnya dan pada tahun 2013 jumlah pengunjung mencapai 606.001 pengunjung. Jumlah ini meningkat sekitar 10% dari tahun sebelumnya.

Wisata alam yang ada di Kabupaten Jepara mayoritas adalah pantai karena letaknya yang berada di pesisir utara Pulau Jawa. Pantai-pantai yang ada di Kabupaten Jepara sebagian besar memiliki pasir putih dan air yang masih bersih dengan ombak yang cenderung tenang. Hal ini tentu menjadi salah satu potensi untuk pengembangan pariwisata sehingga potensi yang ada dapat dimaksimalkan dan menghasilkan dampak positif terhadap perekonomian dan pengembangan wilayah Kabupaten Jepara. Pantai yang ada di Kabupaten Jepara cukup banyak akan tetapi pada *Tourism Information Center* Kabupaten Jepara terdapat 8 pantai yang keunggulan di Kabupaten Jepara. Pantai tersebut antara lain Pantai Bandengan, Pantai Kartini, Pantai Blebak, Pantai Pungkruk, Pantai Bondo, Pantai Empu Rancak, Pantai Teluk Awur, dan Pantai Beringin. Masing-masing pantai memiliki daya tarik yang berbeda-beda. Pemerintah juga telah melakukan pengembangan pada seluruh daya tarik wisata tersebut kecuali pada Pantai Bondo meskipun

pariwisata Pantai Bondo juga telah tercantum dalam pengembangan pariwisata yang ada dalam Rencana Tata Ruang Kabupaten Jepara tahun 2011-2031.

Desa Bondo merupakan satu-satunya desa di Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa. Desa Bondo memiliki potensi Pantai Bondo dan Telaga Sejuta keunikan dari daya tarik wisata yang ada di Desa Bondo yaitu terdapat mata air yang dikelilingi pohon karet dan merupakan satu-satunya daya tarik wisata seperti ini yang ada di Kabupaten Jepara. Selain itu di Pantai Bondo juga terkenal untuk berendam yang dapat menghilangkan penyakit. Hal ini dijelaskan oleh Petinggi (Kepala Desa) Desa Bondo bahwa pada jumat wage siapa pun yang datang dan berendam akan sembuh dari penyakitnya. Pantai Bondo merupakan pantai yang masih alami dan juga dijuluki sebagai Pantai Ombak Mati. Pantai ini masih alami dan belum ada langkah pengembangan dari Pemerintah. Saat ini wisata Pantai Bondo masih dikelola pribadi oleh masyarakat. Pengelolaan oleh masyarakat juga masih belum optimal karena wisatawan tidak dikenakan biaya masuk untuk masuk ke kawasan pantai dan telaga. Akses masuk menuju pantai ini juga kurang memadai karena jalan memiliki kondisi kurang baik dan lebar jalan yang hanya sekitar 3 m. Dari segi promosi juga kurang karena hingga saat ini promosi masih berupa pemasangan baliho di ujung jalan sebelum memasuki kawasan pantai.

Potensi wisata lain yang ada di Desa Bondo yaitu Telaga Sejuta Akar. Telaga ini merupakan sebuah kolam yang merupakan sebuah sumber air yang menyerupai telaga dan dikelilingi pohon karet yang sangat besar. Kondisi lokasi wisata yang kurang berkembang tersebut membuat potensi - potensi yang ada belum memiliki dampak positif yang cukup berarti bagi masyarakat sekitar. Kawasan telaga ini pernah dikembangkan dan digunakan sebagai lokasi pelaksanaan acara-acara seperti salah satunya Festival Kuliner Pantura (Jawapos, 2010). Penyelenggaraan event tersebut di Telaga Sejuta Akar dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat melalui kuliner dan

wisata. Akan tetapi semakin lama kawasan ini semakin tidak berkembang dan bahkan pada kawasan Telaga Sejuta Akar yang seharusnya digunakan untuk tempat wisata, digunakan untuk melakukan hal yang tidak sewajarnya. Hal ini terjadi karena tidak terawatnya kawasan Telaga Sejuta Akar sehingga lokasi ini sering kali digunakan oleh para pemuda pemudi untuk melakukan hal-hal yang tidak wajar.

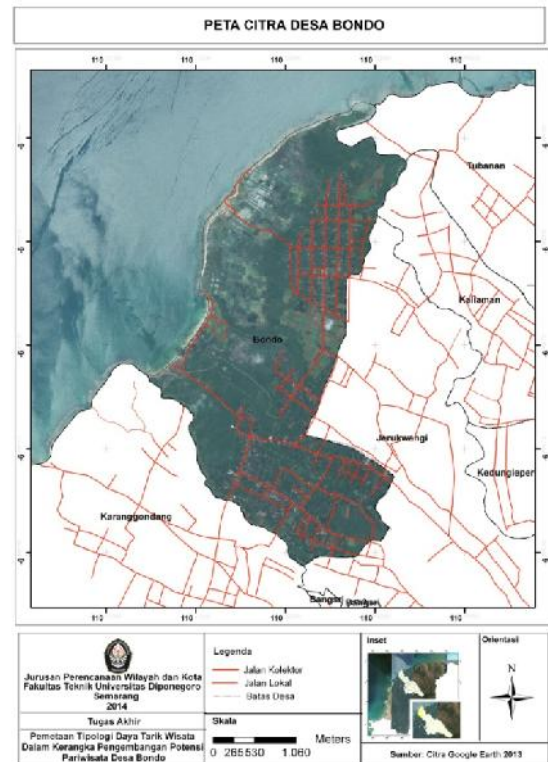
Sektor pariwisata Desa Bondo juga terlihat kurang berkembang jika dibandingkan dengan Kecamatan Mlonggo yang berada di bagian barat Desa Bondo. Pada kecamatan tersebut desa-desa yang berada di kawasan pesisir seperti desa Karang Gondang dengan pariwisata pantai Empu Rancak, dan Desa Demeling dengan pariwisata Pantai Pungkruk Mororejo, telah mengalami pengembangan pariwisata yang cukup baik dan telah mendapat perhatian dari Pemerintah Daerah. Hal ini terbukti dengan adanya pembangunan gerbang menuju kawasan wisata yang ada di masing-masing desa. Selain itu juga terdapat promosi yang baik berupa baliho yang menarik minat pengunjung untuk berkunjung. Selain itu juga telah terdapat pendampingan dari PNPM dalam rangka pengembangan pariwisatanya. Hal ini bertolak belakang dengan yang ada di Desa Bondo sehingga terlihat kesenjangan yang cukup jelas antara pariwisata di Desa Bondo Kecamatan Bangsri dengan pariwisata di Kecamatan Mlonggo.

Potensi pariwisata Desa Bondo bertolak belakang dengan keadaan masyarakatnya. Berdasarkan data Kecamatan Bangsri Dalam Angka 2013 terdapat 976 keluarga atau sekitar 35,8% dari jumlah keluarga yang ada tergolong dalam keluarga prasejahtera. Berdasarkan potensi dan permasalahan tersebut maka sektor pariwisata yang ada perlu dikembangkan untuk menunjang perekonomian masyarakat Desa Bondo. Maka dari itu dalam rangka pengembangan potensi pariwisata Desa Bondo perlu diketahui terlebih dahulu tipologi daya tarik wisata yang ada di Desa Bondo. Sehingga nantinya tipologi ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam melakukan pengembangan potensi pariwisata di Desa Bondo

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memetakan tipologi daya tarik wisata dalam rangka pengembangan potensi wisata di Desa Bondo. Untuk mencapai tujuan penelitian, maka diperlukan tahapan sasaran yang harus dapat tercapai. Tahapan sasaran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis *demand* dari daya tarik wisata Desa Bondo
2. Menganalisis *supply* dari daya tarik wisata Desa Bondo
3. Menganalisis posisi awal pengembangan daya tarik wisata di Desa Bondo
4. Mengidentifikasi siklus hidup daya tarik wisata Desa Bondo

Wilayah penelitian Desa Bondo, Kecamatan bangsri, Kabupaten Jepara. Berikut Peta Desa Bondo:



Sumber: RTRW Kabupaten Jepara dan Citra Googlr Earth

**Gambar 1**  
**Peta Desa Bondo**

**KAJIAN LITERATUR**

*Definisi Pariwisata*

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan

didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

Pariwisata merupakan lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu, untuk berpesiar di tempat lain, semata-mata sebagai konsumen dari hasil perekonomian dan kebudayaan guna memenuhi kebutuhan hidup dan budayanya atau keinginan yang beraneka ragam dari pribadinya (Kurt Morgenroth dalam Warpani, 2006).

Robert Mc Intosh bersama Shashikant Gupta dalam Kusmayadi (2000: 5) mencoba merumuskan konsepsi pariwisata sebagai gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis pemerintah tuan rumah, serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan serta pengunjung lainnya. Berdasarkan definisi ini terlihat bahwa pariwisata meliputi adanya wisatawan, usaha penyedia pelayanan barang dan jasa, pemerintah dan masyarakat setempat (tuan rumah).

Terdapat kesamaan dalam definisi-definisi tersebut yaitu pariwisata adalah mengenai meninggalkan tempat tinggalnya sehari-hari untuk pergi ketempat lain dan tinggal sementara waktu dan bukan untuk melakukan pekerjaan. Tinggal untuk sementara waktu yang dimaksud lebih dijelaskan secara tegas oleh McIntosh, Goeldner dan Ritchie bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan seseorang dan tinggal ditempat lain diluar lingkungan tempat tinggalnya untuk waktu kurang dari satu tahun secara terus menerus, dengan maksud untuk bersenang-senang, berniaga dan keperluan-keperluan lainnya.

Menurut World Tourism Organization (WTO) dan International Union of Office Travel Organization (IUOTO), yang dimaksud

dengan wisatawan adalah setiap pengunjung yang tinggal paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari 6 (enam) bulan di tempat yang dikunjunginya dengan maksud kunjungan antara lain:

- a. Berlibur, rekreasi, dan olah raga,
- b. Binsis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, atau kegiatan keagamaan.

Marpaung (2002: 5) berpendapat bahwa pariwisata merupakan produk industri yang majemuk, yang mana merupakan mata rantai yang kuat dalam berbagai social ekonomi. Kekuatan mata rantai ini menetapkan nilai output, pemasukan dan kesepakatan dalam usaha penggalian pekerjaan dengan mempertimbangkannya dari pembelanjaan turistic.

Pariwisata adalah sebagai proses, kegiatan, dan hasil yang timbul dari hubungan dan interaksi antara wisatawan, pemasok pariwisata, pemerintah tuan rumah, masyarakat tuan rumah, dan lingkungan sekitarnya yang terlibat dalam menarik dan melayani pengunjung (Goeldner & Ritchie, 2009).

Berdasarkan pengertian pariwisata tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan seorang atau sekelompok orang dari daerah asalnya menuju ke tempat lain diluar lingkungan tempat tinggalnya untuk sementara waktu dengan tujuan bukan untuk melakukan pekerjaan.

#### *Definisi Daerah Tujuan Wisata*

Daerah tujuan wisata merupakan bagian dari tata ruang wilayah yang dipilih berdasarkan potensi pariwisata daerah tersebut. Daerah tujuan wisata merupakan ruang wilayah yang sangat luas dan mencakup lebih dari satu wilayah administrasi pemerintahan, memiliki sejumlah daya tarik wisata yang menarik, mampu menawarkan beragam kegiatan pariwisata yang unik, memiliki akses yang tinggi dengan DTW lainnya (Warpani, 2006). Menurut Yoeti (1988) suatu Daerah Tujuan Wisata sebaiknya memenuhi beberapa syarat, antara lain

- a. Sesuatu yang dapat dilihat

- b. Sesuatu yang dapat dilakukan
- c. Sesuatu yang dapat dibeli

#### *Motivasi Berwisata*

Setiap perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang pasti memiliki sejumlah alasan untuk melakukan perjalanan. Hal ini lah yang disebut dengan motivasi berwisata. Motivasi ini merupakan faktor penarik yang dianggap faktor positif dan potensi dari suatu tempat wisata.

Menurut C. Ryan dalam Peter Masson terdapat sebelas motivasi utama wisatawan untuk berwisata. Kesebelas motivasi utama tersebut adalah sebagai berikut

- Escape;
- Relaxation;
- Play;
- Strengthening family bonds;
- Prestige;
- Social interaction;
- Sexual opportunity;
- Educational opportunity;
- Self-fulfilment;
- Wish fulfilment;
- Shopping.

#### *Supply Pariwisata*

Dalam industri pariwisata, penawaran meliputi semua produk yang dihasilkan oleh kelompok perusahaan termasuk kelompok industri pariwisata yang akan ditawarkan kepada wisatawan, baik kepada mereka yang datang secara langsung atau melalui perantara seperti *Travel Agent*, BPW atau *Tour Operator* lainnya (Yoeti, 2003).

Menurut Spillane (1987) *supply* atau penawaran dalam pariwisata dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Proses Produksi Industri Pariwisata
 

Pengembangan pariwisata sebagai industri sebenarnya ditunjang dari berbagai macam usaha yang harus dikelola dengan baik. Usaha tersebut antara lain:

  1. Promosi untuk memperkenalkan objek wisata
  2. Transportasi yang lancar
  3. Kemudahan keimigrasian atau birokrasi

4. Akomodasi yang menjamin penginapan yang nyaman
5. Pemandu wisata yang berwawasan
6. Penawaran barang dan jasa dengan mutu yang terjamin dan tariff harga yang wajar
7. Adanya atraksi-atraksi yang menarik
8. Kondisi kebersihan dan kesehatan lingkungan hidup di sekitar kawasan wisata

#### *Demand Pariwisata*

Tuntutan kebutuhan (*demand*) untuk pariwisata adalah total jumlah kebutuhan orang yang akan mengadakan perjalanan atau berencana mengadakan perjalanan, menggunakan fasilitas dan pelayanan pariwisata pada tempat-tempat yang jauh dari tempat kerja atau tempat tinggalnya. Elemen demand ini adalah berupa beberapa wisatawan yang akan berwisata atau berkeinginan berwisata dengan cara memanfaatkan fasilitas dan pelayanan ditempat diluar tempat tinggalnya dan tempat kerjanya.

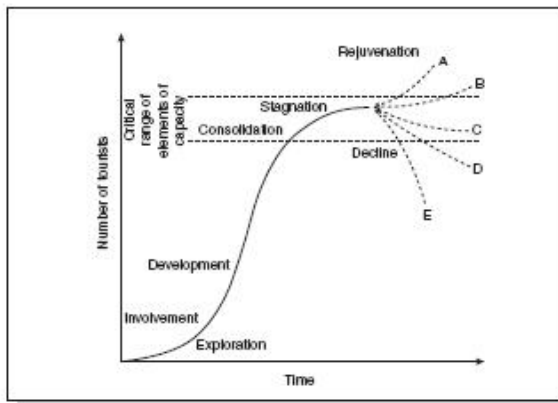
Segmentasi pasar wisata menurut Gunn (1988) dibagi dalam tujuh klasifikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan perjalanan, meliputi produk khusus yang dicari oleh wisatawan, yaitu kesenangan, bisnis pribadi, bisnis lainnya, rapat, dan olahraga.
2. Saluran distribusi, yang dapat dicapai melalui penjualan langsung, agen perjalanan, pemandu perjalanan, maskapai penerbangan, pemerintah, dan biro lokal.
3. Sosial-ekonomis/demografis, misalnya umur, jenis kelamin, suku bangsa, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, dan kelompok sosial.
4. Keterkaitan produk, indikator yang sulit untuk diperoleh misalnya aktivitas rekreasi, perlengkapan, lama tinggal, dan pola partisipasi

#### *Siklus Hidup Pariwisata*

Teori siklus hidup destinasi pariwisata dikemukakan oleh Butler pada tahun 1980

yang lebih dikenal dengan destination area lifecycle. Ada beberapa tahapan perkembangan yang dilalui oleh suatu produk (dalam hal ini objek daya tarik wisata), yaitu:



Sumber: Buttlar, 1980

**Gambar 2**  
**Siklus Hidup Pariwisata**

**METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif sehingga data yang didapatkan berasal dari kuesioner deskripsi melalui data-data serta literatur.

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Dalam menentukan jumlah sampel populasi penelitian sesuai kebutuhan dari peneliti sesuai jawaban dari responden. Apabila jawaban dari responden dirasa cukup mewakili populasi maka penyebaran kuesioner dihentikan.

Analisis data menggunakan perhitungan frekuensi untuk menganalisis demand pariwisata. Sedangkan untuk supply menggunakan analisis deskriptif dari hasil observasi. Untuk memetakan tipologi menggunakan matriks Boston Consulting Group sedangkan untuk siklus hidup menggunakan teori Buttlar.

**HASIL PEMBAHASAN**

*Analisis Permintaan Produk Wisata*

Karakteristik wisatawan berdasarkan indikasi sosio-ekonomis atau demografis wisatawan yang datang sebagian besar adalah pria (66,67%), merupakan usia produktif yaitu

20 hingga 29 tahun (50,00%), dengan tingkat pendidikan adalah SMA atau sederajat (80,00%). Sementara dari pekerjaan tertinggi adalah pegawai swasta (66,67 %) diikuti oleh wisatawan yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa (13,3%). Tingkat pendapatan sebagian besar wisatawan yang berkunjung adalah Rp. 1.000.000,00 - Rp. 2.000.000,00 (50,00%), dan yang tertinggi kedua adalah wisatawan dengan tingkat pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000,00 (26,67%).

**Tabel**  
**Karakteristik Wisatawan berdasarkan Indikasi Sosio-ekonomis/Demografis**

No	Indikator	Frekuensi	persentase
<b>1</b>	<b>Jenis Kelamin</b>		
	Pria	20	66,67%
	Wanita	10	33,33%
<b>2</b>	<b>Usia</b>		
	< 20 tahun	2	6,67%
	20 - 29 tahun	15	50,00%
	30 - 39 tahun	8	26,67%
	40 - 49 tahun	4	13,33%
> 50 tahun	1	3,33%	
<b>3</b>	<b>Pekerjaan</b>		
	Pelajar/Mahasiswa	4	13,33%
	PNS	1	3,33%
	Pegawai Swasta	20	66,67%
	Pengusaha	2	6,67%
	Lainnya	3	10,00%
<b>4</b>	<b>Tingkat Pendidikan</b>		
	SD/Sederajat	2	6,67%
	SMP/Sederajat	1	3,33%
	SMA/Sederajat	24	80,00%
Universitas	3	10,00%	
<b>5</b>	<b>Tingkat Pendapatan</b>		
	< 1.000.000	8	26,67%
	1.000.000 - 2.000.000	15	50,00%
> 2.000.000	7	23,33%	

Sumber: Hasil Analisis, 2014

Berdasarkan hasil analisis indikasi geografis dapat diketahui asal wisatawan yang berkunjung sebagian besar dari dalam Kota Jepara yaitu 53,33 % dan kemudian kunjungan

terbanyak juga dari wisatawan luar kota tetapi masih di Privinsi Jawa Tengah yaitu sebanyak 43,33%. Hal ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata di Desaa Bondo tidak hanya menjadi obyek wisata yang hanya dikunjungi oleh penduduk setempat, namun telah dikunjungi oleh wisatawan dari luar kota namun masih dalam satu propinsi yaitu Jawa Tengah.

**Tabel**  
**Karakteristik Wisatawan berdasarkan**  
**Indikasi Geografis**

No	Indikator	Frekuensi	persentase
<b>1</b>	<b>Daerah Asal</b>		
	Dalam Kota	16	53,33%
	Luar Kota	13	43,33%
	Luar Provinsi	1	3,33%

Sumber: Hasil Analisis, 2014

Analisis indikasi produk wisata terbagi dalam 4 kategori yaitu perjalanan wisata, alat transportasi, lama berkunjung dan asal informasi yang didapatkan. Hasil analisis indikasi produk wisata menunjukkan beberapa hal yang signifikan. Pola kunjungan yang paling besar dilakukan yaitu dengan keluarga (80,00%) dan seluruh wisatawan berkunjung dengan menggunakan alat transportasi yaitu kendaraan pribadi (100,00%) hal ini dikarenakan cukup sulit untuk mendapatkan angkutan umum untuk menuju ke daya tarik wisata Desa Bondo. Lama berkunjung sebagian besar wisatawan adalah 1 hingga 2 jam (50,00%) dan tertinggi kedua adalah kurang dari 1 jam (26,67%). Informasi mengenai daya tarik wisata Desa Bondo oleh wisatawan yang berkunjung seluruhnya diperoleh dari kerabat, teman, atau keluarga (100,00%) dan tidak ada yang memperoleh informasi mengenai obyek wisata dari brosur atau leaflet, dan media sebagai sarana promosi.

**Tabel**  
**Karakteristik Wisatawan berdasarkan**  
**Indikasi Produk Wisata**

No	Indikator	Frekuensi	persentase
<b>1</b>	<b>Perjalanan Wisata</b>		
	Sendiri	0	0,00%
	Rombongan (paket	0	0,00%

Teknik PWK; Vol. 3; No. 4; 2014; hal. 869-879

No	Indikator	Frekuensi	persentase
	wisata)		
	Keluarga	24	80,00%
	Pasangan	5	16,67%
	Lainnya	1	3,33%
<b>2</b>	<b>Alat Transportasi</b>		
	Umum	0	0,00%
	Pribadi	30	100,00%
<b>3</b>	<b>Lama Berkunjung</b>		
	< 30 menit	0	0,00%
	30 menit - 1 jam	8	26,67%
	1 - 2 jam	15	50,00%
	> 2 jam	7	23,33%
<b>4</b>	<b>Informasi</b>		
	Media Cetak	0	0,00%
	TV, Radio	0	0,00%
	Website, Blog	0	0,00%
	Teman/Keluarga	30	100,00%

Sumber: Hasil Analisis, 2014

Segmentasi wisatawan berdasarkan indikasi psikografis ditentukan dari beberapa indikator, antara lain yaitu daya tarik kawasan wisata. Seluruh wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Desa Bondo tertarik dengan keindahan alamnya (100,00%) dan tidak ada yang tertarik dengan nilai budaya atau sejarah, souvenir atau cinderamata khas daerah. Motivasi kunjungan wisatawan sebagian besar adalah untuk berekreasi (90,00%) dan untuk berkunjung ke teman atau keluarga hanya 10,00%.

**Tabel**  
**Karakteristik Wisatawan berdasarkan**  
**Indikasi Psikografis**

No	Indikator	Frekuensi	persentase
<b>1</b>	<b>Daya Tarik</b>		
	Keindahan Alam	30	100,00%
	Keragaman Fasilitas	0	0,00%
	Budaya dan Sejarah	0	0,00%
<b>2</b>	<b>Motivasi</b>		
	Rekreasi	27	90,00%
	Mengunjungi teman/keluarga	3	10,00%
	Kesehatan/Olahraga	0	0,00%

Sumber: Hasil Analisis, 2014

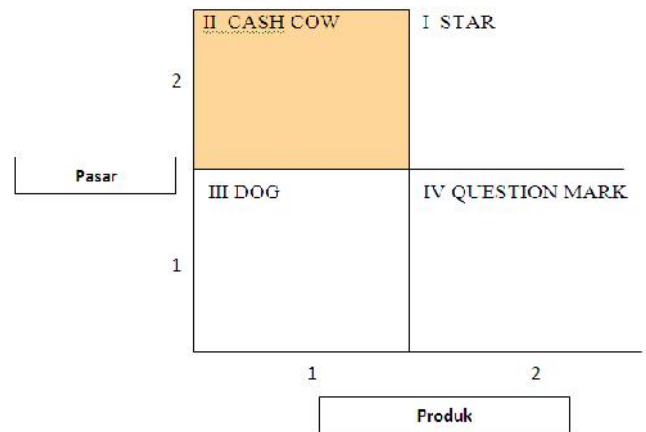
*Analisis Posisi Awal Pengembangan Daya Tarik Wisata*

Berdasarkan hasil analisis diatas maka didapatkan hasil sebagai berikut

**Tabel**  
**Skor dari Variabel Daya Tarik Wisata Desa Bondo**

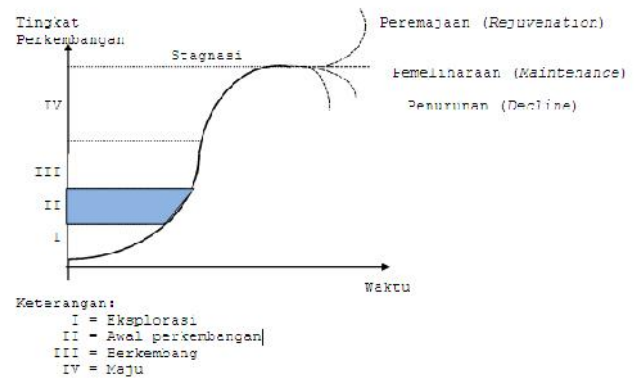
Aspek	Variabel	Rata-rata Skor
<b>Demand</b>	1. Biaya di tempat wisata	2
	2. Efektivitas promosi	1
	3. Motivasi pengunjung	2
	4. Pekerjaan	2
	5. Pendidikan	2
	6. Penghasilan	2
	7. Tempat asal	2
	8. Moda transportasi	2
	9. Kegiatan selama perjalanan	2
	10. Waktu pelaksanaan perjalanan	1
	11. Alasan pemilihan tempat wisata	2
	12. Lama Tinggal	2
<b>Rata-Rata</b>		<b>1,83 ~ 2</b>
<b>Supply</b>	1. Promosi	1
	2. Pengelolaan	1
	3. Transportasi	1
	4. Akomodasi	2
	5. Penawaran barang dan jasa dengan mutu yang terjamin dan tarif harga yang wajar	2
	6. Atraksi	1
	7. Kebersihan Lingkungan	1
	8. Keterlibatan masyarakat sekitar	2
	9. Kualitas pelayanan di tempat wisata	1
	10.Keamanan	2
<b>Rata-Rata</b>		<b>1,4 ~ 1</b>

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka tipologi posisi awal pengembangan pariwisata Desa Bondo adalah Cashcow seperti pada gambar dibawah ini.



*Analisis Siklus Hidup Daya Tarik Wisata*

Berdasarkan demand dan supply yang ada serta sejarah perkembangan pariwisata desa Bondo maka saat ini Desa Bondo berada pada posisi awal perkembangan.



Berdasarkan analisis diatas diketahui bahwa permasalahan utama yang ada pada daya tarik wisata yg ada di Desa Bondo adalah sebagai berikut

- Pengembangan yang sulit dilakukan karena tanah yang digunakan untuk pariwisata saat ini adalah tanah milik pribadi masyarakat
- Pengelolaan dari masyarakat kurang maksimal karena kebersihannya kurang terjaga dan atraksi wisata kurang memiliki inovasi
- Menurunnya kualitas lingkungan terutama di kawasan telaga Sejuta Akar yang tidak lagi ada yang mengelola dan saat ini banyak kegiatan negative atau kegiatan yang seharusnya tidak dilakukan ditempat tersebut



- Belum terdapat langkah promosi yang dilakukan.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil temuan studi mengenai tipologi daya tarik wisata Desa Bondo dalam kerangka pengembangan potensi wisata yang ada maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- Potensi wisata Desa Bondo ditinjau dari keunikannya memiliki keunikan yang berbeda dari wisata sejenis yang ada di Kabupaten Jepara. Pantai Bondo selain memiliki keindahan alam dan *sunset* yang digemari wisatawan juga memiliki mitos bahwa apabila berendam di Pantai Bondo pada Jumat Wage maka semua penyakit akan sembuh. Hal ini lah yang tidak ada di daya tarik wisata lain yang ada di Jepara. Sedangkan untuk Telaga Sejuta Akar merupakan satu-satunya daya tarik wisata telaga yang dikelilingi pohon karet yang ada di Kabupaten Jepara.
- Hingga saat ini belum ada perhatian dari pemerintah dalam rangka pengembangan daya tarik wisata yang ada di Desa Bondo sehingga masyarakatlah yang mengelola daya tarik wisata tersebut. hal ini berdampak pada kondisi daya tarik wisata yang ada khususnya di Telaga Sejuta Akar yang saat ini kondisinya telah mengalami penurunan karena tidak ada yang mengelola dan tidak ada lagi pengunjung yang datang sehingga daya tarik wisata ini sering digunakan untuk melakukan kegiatan yang tidak sewajarnya dilakukan.
- Segmen pasar wisata pada daya tarik wisata Desa Bondo adalah sebagai berikut:
  - Wisatawan yang datang ke Pantai Bondo tidak hanya berasal dari daerah setempat, tetapi juga berasal dari kota-kota lain dalam satu Provinsi Jawa Tengah.
  - Belum terdapat fasilitas transportasi yang mudah untuk mencapai tujuan wisata.
  - Promosi dan pelayanan wisata masih harus ditingkatkan agar semakin menarik minat wisatawan untuk

berkunjung dan berwisata di Desa Bondo

- Hasil segmentasi wisatawan berdasarkan indikasi psikografis adalah wisatawan yang datang sebagian besar bermotivasi untuk melakukan kegiatan rekreasi dengan bersantai dan menikmati keindahan alam.
- Daya Tarik Wisata yang ada di Desa Bondo termasuk dalam kategori yang memiliki pertumbuhan produk rendah dengan pasar yang tinggi (Kuadran *Cash Cows*). Dengan kata lain merupakan kawasan wisata yang saat ini hanya memiliki pangsa pasar kecil, tetapi tumbuh dan berkembang relatif cepat. Oleh karena itu, usaha pengembangan kawasan wisata diarahkan kepada pengembangan produk, salah satunya pengembangan atraksi wisata air.
- Pantai Bondo saat ini berada pada siklus awal perkembangan masyarakat sekitar mengambil inisiatif dengan menyediakan berbagai pelayanan jasa untuk para wisatawan yang mulai menunjukkan tanda-tanda peningkatan dalam beberapa waktu. Hal ini cukup positif sehingga apabila terus dikelola dengan baik maka diharapkan dapat meningkatkan sektor kepariwisataan di Desa Bondo. Dengan demikian maka potensi wisata yang ada dapat berkembang dengan baik.
- Telaga Sejuta Akar saat ini berada pada siklus penurunan. Hal ini terjadi karena tidak ada lagi pengunjung yang datang serta pengelola daya tarik wisata ini tidak lagi mengelola sehingga daya tarik wisata ini saat ini kondisinya semakin menurun dan tidak terawat yang berdampak pada munculnya aktivitas-aktivitas yang tidak sewajarnya yang dilakukan di kawasan Telaga Sejuta Akar ini.

Rekomendasi merupakan tindak lanjut dari hasil studi atau kesimpulan berupa saran atau masukan bagi instansi terkait yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam usaha pengembangan daya tarik wisata Desa Bondo. Rekomendasi tersebut antara lain sebagai berikut:

- Tipologi daya tarik wisata Desa Bondo saat ini yaitu Cash Cows pada kuadran II dan berada pada awal perkembangan sehingga dalam rangka pengembangan potensi wisata yang ada maka perlu adanya struktur kelembagaan yang baik dalam pengelolaan daya tarik wisata yang ada di Desa Bondo. Pengelolaan bisa dengan dilakukan bersama-sama dengan masyarakat, pemerintah dan swasta. Dengan demikian pengelolaan pariwisata mulai terbentuk dan menjalankan fungsinya khususnya fungsi promotif yang dilakukan masyarakat bersama-sama dengan pemerintah dan investor sehingga masyarakat memilih daya tarik wisata Desa Bondo sebagai destinasi kunjungan wisatanya.
- Dari sisi *supply*, daya tarik wisata Desa Bondo perlu beberapa inovasi dalam pengembangan daya tarik wisata yang ada. Atraksi yang ada saat ini kurang beraneka ragam sehingga wisatawan kurang berminat mencoba atraksi yang ada maka dari itu diperlukan inovasi dalam penambahan atraksi yang ada. Selain itu saat ini persampahan di Pantai Bondo belum terkelola dengan baik. Masyarakat sebagai pengelola saat ini masih membakar sampah di tepi pantai sehingga membekas di pasir. Maka dari itu perlu adanya pengelolaan persampahan sehingga wisatawan akan lebih nyaman menikmati keindahan alam tanpa terganggu dengan adanya tumpukan bekas sampah di pasir pantai.
- Promosi atau pemasaran merupakan salah satu hal yang cukup penting dalam rangka pengembangan daya tarik wisata sehingga perlu dilakukan kegiatan promosi untuk daya tarik wisata yang ada di Desa Bondo. Hal ini dikarenakan saat ini belum terdapat kegiatan promosi yang dilakukan sehingga belum banyak masyarakat luar kota yang tau keberadaan daya tarik wisata Desa Bondo.
- Untuk daya tarik wisata Telaga Sejuta Akar yang saat ini mengalami penurunan perlu adanya pengelolaan yang baru dan perlu peremajaan karena kondisi saat ini sudah tidak terawat dan banyak digunakan

untuk hal-hal yang tidak sewajarnya dilakukan. Dengan demikian diharapkan akan ada wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ernan Rustiadi, dkk. 2009. *Perencanaan dan Pengembangan Wilayah*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. 2009. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies. (Tenth Edition)*. New Jersey: John Wiley & Sons
- I Gusti Bagus Rai utama, 2012. *Analisis Siklus Hidup Destinasi Pariwisata Bali: Kajian Ekonomi Pariwisata Terhadap Destinasi*. Program Doktor Pariwisata. Universitas Udayana. Bali.
- Joyosuharto, Sunardi. 1995. *Aspek Ketersediaan (Supply) Dan Tuntutan Kebutuhan (Demand) Dalam Pariwisata*. Yogyakarta: Liberti
- Kecamatan Bangsri Dalam Angka Tahun 2012. Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara
- Kusmayadi; Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Mason, Peter. 2003. *Tourism Impacts, Planning and Management*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann
- Peraturan Daerah Kabupaten Jepara Nomor 2 Tahun 2011 tentang Rencana Tata

Ruang Wilayah Kabupaten Jepara  
Tahun 2011-2031

Rencana Strategis. 2010. Kementrian  
Kebudayaan dan Pariwisata Republik  
Indonesia

Sari, Suzanna Ratih. 2004. Peran Pariwisata  
dalam Pembangunan. Semarang:  
Badan Penerbit Universitas  
Diponegoro.

Sunarto Ndaru Mursito. 1983.  
Mendayagunakan Potensi Pariwisata  
Untuk Pembangunan Nasional Dalam  
Analisa. Th. XII No. 7. Hlm. 599-611

Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar  
Pariwisata. Yogyakarta: Andi.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10  
Tahun 2009 tentang Kepariwisata

Yoeti, O. A. 2003. *Tours and Travel Marketing*  
(pertama.). Jakarta: Pradnya.