

Analisis Pengembangan Potensi Sektor Pariwisata
Pantai Panjang Di Kota Bengkulu
Dosen Pembimbing: Rokhedi Priyo Santoso S.E.,MEIDec.

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Jilan Naufal
NIM : 19313173
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

2023

**ANALISIS PENGEMBANGAN POTENSI SEKTOR PARIWISATA
PANTAI PANJANG DI KOTA BENGKULU**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat
Sarjana Sanstra-I Program Studi Ekonomi Pembangunan pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:



Nama: Jilan Naufal

No. Mahasiswa: 19313173

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 06-07-2023

Penulis,



Jilan Naufal

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Analisis Pengembangan Potensi Sektor Pariwisata Pantai Panjang Di Kota Bengkulu

Nama : Jilan Naufal
Nomor Mahasiswa : 19313173
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, -
telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,

Rokhedi Priyo Santoso S.E.,MEIDec.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim, dengan rasa syukur yang mendalam puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya untuk penulis karena telah diberikan kelancaran dan kemudahan untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Jangan Pernah berhenti berusaha karena tidak ada hasil besar tanpa usaha yang besar, tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua saya, yang telah memberi dukungan penuh baik moral maupun material dan tak henti-hentinya berdoa untuk kelancaran studi saya.
2. Bapak Rokhedi Priyo Santoso S.E.,MEIDec. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah mengarahkan saya dalam penulisan tugas akhir ini dan memberi ilmu serta motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D selaku dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Seluruh Bapak-Ibu Dosen serta karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, khususnya Program Studi Ekonomi Pembangunan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
6. Seluruh pihak yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian saya di Kota Bengkulu.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur Alhamdulillah penulis mengucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat hidayah dan karunia-Nya. Shalawat beserta salam tak lupa penulis kirimkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang menjadi panutan dan junjungan mutlak umat manusia di dunia.

Penulisan skripsi ini diselesaikan guna melengkapi tugas akhir program S1 jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Adapun judul skripsi ini adalah “**Analisis Pengembangan Potensi Sektor Pariwisata Pantai Panjang Di Kota Bengkulu**” merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Dalam penulisan skripsi ini tentu banyak sekali hambatan yang penulis hadapi. Namun berkat bantuan berbagai pihak, akhirnya hambatan tersebut dapat teratasi. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang hanya dengan ridho-Nya penulis dapat memenuhi syarat agar mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Indonesia ini dengan lancar dan tepat waktu.
2. Kedua Orang Tua dan keluarga yang telah memberi dukungan penuh kepada penulis baik dukungan moral maupun material untuk menyelesaikan studi di Universitas Islam Indonesia.

3. Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi serta semua pihak yang selalu membantu dan memberikan dorongan serta semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Seluruh teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia Angkatan 2019, sudah membantu mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh teman-teman penulis di masa kuliah yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam kuliah sehingga masa-masa kuliah menjadi lebih berwarna.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah tulus dan ikhlas dalam berteman dan membantu penulis serta memberikan doa sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Yogyakarta, 06-07-2023



(Jilan Naufal)

DAFTAR ISI

ANALISIS PENGEMBANGAN POTENSI SEKTOR PARIWISATA.....	2
PANTAI PANJANG DI KOTA BENGKULU	2
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	3
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	4
HALAMAN PERSEMBAHAN	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
BAB 1	12
I.1 Latar Belakang Masalah.....	12
I.2 Rumusan Masalah	22
I.3 Tujuan Penelitian.....	22
I.4 Manfaat Penelitian.....	22
BAB 2	23
II. 1 Kajian Pustaka	23
II.2 Landasan Teori	26
II.2.1 Pariwisata	26
II.2.1.1 Pariwisata Bahari	26
II.2.1.2 Pariwisata Pantai.....	27
II.2.3 Potensi.....	28
II.2.3.1 Potensi Wisata	28
II.2.3.2 Potensi Wisata Pantai	28
II.2.3.3 Potensi Wisata Pantai Panjang	29
II.2.4 Strategi	32
II.2.4.1 Strategi Peningkatan	32
II.2.4.2 Faktor Internal dan Eksternal Yang Memengaruhi Peningkatan Wisata.....	33
II.3 Pertanyaan Penelitian	33
II.3.1 Hubungan Potensi Wisata Terhadap Kunjungan Wisata.....	34
II.4 Kerangka Analisis	34
BAB 3	35
III.1 Data dan Responden.....	35

III.2 Penyusunan Kuesioner	35
III.3 Pengumpulan data	36
III.4 Pengolahan dan Analisis Data.....	37
BAB 4	44
IV.1 Deskripsi Data Penelitian.....	44
IV.1.1 Demografi Responden.....	44
IV.1.2 Tabulasi Data Kuesioner	46
IV. 2 Hasil Analisis.....	48
IV. 2.1 Pembahasan	54
BAB V.....	57
V. 1 Kesimpulan	57
V. 2 Rekomendasi.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	18
Tabel 1.2.....	19
Tabel 3.1.....	36
Tabel 3.2.....	38
Tabel 3.3.....	39
Tabel 3.4.....	39
Tabel 3.5.....	40
Tabel 3.6.....	41
Tabel 3.7.....	42
Tabel 4.0.....	44
Tabel 4.1.....	45
Tabel 4.2.....	46
Tabel 4.3.....	46
Tabel 4.4.....	47
Tabel 4.5.....	48
Tabel 4.6.....	49
Tabel 4.7.....	50
Tabel 4.8.....	51
Tabel 4.9.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	16
Gambar 4.2.....	45

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pengembangan wisata merupakan salah satu program strategis nasional untuk peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah dan peningkatan ekonomi masyarakat. Pantai Panjang juga merupakan salah satu destinasi wisata utama yang belum dikembangkan dan dikelola secara maksimal, Pantai Panjang sepanjang 7 km tetapi belum tertata, kumuh dan masih sedikit atraksi yang tersedia.

Definisi pariwisata sangat beragam menurut para ahli. Ahli yang satu berbeda konsep dengan pakar yang lain dikarenakan penekanan dan perspektif yang berbeda. Kata "pariwisata" telah dihubungkan secara etimologis dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris, yang artinya kegiatan berpindah antar lokasi yang dilakukan berulang kali. Berdasarkan hal ini juga, dengan memperhatikan kondisi dan keadaan yang sudah ada, hal itu dapat menunjukkan bahwa pariwisata adalah perjalanan yang direncanakan oleh seseorang atau sekelompok orang dari satu lokasi ke lokasi lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Yoeti, 2010).

Selain pengertian di atas terdapat pengertian lain dari pariwisata seperti yang dikemukakan McIntosh (1972) yang menyatakan bahwasanya pariwisata adalah: *“A combination of diverse endeavors, facilities, and sectors that provide individuals or groups who are not in their usual residence with a comprehensive range of travel experiences, transportation options, recreational activities, and various hospitality services.”*. Menurut definisi itu, pariwisata adalah rangkaian aktivitas, jasa dan industri yang mencakup penyediaan layanan oleh sektor pariwisata, termasuk di dalamnya ada pengalaman berwisata, transportasi, aktivitas dan kebutuhan jasa lainnya yang dilakukan oleh wisatawan perorangan maupun kelompok yang jauh dari rumah.

Hunziker dan Kraft (Yoeti, 2001) menjelaskan pengertian pariwisata melalui batasan yang bersifat teknis dan diterima secara resmi oleh The Association Experts Scientific Internationale des Experts Scientifique du Tourisme (AIEST), dengan penjelasan yang dijabarkan sebagai berikut : *“Tourism encompasses the entirety of the phenomenon and connections that arise from the movement and temporary residence of individuals who are*

not permanent residents, as long as their activities are not linked to permanent settlement or income generation.” (pariwisata adalah hasil dari fenomena dan hubungan yang muncul dari adanya perjalanan dan singgah sementara waktu, selama mereka tidak berkeinginan untuk menetap dan selama mereka tidak terhubung dengan aktivitas yang menghasilkan pendapatan).

Wahab dalam Yoeti (2001) merumuskan pengertian pariwisata sebagai berikut : “*An intentional human endeavor that acts as a bridge connecting individuals either within a specific country or transcending the geographical boundaries of states. It entails the temporary relocation of individuals to different regions, countries, or continents to fulfill diverse needs that extend beyond engaging in paid employment.*” (Suatu aktivitas manusia yang dilakukan dengan tujuan yang menghubungkan orang-orang dalam suatu negara itu sendiri/di luar negeri. Kejadian ini meliputi berpindah sementara ke daerah, negara, atau benua lain untuk memenuhi kepuasan dan berbagai tuntutan selain bekerja). Dalam UU No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai jenis kegiatan wisata yang didukung oleh beragam fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Ketika mengunjungi suatu tempat, seseorang biasanya hanya sekedar ingin menyegarkan pikiran dan sekedar jalan-jalan. Lalu ada beberapa orang yang bepergian ke suatu tempat untuk tujuan bisnis. Beberapa jenis pariwisata dikategorikan sesuai dengan alasan dan tujuan yang dilakukan dari setiap orang atau kelompok. Berikut beberapa jenis pariwisata menurut Spillane (1991).

1) Pariwisata untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk mengendurkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, atau bahkan untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota.

2) Pariwisata untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

3) Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan karena adanya keinginan untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat daerah lain selain itu untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat, dan lain-lain.

4) Pariwisata untuk Olahraga (*Sports Tourism*)

Terbagi menjadi dua kategori :

- a. *Big Sports Event*, wisata yang dilaksanakan karena adanya perhelatan olahraga besar seperti *World Cup*, *Olympiade Games*, dan sebagainya.
- b. *Sporting Tourism of the Practitioner*, yaitu wisata olahraga yang dilakukan oleh wisatawan itu sendiri seperti olahraga naik kuda, pendakian gunung dan lain-lain.

5) Pariwisata untuk Urusan Bisnis (*Business Tourism*)

Perjalanan bisnis ini dianggap perjalanan profesional atau bisnis karena mereka harus melakukan pekerjaan dan tidak tersedia pilihan bagi mereka untuk memilih baik daerah tujuan atau durasi perjalanan.

6) Pariwisata untuk Berkonvensi (*Convention Tourism*)

Sering kali, ratusan atau bahkan ribuan peserta melakukan perjalanan ke konvensi, tinggal selama beberapa hari di kota atau negara yang penyelenggara.

Dengan meningkatnya pariwisata, orang-orang dikendalikan oleh dorongan alami mereka untuk menemukan hal-hal baru, indah, menarik, menakjubkan dan menantang. Orang-orang yang mencari hal-hal ini sering kali meninggalkan rumah mereka untuk sementara waktu dan mengubah rutinitas sehari-hari mereka. Perjalanan ini sering kali dilakukan ketika orang-orang memiliki waktu luang (*leisure*) atau sengaja untuk mengisi waktu luang mereka dengan kegiatan-kegiatan yang menarik seperti mengunjungi dan menikmati keindahan alam, hiburan, kebudayaan, kearifan masyarakat, situs-situs sakral, dan sebagainya.

Pariwisata adalah fenomena sosial yang memengaruhi banyak aspek kehidupan sehari-hari dan terbentuk dari banyak faktor. Pariwisata menurut Soeriaatmadja (1997), terdiri dari tiga komponen utama: unsur dinamis, yang mencakup perjalanan menuju tujuan wisata; unsur statik, yang merupakan lokasi aktivitas turis; dan unsur interaksi, yang dihasilkan dari kehadiran dua komponen utama pertama. Ketika para pengunjung datang ke objek wisata

yang menarik atau menarik, mereka berinteraksi dengan masyarakat setempat, yang mengarah ke kegiatan pariwisata. Pariwisata juga dapat dipandang sebagai fenomena geografis yang memengaruhi atau bahkan ditentukan oleh ciri khas dari tujuan wisata, seperti topografinya atau struktur sosialnya. Setiap daerah geografis memiliki karakteristik yang khas, dan para produsen pariwisata perlu menyadari hal ini agar dapat secara efektif memasarkan keunikan tujuan wisata kepada para calon wisatawan. Lanskap yang sejuk, topografinya yang unik, lautan dengan keanekaragaman hayati, objek wisata yang khas, dinamika sosial masyarakat dan sebagainya merupakan beberapa bidang yang menarik.

Pariwisata adalah jenis kegiatan santai yang dicirikan oleh gerakan (mobilisasi) dari tempat tinggalnya ke tempat lain tetapi tidak menetap, di mana perpindahan tidak dimaksudkan untuk menunjang kehidupan atau memenuhi kebutuhan finansial. Fenomena ini menimbulkan berbagai perusahaan komersial yang memiliki pengaruh positif dan negatif terhadap pembangunan regional.

Banyak komponen yang berkaitan dengan pariwisata, berkaitan satu sama lain dan bekerja sama untuk membangun suatu sistem. Komponen utamanya adalah pariwisata, sosial, ekonomi, kebudayaan, politik, keamanan dan lingkungan. Kehidupan sosial secara tidak langsung berhubungan erat dengan aktifitas pariwisata, baik peran masyarakat sebagai pengunjung maupun masyarakat sebagai penyedia objek pariwisata dan masyarakat sebagai penerima wisatawan. Perkembangan hubungan masyarakat pada pariwisata sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial masyarakat. Pariwisata berkembang lebih cepat apabila ada hubungan yang akrab dan harmonis antara pengunjung dan tuan rumah di lokasi wisata. Orang-orang dapat saling berinteraksi dan bertransaksi melalui kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata ini, yang dapat membantu meningkatkan taraf hidup, ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Sebagai pekerja sementara atau karyawan tetap di sektor yang menawarkan layanan pariwisata, seperti agen perjalanan, hotel, vila, bungalow, restoran, transportasi, dan sebagainya, masyarakat dapat secara langsung dan aktif terlibat dalam bisnis pariwisata.

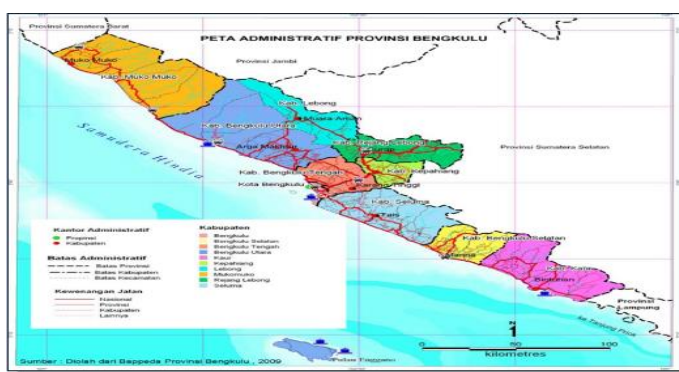
Definisi Pariwisata secara konseptual diartikan sebagai perjalanan sementara antar lokasi oleh orang atau kelompok mencari keserasian atau keseimbangan lingkungan untuk menemukan kenikmatan dalam bidang sosial, budaya, alam, dan ilmiah. Menurut penelitian dari Guyer-Freuler (1963) yang diterbitkan dalam "*Contributions to Tourism Statistics*",

pariwisata adalah gejala modern yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan jenis kelamin, penilaian yang disadari akan keindahan alam, kenikmatan dan kesenangan alam semesta, dan terutama disebabkan oleh meningkatnya pergaulan sebagai bangsa dan golongan dalam masyarakat manusia akibat perdagangan, industri, dan perniagaan, serta perbaikan peralatan transportasi.

Berdasarkan beberapa sudut pandang, pariwisata dianggap sebagai aktivitas atau kegiatan yang bersifat sementara untuk menambah wawasan perihal sosial masyarakat, sistem perilaku manusia dengan beragam dorongan kultural yang berkaitan dengan pencarian kesenangan, termasuk pengusaha daya tarik dan objek wisata serta bisnis lainnya yang berkaitan.

Keunikan, kekhasan dan keindahan alam serta kebudayaan yang berkembang di dalam masyarakat pada dasarnya adalah inti pariwisata. Ini adalah dasar fundamental gagasan pariwisata yang kemudian berkembang menjadi iklim pariwisata nasional. Menetapkan Indonesia sebagai tujuan wisata yang aman, nyaman, memikat, mudah diakses, dan sangat kompetitif merupakan tujuan pembangunan pariwisata di Indonesia.

Provinsi Bengkulu terletak di kawasan pesisir-pantai bagian Barat Pulau Sumatera, yang berhadapan langsung dengan Samudera Hindia. Wilayah Provinsi Bengkulu yang terdiri dari daratan, pesisir-pantai dan laut, memiliki berbagai potensi sumberdaya alam yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pembangunan ekonomi. Selain potensi sumberdaya pertambangan, pertanian (tanaman pangan, perkebunan dan peternakan), kehutanan, kelautan dan perikanan, terdapat juga berbagai potensi sumberdaya alam dan lingkungan yang dapat dikembangkan yaitu potensi sumberdaya kelautan.



Gambar 1.1. Peta Administrasi Provinsi Bengkulu

(Sumber : Bappeda Provinsi Bengkulu, 2016)

Dengan panjang garis pantai \pm 525 km, mulai dari bagian utara di Kabupaten Mukomuko yang berbatasan dengan Provinsi Sumatera Barat, hingga ke bagian selatan di Kabupaten Kaur yang berbatasan dengan Provinsi Lampung, terdapat banyak potensi jasa-jasa kelautan yang dapat dikembangkan sebagai objek pariwisata bahari. Salah satu diantaranya, yang sudah cukup populer dan dikenal sampai keluar daerah Provinsi Bengkulu, adalah potensi pariwisata bahari Pantai Panjang di Kota Bengkulu.

Dalam kalangan masyarakat Kota Bengkulu, yang disebut dengan Pantai Panjang adalah kawasan pantai antara Kelurahan Berkas sampai perbatasan TWA (Taman Wisata Alam) Pantai Panjang. Pantai ini panjangnya \pm 7 km dan lebar pantai sekitar 50-75 meter. Pada masa tahun 1980-an, Pantai Panjang masih berupa kawasan hutan pantai yang asli yang didominasi oleh vegetasi cemara laut, ketapang, waru dan kelapa. Kondisi tegakan vegetasi hutan pantainya cukup rapat dengan kanopi yang tertutup, sehingga kawasan Pantai Panjang sangat teduh, dingin dan agak gelap. Dan pada tahun 1980-an tersebut belum ada dan sangat jarang terjadi penebangan pohon-pohon cemara.

Perkembangan penduduk, pengembangan wilayah perkotaan, kebutuhan pembangunan berbagai fasilitas fisik-termasuk pemukiman, mulai berdampak pada kawasan-kawasan dalam wilayah Kota Bengkulu, tidak terkecuali kawasan Pantai Panjang. Dan selanjutnya, dengan perkembangan yang cukup pesat, Kawasan Pantai Panjang sudah menjadi destinasi wisata yang cukup modern seperti sekarang ini.

Kawasan Wisata Pantai Panjang, sejak 2011 telah ditetapkan sebagai Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) yang dicantumkan dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional. Diterbitkannya Peraturan Pemerintah ini seharusnya disikapi oleh pemerintah daerah sebagai sebuah kesempatan untuk memajukan pariwisata di Provinsi Bengkulu. Peningkatan sektor pariwisata akan dimulai dengan terjadi peningkatan wisatawan yang kemudian dapat menjadi penarik bagi sektor ikutan lainnya. Dengan demikian dapat diharapkan terjadi peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian Bengkulu yang berujung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Dinas Pariwisata (2019) jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bengkulu relatif tinggi pada kurun waktu 2016-2018. Demikian pula halnya dengan wisatawan mancanegara. Tetapi kemungkinan karena asumsi yang digunakan bahwa semua orang yang datang ke Bengkulu tujuannya berwisata, sementara fakta menunjukkan bahwa

sebagian besar adalah mereka yang melakukan kunjungan keluarga dan kunjungan bisnis. Ini dapat dilihat dari data yang sebagaimana disebutkan dalam Tabel 1-1.

Tabel 1.1.
Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara
Di Provinsi Bengkulu Tahun 2016-2018

Kategori Wisatawan	Tahun (Orang)			
	2016	2017	2018	2019 ^{*)}
Wisnus	2.021.363	2.270.245	2.154.928	2.045.468
Wisman		843	1498	1358
Total	2.021.363	2.271.088	2.156.426	2.046.826

Keterangan : *) Angka perkiraan

Sumber : Dinas Pariwisata Prov. Bengkulu. 2019

Data tersebut menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan nusantara cukup tinggi, sementara wisatawan mancanegara relatif rendah. Dilihat dari trend, ternyata sejak dicanangkan Wonderful Bengkulu 2017, jumlah kunjungan wisatawan ke Bengkulu belum menunjukkan peningkatan; malah terjadi penurunan. Tingginya kunjungan wisatawan selama periode ini diduga karena asumsi yang digunakan terhadap mereka yang melakukan kunjungan ke Bengkulu, baik lokal maupun mancanegara, adalah bertujuan melakukan wisata. Sementara jika ditelaah data hunian pada fasilitas hotel ternyata menunjukkan angka yang rendah. Tahun 2016-2018 memperlihatkan penggunaan jasa akomodasi hotel, dari total jumlah wisatawan nusantara ini hanya 1,93%-5,51%, sementara rata-rata lama tinggal wisatawan 2,46 hari dan rata-rata pengeluaran hanya Rp 441.880. (Dinas Pariwisata Prov. Bengkulu. 2019). Jika data lama tinggal, penggunaan akomodasi hotel dan jumlah pengeluaran dianalisis lebih jauh maka kemungkinan kunjungan wisatawan nusantara ke Bengkulu lebih didominasi oleh tujuan kunjungan keluarga sehingga memilih menginap di rumah keluarga dan bukan di hotel.

Melihat pada data ini, Wonderful Bengkulu 2020 yang dicanangkan pada tahun 2017, menjadi relatif sulit dicapai; padahal jika dilihat dari jumlah dan ragam destinasi wisata yang tersedia di Provinsi Bengkulu relatif beragam dan dapat dijangkau dengan waktu yang relatif singkat. Statistik Kominfo Provinsi Bengkulu menyebutkan bahwa sampai dengan tahun 2021

jumlah obyek wisata di Provinsi Bengkulu sekitar 267 obyek wisata dengan tiga kategori wisata alam, sejarah/budaya, dan hiburan. Sebaran obyek wisata tersebut dapat dilihat pada Tabel 1-2

Tabel 1.2
Sebaran dan Jumlah Obyek Wisata Tiap Kabupaten
di Provinsi Bengkulu

Kabupaten/Kota	Jenis Wisata			Jumlah
	Alam	Sejarah/Budaya	Hiburan	
1. Bengkulu Selatan	19	2	3	24
2. Bengkulu Tengah	24	3	1	28
3. Bengkulu Utara	23	0	5	28
4. Kaur	26	5	1	32
5. Kepahiang	6	0	0	6
6. Lebong	17	7	1	25
7. Mukomuko	24	4	3	31
8. Rejang Lebong	18	3	5	26
9. Seluma	16	3	0	19
10. Bengkulu	34	12	2	48
Provinsi Bengkulu	207	39	21	267

Sumber : http://statistik.bengkuluprov.go.id/wisata/print_obyek/

Data ini menunjukkan bahwa jumlah obyek wisata terbanyak adalah di Kota Bengkulu. Dengan luas wilayah yang hanya 144,52 km² wisatawan sangat mudah menjangkau seluruh obyek wisata tersebut.

Salah satu destinasi wisata yang dapat menjadi pusat kunjungan wisatawan karena berdekatan dengan berbagai destinasi wisata lainnya (misalnya wisata budaya, sejarah, bahari, ekowisata, dan wisata alam) adalah Pantai Panjang. Pada tingkat nasional, kawasan wisata Pantai Panjang telah ditetapkan sebagai Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional. Selanjutnya dikeluarkan Perda nomor 02 tahun 2012

kawasan Pantai Panjang ditetapkan sebagai kawasan strategisnya kota, dan Perda nomor 14 tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Bengkulu tahun 2012-2032, Pantai Panjang disebut sebagai salah satu kawasan strategis wisata alam. Dalam perjalanannya, proses pembangunan di kawasan ini terus berlangsung melalui berbagai sumber dana (APBN maupun APBD), sehingga dilakukan pengalihan pengelolaan dari pemerintah Provinsi Bengkulu Ke Pemerintah Kota Bengkulu. Tetapi dalam perjalanannya, terjadi proses penarikan kembali pengelolaan kawasan ini, dan berakibat ketidak jelasan pengelolaan kawasan ini.

Dukungan kebijakan terhadap pengelolaan dan pengembangan Destinasi Wisata Kawasan Pantai Panjang, sebenarnya sudah cukup kuat. Namun jika dilihat dari kenyataannya, kemajuan implementasi kebijakan tersebut tidak tercermin pada kondisi destinasi wisata Pantai Panjang yang masih biasa-biasa saja. Hal ini senada dengan pernyataan Revolina (2020), bahwa Pantai Panjang, sebuah kawasan wisata alam di Kota Bengkulu, menjadi pilihan alternatif yang sering dikunjungi oleh wisatawan. Namun, pengelolaannya tidak dilakukan dengan optimal, yang berakibat pada terjadinya berbagai permasalahan baik dari segi lingkungan, sosial, ekonomi, maupun kelembagaan. Selanjutnya menurut Mutiara *et al.* (2018), Diperlukan upaya pengembangan Pantai Panjang ini, namun hal ini harus mempertimbangkan banyak faktor. Para stakeholder yang terkait dengan potensi wisata alam tersebut harus terlibat aktif. Selain itu, partisipasi masyarakat dan proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi program pengembangan memiliki peran yang krusial dalam menentukan keberhasilan pengembangan wisata alam tersebut. Melibatkan masyarakat secara aktif adalah penting agar mereka merasa bertanggung jawab dalam pengembangan pariwisata Pantai Panjang.

Melihat besarnya potensi Kawasan Pantai Panjang sebagai salah satu lokomotif penggerak pertumbuhan ekonomi daerah, terutama sebagai sumber ekonomi masyarakat setempat, maka diperlukan suatu upaya yang terencana, terdokumentasi dan terintegrasi agar Destinasi Wisata Kawasan Pantai Panjang betul-betul dapat menjadi tumpuan pertumbuhan ekonomi di sektor pariwisata daerah dan juga nasional. Penunjukan pengelolaan kawasan Pantai Panjang dari Gubernur Provinsi Bengkulu kepada Walikota Bengkulu pada Tahun 2013 sebagaimana tertuang dalam Surat Keputusan Nomor F.250.I.Tahun 2013 belum dapat dimanfaatkan secara optimal, yang menyebabkan penunjukan tersebut ditarik kembali

berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bengkulu No.A.240.B.1 Tahun 2018. Hal ini membuat pengelolaan kawasan ini menjadi tidak menentu yang pada akhirnya berdampak pada seluruh aktivitas, khususnya berkaitan dengan unsur 4A (atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary*), menjadi tidak jelas. Pengamatan di awal kajian menunjukkan bahwa kawasan wisata Pantai Panjang terkesan kumuh oleh berbagai bangunan liar, kurangnya aspek keamanan, belum tersedianya prasarana penampungan sampah sehingga banyak sampah berserakan. Pada kondisi inilah diperlukan upaya-upaya untuk dapat merevitalisasi pengelolaan kawasan Pantai Panjang melalui kajian pengelolaan Pantai Panjang.

Terkait dengan strategi pengembangan wisata Pantai Panjang, beberapa penelitian telah dilakukan sebelumnya. Dua diantaranya adalah strategi dari perspektif konservasi lingkungan (Mutiara, dkk.2018), dan strategi pengembangan dari perspektif wisatawan dan masyarakat lokal (Pratama dan Sakti, 2015). Persamaan keduanya adalah bahwa dilihat dari *positioning* kawasan wisata Pantai Panjang berada pada kuadran I (*rapid growth strategy*). Posisi ini merekomendasikan bahwa pengelola harus menjalankan strategi yang mampu meningkatkan laju pertumbuhan kunjungan wisatawan dengan memaksimalkan semua peluang seperti pengembangan Tapak Paderi dan Pantai Jakat. Sementara dari perspektif wisatawan dan masyarakat lokal merekomendasikan lima strategi: 1) pengembangan infrastruktur sarpras wisata, 2) pengembangan modal usaha, 3) pengembangan obyek dan daya tarik wisata yang berkelanjutan, 4) pemeliharaan dan pengelolaan yang berkelanjutan, dan 5) promosi obyek wisata. Sejak 2015 sampai dengan 2018 rekomendasi ini tidak membuahkan hasil yang memuaskan. Justru kondisi “kesemrawutan” makin terlihat. Pembangunan yang dilaksanakan dengan dana APBN dan APBD terkesan belum memberikan *multiplier effect* sebagaimana diharapkan. Yang terjadi kemudian adalah pembangunan secara tidak terencana, khususnya “pembangunan” kios para pedagang yang tidak dapat dikendalikan. Diduga masalah utama di kawasan wisata Pantai Panjang adalah ketidakjelasan siapa yang berwenang dan bertanggung terhadap pengelolaan kawasan ini. Kejelasan ini akan memberikan solusi bagi permasalahan baik di “hulu” maupun di “hilir” dari proses pembangunan kawasan Pantai Panjang.

Untuk kepentingan perencanaan pembangunan kepariwisataan daerah, Kawasan Pantai Panjang meliputi kawasan mulai dari Hitam (perbatasan Kota Bengkulu dengan Kabupaten Bengkulu Tengah) hingga Kawasan Pasir Putih yang berbatasan dengan TWA

Pantai Panjang. Jadi Kawasan Wisata Pantai Panjang saat ini meliputi Pantai Sungai Hitam, Pantai Kualo, Pantai Pasar Bengkulu, Pantai Jakat, Pantai Pondok Besi, Tapak Paderi dan Pelabuhan Lama, Pantai Malabero, Pantai Sumur Meleleh, Pantai Berkas dan Pantai Panjang, yang panjangnya $\pm 11,7$ km. Kawasan pantai saat ini meliputi wilayah Kecamatan Ratu Agung, Kecamatan Teluk Segara, dan Kecamatan Ratu Samban.

I.2 Rumusan Masalah

Dari gambaran kondisi eksisting potensi, harapan dan permasalahan terkait dengan pengembangan potensi pariwisata di Pantai Panjang Kota Bengkulu maka masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah strategi pengembangan pariwisata seperti apa yang dapat dijadikan basis untuk mengembangkan kawasan wisata Pantai Panjang di Kota Bengkulu yang mandiri, prospektif dan berkelanjutan?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan kegiatan ini adalah:

- (1) Mengidentifikasi isu-isu dan permasalahan serta analisis potensi pengelolaan Kawasan Wisata Pantai Panjang pada saat ini.
- (2) Menyusun analisis strategi pengembangan potensi Kawasan Wisata Pantai Panjang, berdasarkan prioritas.

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil kegiatan ini yang berupa Dokumen Strategi dan analisis pengelolaan dan pengembangan Kawasan Wisata Pantai Panjang diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi salah satu acuan bagi pihak pemerintah pusat, pemerintah daerah, pihak swasta (pengusaha dan pelaku wisata) dan masyarakat dalam upaya secara terintegrasi mengelola dan mengembangkan Destinasi Kawasan Wisata Pantai Panjang kearah kemajuan yang diharapkan.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

II. 1 Kajian Pustaka

Mutiara, dkk. (2018) dengan judul penelitian “Potensi Pengembangan Pariwisata Pantai Panjang Kota Bengkulu Dalam Perspektif Konservasi Lingkungan” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengoptimalkan potensi dan peluang Pantai Panjang sebagai destinasi pariwisata dan menjadikannya sebagai kawasan wisata yang unggul. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penilaian dan penggunaan *checklist* sederhana. Observasi atau pengamatan dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik dari kawasan wisata Pantai Panjang. Penelitian ini bersifat deskriptif, di mana Penelitian ini melibatkan paparan dan penyajian liputan peristiwa dengan mengidentifikasi masalah substansial di kawasan wisata Pantai Panjang. Metode analisis SWOT juga digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil adalah pengembangan kawasan wisata di Pantai Panjang dalam perspektif konservasi lingkungan perlu dikembangkan sebagai kawasan wisata regional. Terdapat lima strategi pengembangan yang direkomendasikan: (1) Pengembangan infrastruktur sarana dan prasarana wisata, (2) Pengembangan modal usaha, (3) Pengembangan objek dan daya tarik wisata yang berkelanjutan, (4) Pemeliharaan dan pengelolaan wisata Pantai Panjang yang berkelanjutan, dan (5) Promosi objek wisata Pantai Panjang.

Pratama dan Sakti (2015) dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Panjang Bengkulu, Ditinjau Dari Perspektif Wisatawan dan Masyarakat Lokal” Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi daya tarik wisata, mengevaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (kesempatan dan ancaman), dan mengkaji program pengembangan pariwisata yang cocok berdasarkan perspektif wisatawan dan masyarakat lokal di Pantai Panjang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk mengidentifikasi ketersediaan infrastruktur dan potensi serta daya tarik pariwisata, serta analisis kuantitatif dengan menggunakan matriks IFAS sebagai alat bantu. (*internal factor analysis strategy*) dan matrik EFAS (*external factor analysis strategy*) . Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Pantai Panjang memiliki potensi daya tarik pariwisata dengan skor faktor internal sebesar +0,910 dan faktor eksternal dengan

skor +1,90. Dengan demikian, dalam matriks grand strategy (matriks internal-eksternal), Pantai Panjang berada pada posisi strategi pertumbuhan di sel 1. Posisi ini mengindikasikan strategi pertumbuhan dan pengembangan (Rapid growth strategy), yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan cepat (lebih tinggi pada tahun kedua dan seterusnya), serta meningkatkan kualitas sebagai kekuatan utama dalam memanfaatkan semua peluang yang ada (grand strategy). Usaha pengembangan Tapak Paderi dan Pantai Jakat diarahkan untuk menjadi pembangunan yang berkelanjutan (sustainable).

Revolina. E dkk. (2020). Dengan judul “Kesesuaian Lahan dan Keberlanjutan Pengelolaan Kawasan Wisata Alam Pantai Panjang di Kota Bengkulu”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kesesuaian lahan dan status keberlanjutan pengelolaan kawasan wisata alam Pantai Panjang di Kota Bengkulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif untuk menganalisis kesesuaian lahan kawasan wisata alam Pantai Panjang. Selain itu, metode penilaian cepat untuk pesisir atau Rapid Appraisal for Coastal (Rap-Coast) digunakan untuk menilai status keberlanjutan pengelolaan kawasan wisata alam Pantai Panjang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kawasan wisata Pantai Panjang sangat sesuai (kategori S1) untuk kegiatan wisata, dan mendapatkan skor 89,286% pada skala nilai 80-100%.

Nugraha. dkk. (2013). Dengan judul “Studi Kesesuaian dan Daya Dukung Kawasan untuk Rekreasi Pantai di Pantai Panjang Kota Bengkulu”. Fokus utama dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji tingkat kesesuaian dan kapasitas kawasan Pantai Panjang, terutama dalam konteks kegiatan rekreasi pantai. Penelitian dilakukan melalui observasi lapangan dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder selama periode dua bulan dari bulan Juli 2012 hingga Agustus 2012 di Pantai Panjang, Kota Bengkulu. Penelitian ini melibatkan tujuh titik lokasi sampling yang mencakup area pantai dari bagian selatan hingga bagian utara. Metode yang digunakan untuk menganalisis hasil penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan analisis Indeks Kesesuaian Wisata (IKW) dan Daya Dukung Kawasan (DDK) untuk menghasilkan nilai kesesuaian dan daya dukung kawasan wisata. Berdasarkan hasil perhitungan Indeks Kesesuaian Wisata untuk kegiatan rekreasi pantai, sebagian besar wilayah pesisir Pantai Panjang Kota Bengkulu memiliki nilai di atas 80%. Hal ini mengindikasikan bahwa wilayah pesisir Pantai Panjang Kota Bengkulu tergolong dalam kategori Sangat Sesuai (S1) untuk kegiatan rekreasi pantai. Selain itu, nilai

Daya Dukung Kawasan Pantai Panjang diperkirakan sekitar 42.045 orang per hari.

Setiadi dan Fitri (2018). Dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu”. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Pantai Panjang di Kota Bengkulu. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk survei dengan mengambil sampel dari populasi wisatawan yang mengunjungi Pantai Panjang dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang telah diisi oleh responden. Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Panjang Bengkulu, dengan sampel yang diambil menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif statistik dan analisis regresi linier sederhana.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dan yang dilakukan peneliti adalah hasil akhir dari penelitian itu sendiri. Kedua penelitian di atas menempatkan *positioning* kawasan wisata Pantai Panjang berada pada kuadran I (*rapid growth strategy*). Posisi ini merekomendasikan bahwa pengelola harus menjalankan strategi yang mampu meningkatkan laju pertumbuhan kunjungan wisatawan dengan memaksimalkan semua peluang seperti pengembangan Tapak Paderi dan Pantai Jakat. Sementara dari perspektif wisatawan dan masyarakat lokal merekomendasikan lima strategi: 1) pengembangan infrastruktur sarpras wisata, 2) pengembangan modal usaha, 3) pengembangan obyek dan daya tarik wisata yang berkelanjutan, 4) pemeliharaan dan pengelolaan yang berkelanjutan, dan 5) promosi obyek wisata. Sementara pada penelitian ini hasil akhirnya nanti berupa Dokumen Strategi pengelolaan dan pengembangan Kawasan Wisata Pantai Panjang yang diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi salah satu acuan bagi pihak pemerintah pusat, pemerintah daerah, pihak swasta (pengusaha dan pelaku wisata) dan masyarakat dalam upaya secara terintegrasi mengelola dan mengembangkan destinasi Kawasan Wisata Pantai Panjang kearah kemajuan yang diharapkan.

II.2 Landasan Teori

II.2.1 Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dengan pertumbuhan yang signifikan.

Hal tersebut dikarenakan adanya pertumbuhan perjalanan wisata baik domestik maupun internasional (Mudrikah, 2014). Pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003). Adapun jenis-jenis pariwisata menurut Pendit (2002) terbagi menjadi wisata budaya, kesehatan, olah raga, komersial, industri, politik, konvensi, sosial, pertanian, maritim (bahari), cagar alam, buru, pilgrim, wisata bulan madu, dan wisata petualangan. Menurut Pendit (1994), konsep wisata yang disajikan dapat diklasifikasikan sebagai berikut: Pertama, elemen-elemen yang dapat dinikmati secara alami, seperti udara, cuaca, iklim, pemandangan alam, dan keindahan lingkungan sekitar (misalnya potensi wisata bahari). Kedua, elemen-elemen pariwisata yang diciptakan, seperti monumen, situs bersejarah, peninggalan arkeologi, warisan budaya, tempat pemandian, bangunan penting dan unik, candi, masjid, gereja, serta berbagai layanan yang terkait dengan industri pariwisata.

II.2.1.1 Pariwisata Bahari

Wisata Bahari merujuk pada segala kegiatan rekreasi yang dilakukan di lingkungan kelautan atau bahari, termasuk daerah pantai, pulau-pulau terdekat, dan wilayah perairan termasuk permukaan, kedalaman, dan dasar laut, termasuk taman laut. Wisata Bahari melibatkan aktivitas yang menantang, membutuhkan keberanian, ketenangan, memiliki nilai historis, dan yang paling penting, mencerminkan cinta terhadap lingkungan laut dan kehidupannya. Tempat-tempat Taman Wisata Bahari umumnya terletak di lokasi yang memiliki lingkungan alami, nyaman, dan sehat, sehingga menciptakan pengalaman rekreasi yang optimal.

Dalam konteks rekreasi, sebuah Taman Wisata Bahari harus menyediakan beberapa fasilitas yang meliputi: *Marina* (tempat berlabuhnya kapal), *Club House*, *Akuarium Laut*, *Ruang Rekreasi Aktif* (seperti kolam renang, area bermain anak-anak, dan area bermain untuk

dewasa), Ruang Rekreasi Pasif (Area Berjemur, Area Berkemah, Panggung Terbuka), Fasilitas Penginapan, Sarana Restoran, Kafe, Galeri Seni dan Pasar Seni.

II.2.1.2 Pariwisata Pantai

Wisata Pantai adalah salah satu bentuk penggunaan wilayah pesisir yang fokus pada kegiatan yang berpusat di sekitar daerah pantai, dengan mengambil manfaat dari sumber daya alam yang ada di pantai, baik di daratan maupun perairannya (Fandeli, 2000). Pantai merupakan daerah yang unik, karena merupakan pertemuan antara daratan dengan perairan laut. Alam pantai mempunyai beberapa karakter yang khas dan berbeda dengan daerah lainnya. Pesisir atau pantai adalah area transisi antara daratan dan lautan, dengan dua jenis batas yaitu batas sepanjang garis pantai dan batas tegak lurus garis pantai. Wisata pantai dapat dijelaskan sebagai kegiatan pariwisata yang dilaksanakan khusus di area pantai.

Wisata pantai tentu memiliki beberapa kriteria yang harus terpenuhi agar pantai tersebut layak menjadi destinasi wisata. Hal-hal seperti tipe pantai, lebar pantai, kemiringan pantai, kecerahan perairan, kecepatan arus, kedalaman perairan, material dasar perairan, gelombang, arus laut, keberadaan biota berbahaya dan ketersediaan air tawar tentu saja menjadi hal penting dalam menunjang kegiatan pariwisata di pantai itu sendiri.

Tipe atau bentuk pantai menjadi faktor penting dalam menentukan jenis rekreasi yang akan menjadi daya tarik pariwisata di pantai itu sendiri. Menurut bentuknya ada empat macam pantai, yaitu pantai landai, pantai curam, pantai bertebing dan pantai karang

Gelombang juga menjadi faktor penting jika terdapat rekreasi air pada pariwisata pantai. Gelombang merupakan gerakan naik turunnya air laut di sepanjang permukaan air. Gerakan gelombang terjadi karena angin yang berhembus di atas permukaan perairan. Beberapa karakteristik gelombang meliputi: pantulan (*reflection*), di mana gelombang akan dipantulkan saat mencapai pantai dengan topografi tebing atau penghalang yang memiliki bidang pantul yang tegak lurus terhadap arah datangnya gelombang; pembelokan (*refraction*), di mana gelombang akan diarahkan ke pusat tertentu sehingga tampaknya gelombang yang datang akan menuju titik tersebut; dan difraksi (*diffraction*), di mana gelombang akan melengkung ke berbagai arah sehingga tampaknya gelombang menyebar di sepanjang garis pantai.

II.2.3 Potensi

Potensi menurut Ensiklopedia Indonesia (1997) berasal dari bahasa latin yaitu *potentia* yang artinya kemampuan. Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan. Menurut KBBI Potensi adalah kemampuan, kekuatan, kesanggupan, daya yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan. Hafiz. A (2013) menjelaskan bahwa potensi adalah kemampuan yang belum terungkap, kekuatan yang masih tersembunyi, atau keberhasilan yang belum dimanfaatkan. Potensi dapat diibaratkan sebagai kekuatan atau daya yang belum diaktifkan, baik karena merupakan potensi bawaan atau bakat alami maupun hasil dari rangsangan dan latihan dalam proses perkembangan. Dengan mempertimbangkan berbagai definisi tersebut, potensi dapat dipahami sebagai kemampuan dasar yang tersembunyi dan hasilnya dapat dirasakan setelah kemampuan tersebut dikembangkan.

II.2.3.1 Potensi Wisata

Potensi wisata menurut Pitana (2009) adalah daya tarik yang terkandung pada suatu daerah untuk dikembangkan menjadi suatu obyek wisata yang menarik sehingga dari situ dapat menarik kunjungan wisatawan untuk datang ke daerah tersebut dan biasanya masih belum dikelola dengan baik. Potensi wisata merupakan segala hal dan kejadian yang diatur dan disediakan sehingga dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata baik berupa suasana, kejadian, benda, maupun jasa. Potensi wisata juga dapat berupa sumber daya alam yang beraneka ragam dari aspek fisik dan hayati, serta kekayaan budaya manusia yang dapat di kembangkan untuk pariwisata

II.2.3.2 Potensi Wisata Pantai

Haryono W. (1978) dalam bukunya yang berjudul “Pariwisata Rekreasi dan Entertainment” menyebutkan bahwa berdasarkan karakteristiknya potensi wisata pantai dapat dibagi menjadi:

1. Rekreasi alam, berjalan-jalan menikmati keindahan alam pantai, melihat matahari terbit atau tenggelam dan sebagainya.
2. Rekreasi buatan, pembinaan fisik, seperti: memancing, berenang serta mendayung.

Berdasarkan bentuknya dapat dibagi menjadi:

1. Rekreasi dalam ruang, rekreasi yang dilakukan di dalam ruangan ini dilakukan relatif lebih lama karena tidak terganggu oleh cuaca.
2. Rekreasi di luar ruangan, dilakukan di luar ruangan pada udara terbuka dan dapat dipengaruhi oleh cuaca.

Berdasarkan tipenya dapat dibagi menjadi:

1. Rekreasi pasif, kegiatannya tidak banyak mengeluarkan tenaga seperti: menikmati pemandangan, makan dan minum, membaca buku, santai dan sebagainya.
2. Rekreasi aktif, kegiatannya banyak mengeluarkan tenaga, orang yang melakukan kegiatan ini ikut terlibat aktif dalam kegiatan rekreasi.

II.2.3.3 Potensi Wisata Pantai Panjang

Pantai Panjang termasuk dalam kategori pantai yang memiliki pasir. Keberadaan pasir dengan tekstur yang halus dan warna putih yang bersih menjadi faktor penting dalam menjalankan kegiatan rekreasi pantai, jika dibandingkan dengan pantai yang berbatu atau berlumpur. Pasir putih memiliki sifat yang tidak mudah menyerap sinar matahari sehingga tidak membuat panas. Para pengunjung dapat melakukan berbagai aktivitas yang tidak dapat dilakukan di pantai yang berbatu atau berlumpur, seperti bermain pasir, bermain olahraga (seperti sepak bola dan voli pantai), berkemah, dan sebagainya. Menurut Sunarto (1991), pantai yang diperuntukkan sebagai tujuan pariwisata adalah pantai yang memiliki daya tarik keindahan yang dapat dinikmati oleh para pengunjung wisata.

Berdasarkan hasil pengukuran lapangan, perairan di Pantai Panjang memiliki kedalaman antara 1 hingga 2 meter, yang tidak termasuk dalam kategori dalam. Variasi tingkat kedalaman ini disebabkan oleh kondisi topografi pantai. Sesuai dengan Pedoman Baku Mutu Air Laut yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup, melalui SK Menteri Lingkungan Hidup No 51 tahun 2004 tentang baku mutu air laut, kedalaman perairan di Pantai Panjang Kota Bengkulu memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai kawasan wisata..

Pantai Panjang Kota Bengkulu ditandai dengan kemiringan pantai yang cenderung landai. Selain memiliki pasir putih, kemiringan pantai Pantai Panjang memiliki sudut kurang dari 10 derajat. Keadaan ini menjadikan Pantai Panjang memiliki tingkat kesesuaian yang tinggi untuk dijadikan destinasi rekreasi pantai yang menarik. Dalam penelitiannya, Yulianda

(2007) menjelaskan bahwa keberadaan kemiringan pantai yang landai dan datar akan memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi wisatawan yang mengunjungi pesisir dan laut.

Dengan kesesuaian kondisi ekologis dan topografi Pantai Panjang yang mendukung adanya aktivitas rekreasi pantai dan beragam potensi wisata yang nantinya bisa dikembangkan seperti *diving*, *snorkeling*, berenang, berperahu, berjemur, rekreasi pantai, olahraga air, memancing, wisata mangrove dan banyak potensi lainnya yang belum tergali membuat Pantai Panjang menjadi destinasi wisata yang layak dikembangkan menjadi destinasi rekreasi pantai untuk kedepannya.

Semua potensi tersebut tentu saja bisa menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung dan berwisata di Pantai Panjang, namun semua potensi tersebut harus terlebih dahulu dikaji dan dibuat strategi yang matang untuk selanjutnya dilakukan pengembangan. Menurut Cooper (1993) dalam buku yang berjudul *Tourism: Principle and Practise* sebelum sebuah destinasi diperkenalkan dan dijual, terlebih dahulu harus mengkaji empat aspek utama (4A) yang harus dimiliki, yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary*

1) Atraksi

Atraksi adalah produk utama dari sebuah destinasi, atraksi berkaitan dengan apa yang bisa dilihat (*what to see*), apa yang bisa dilakukan (*what to do*), apa yang bisa dibeli (*what to buy*) di suatu destinasi wisata sehingga bisa menjadi unsur daya tarik dan magnet bagi kedatangan wisatawan di suatu lokasi wisata. Atraksi ini bisa berupa objek alamiah karunia Tuhan YME seperti keindahan panorama alam dan keunikan alam, selain itu dapat berupa akar budi manusia seperti seni dan budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Untuk menikmati atraksi wisata ini ada yang tidak perlu dilakukan persiapan terlebih dahulu seperti menikmati pemandangan alam, suasana pantai, danau, bangunan dan lain lain, selain itu ada yang perlu dilakukan persiapan terlebih dahulu dan disajikan sebagai suatu pertunjukan seperti seni budaya daerah, pertandingan olahraga dan lain lain.

2) Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi wisata. Akses jalan raya dan ketersediaan sarana transportasi yang baik merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi wisata. Banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan

budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi *individual tourist*, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan *travel agent*, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik yang tersedia ke lokasi wisata.

3) Amenitas

Amenitas merupakan segala fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para wisatawan selama berada di suatu destinasi. Ini meliputi akomodasi untuk menginap, tempat makan dan minum seperti restoran atau warung, serta fasilitas pendukung lainnya seperti toilet umum, area istirahat, tempat parkir, fasilitas kesehatan, dan sarana ibadah. Penting untuk mempertimbangkan situasi dan kondisi destinasi serta kebutuhan wisatawan dalam menyediakan fasilitas ini. Tidak semua amenitas perlu berada di dekat dan di area utama destinasi. Misalnya, untuk destinasi alam dan situs bersejarah, sebaiknya fasilitas komersial seperti hotel, restoran, dan area istirahat ditempatkan agak jauh dari lokasi tersebut.

4) Ancillary

Ancillary berkaitan dengan ketersediaan suatu organisasi atau individu yang bertanggung jawab mengelola destinasi tersebut. Hal ini menjadi penting karena walaupun destinasi memiliki atraksi, aksesibilitas, dan amenitas yang baik, tanpa adanya pengelolaan yang efektif, destinasi tersebut dapat terlantar dan tidak mampu memberikan nilai tambah bagi wisatawan. Organisasi yang terlibat dapat berupa perusahaan atau organisasi masyarakat yang menjalankan tugasnya seperti suatu perusahaan. Organisasi ini bertanggung jawab mengelola destinasi dengan tujuan memberikan manfaat kepada pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat lokal, wisatawan, lingkungan, dan pemangku kepentingan lainnya.

II.2.4 Strategi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani strategi yang diartikan sebagai "*The art of the general*" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan.

Menurut Triton (2009) dalam bukunya yang berjudul *Marketing Strategic*, Chandler menyatakan bahwa strategi adalah rencana jangka panjang dan target utama perusahaan, serta serangkaian langkah dan penggunaan sumber daya yang krusial untuk mencapai tujuan tersebut. Child (2009) dalam pandangannya, menyatakan bahwa strategi merupakan pemilihan fundamental atau krusial terkait dengan tujuan dan metode yang diterapkan dalam bisnis.

Masih di dalam buku yang sama Johnson dan Scholes (2009) menguraikan bahwa strategi merujuk pada visi dan ruang lingkup yang diinginkan oleh suatu organisasi dalam jangka panjang. Strategi ini mempertimbangkan penyesuaian sumber daya dengan perubahan lingkungan, terutama pasar, pelanggan, dan klien, guna memenuhi harapan para pemangku kepentingan.

II.2.4.1 Strategi Peningkatan

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti kata peningkatan adalah proses, cara, perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dsb). Jadi peningkatan adalah lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan, peningkatan berarti kemajuan, penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik.

Menurut Adi D.K. (2001) dalam kamusnya, konsep peningkatan berasal dari kata "tingkat" yang mengimplikasikan adanya lapisan-lapisan dalam suatu struktur yang terorganisir dengan baik, sehingga membentuk suatu susunan yang optimal. Peningkatan sendiri merujuk pada kemajuan individu dari keadaan tidak mengetahui menjadi mengetahui, dari tidak mampu menjadi mampu.

Peningkatan adalah proses, cara perbuatan untuk menaikkan sesuatu atau usaha kegiatan untuk memajukan sesuatu, ke sesuatu yang lebih baik lagi daripada sebelumnya. Sehingga strategi peningkatan dapat diartikan sebagai rencana atau tujuan dasar jangka

panjang yang berlapis-lapis dan tersusun sedemikian rupa yang bertujuan untuk memajukan sesuatu kearah yang lebih baik.

II.2.4.2 Faktor Internal dan Eksternal Yang Memengaruhi Peningkatan Wisata

Faktor internal terdiri dari elemen-elemen yang memengaruhi daya tarik pariwisata, termasuk kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), yang memainkan peran penting dalam menarik minat wisatawan. Analisis faktor internal, yang mencakup kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang kondisi internal suatu daerah tersebut. Menurut Pearce dan Robinson (2007), kekuatan merujuk pada sumber daya atau kemampuan yang dikuasai atau tersedia bagi suatu perusahaan, yang memberikan keunggulan relatif perusahaan tersebut dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayani. Di sisi lain, kelemahan mengacu pada keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kemampuan suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam efektifitas memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Pearce dan Robinson (2007), faktor eksternal mencakup peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dalam hal daya tarik wisata untuk menarik wisatawan. Analisis faktor eksternal yang meliputi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dilakukan untuk memahami posisi suatu daerah dalam menghadapi lingkungannya yang bersifat eksternal. Menurut Pearce dan Robinson (2007) peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan, sedangkan ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.

II.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Atraksi dapat meningkatkan kunjungan wisata
2. Bagaimana Aksesibilitas dapat meningkatkan kunjungan wisata
3. Bagaimana Amenitas dapat meningkatkan kunjungan wisata
4. Bagaimana *Ancillary* dapat meningkatkan kunjungan wisata

II.3.1 Hubungan Potensi Wisata Terhadap Kunjungan Wisata

Potensi wisata yang dikelola dengan baik dan berkualitas akan meningkatkan kunjungan wisata. Yang dimaksud pengelolaan yang baik itu berhubungan dengan pengelolaan ke 4 aspek (4A) yang harus dimiliki, yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary*.

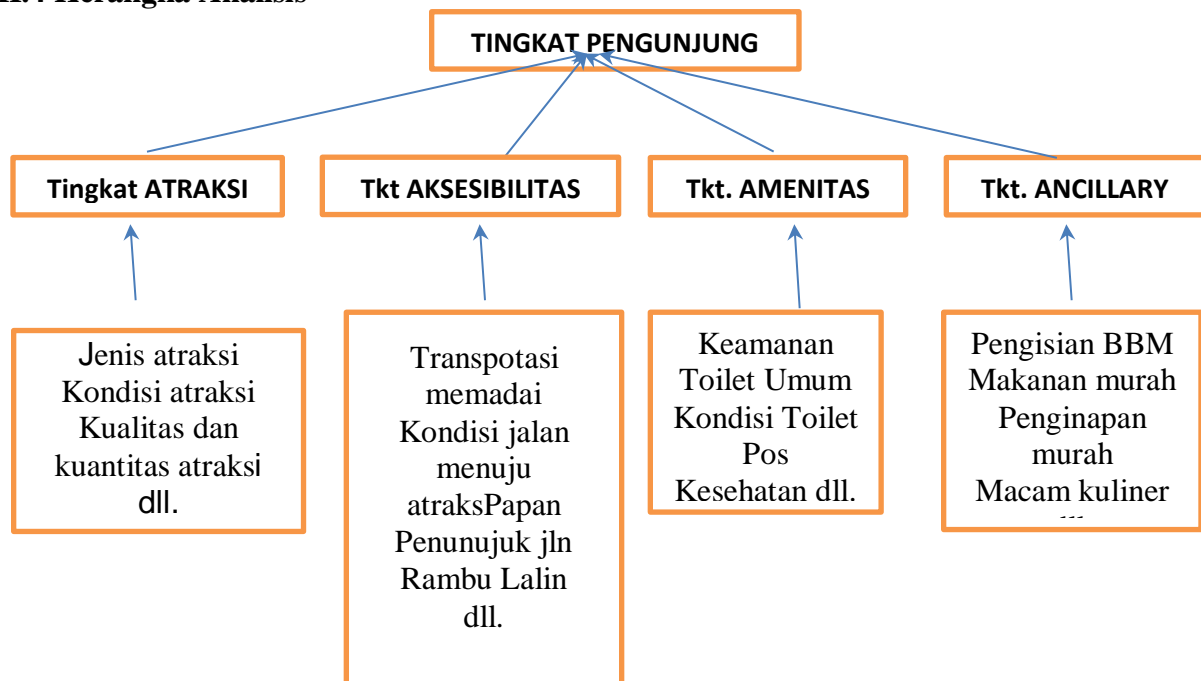
Dengan atraksi yang terjaga kelestariannya membuat pengunjung dapat menikmati keindahan panorama alam dengan kagum dan terpujau dan akan meninggalkan kesan yang baik. Hal tersebut akan menarik pengunjung lain yang penasaran dengan keindahan dan kelestarian atraksi yang dimiliki tempat wisata tersebut.

Dengan aksesibilitas yang mudah dan terjangkau juga dilengkapi dengan berbagai macam transportasi umum yang memadai membuat pengunjung tidak akan ragu dalam memutuskan untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

Dengan amenitas yang lengkap dan dekat dengan tempat wisata membuat para pengunjung merasa aman dan nyaman jika berkunjung ke suatu objek wisata, para wisatawan akan memikirkan kembali untuk tinggal lebih lama karena kenyamanan yang dirasakan.

Dengan *ancillary* yang terstruktur dan pengelolaan yang jelas akan membuat objek wisata terawat dan terurus dengan baik sehingga terjaga kelestarian dan fasilitas fasilitas di dalamnya, yang tentu saja menjadi nilai jual bagi wisatawan yang berkunjung.

II.4 Kerangka Analisis



BAB 3

METODE PENELITIAN

III.1 Data dan Responden

Data yang dibutuhkan untuk kegiatan Analisis Peningkatan Potensi Sektor Pariwisata Pantai Panjang Di Kota Bengkulu ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut Misbahuddin dan Hasan (2013), data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.

Survei lapangan dilakukan untuk mengumpulkan semua data primer yang dilakukan dengan metode survey melalui observasi (pengamatan langsung), wawancara dan dokumentasi. Pengumpulan data primer dengan metode wawancara, menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang dipersiapkan oleh peneliti. Responden untuk keperluan wawancara terdiri dari 60 orang, yang meliputi para pelaku bisnis (kuliner, atraksi pantai, pengelola hotel/*homestay* dan para Asosiasi Pariwisata serta aparat pemerintah).

III.2 Penyusunan Kuesioner

Menurut Irawan (1999), metode survei adalah metode (penelitian) yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Kuesioner diperlukan sebagai alat bantu mempermudah pengumpulan data primer untuk mendapatkan nilai berbagai parameter yang diamati. Untuk kepentingan analisis pengelolaan Pantai Panjang Bengkulu, diperlukan data primer yang akan dikumpulkan dengan metode observasi, dokumentasi dan wawancara yang menggunakan bantuan kuesioner.

Bentuk kuesioner yang dipergunakan dalam kegiatan ini adalah kuesioner tertulis. Kuesioner yang disusun adalah untuk pengumpulan data primer yang meliputi aspek persepsi responden (pelaku pariwisata), kondisi terkini (*existing condition*), dan penilaian para pakar. Kuesioner untuk responden di lokasi wisata dibagi atas dua yakni kuesioner untuk mendapatkan informasi tentang persepsi, dan kuesioner untuk mendapatkan data kondisi terkini kawasan Pantai Panjang. Sedangkan kuesioner untuk pakar terkait dengan penentuan

bobot dan ranking. Penyusunan kuesioner terkait faktor-faktor kunci untuk setiap komponen SWOT.

III.3 Pengumpulan data

Pengumpulan data dimulai dengan identifikasi terhadap faktor-faktor pada masing-masing komponen SWOT.

Faktor kunci dari empat aspek 4A (*amenity, accessibility, ancillary, attraction*), Kelembagaan, Sosial Budaya dan Ekonomi kemudian diklasifikasikan ke dalam komponen SWOT seperti terlihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1
Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Strengths/Kekuatan	Weaknesses/Kelemahan
1.	1.
2.	2.
3.	3.
Dst	Dst
Opportunities/Kesempatan	Threats/Ancaman
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.dst	4.dst

Sumber (David, 2011)

Pengumpulan data primer dilakukan di 5 titik berbeda. Untuk memperoleh informasi yang tepat pada lokasi kajian maka Kawasan Pantai Panjang dibagi atas 6 segmen pengamatan, ke 6 segmen tersebut adalah: 1). Pantai Jakat. 2). Pondok Besi dan Tapak Paderi. 3). Pantai Malabero. 4). Pantai Sumur Meleleh 5). Pantai Berkas. 6). Sungai Hitam sampai jembatan Kualo

Jumlah responden yang diwawancarai adalah 60 responden, sehingga setiap segmen jumlah respondennya adalah sepuluh orang. Kategori responden adalah wisatawan atau pengunjung dan mereka yang saat diwawancara memiliki usaha di lokasi tersebut. Jenis usaha yang pemiliknya dijadikan responden adalah : usaha kuliner (menetap maupun musiman), perbengkelan, penjual ikan segar, restoran dan jasa permainan.

Selain data primer, pengumpulan data sekunder dilakukan dengan menghimpun berbagai dokumen yang tersedia di berbagai instansi yang terkait dengan kepariwisataan, juga yang berkaitan dengan kawasan wisata Pantai Panjang Bengkulu.

III.4 Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data dilakukan dengan dua cara yakni pengolahan data bersifat kualitatif. Data yang bersifat umum (karakteristik responden, potensi wilayah, kondisi wilayah kajian) disusun dalam bentuk tabel untuk selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Untuk penentuan strategi, data diolah melalui dua tahap. Pertama, dengan mengelompokkan informasi faktor pengaruh melalui delapan langkah. Kedua, pengolahan data menggunakan teknik *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) (David, Fred.R. and Forest R. David. 2017). Delapan langkah pada tahap *Pertama* yaitu :

1. Menyusun daftar peluang-peluang utama (eksternal)
2. Menyusun daftar ancaman utama (eksternal)
3. Menyusun daftar kekuatan-kekuatan utama (internal)
4. Menyusun daftar kelemahan-kelemahan utama(internal)
5. Mencocokkan kekuatan (internal) dengan peluang (eksternal) dan dicatat dalam sel strategi S-O
6. Mencocokkan kelemahan (internal) dengan peluang (eksternal) dan dicatat dalam sel strategi W-O
7. Mencocokkan kekuatan (internal) dengan ancaman (eksternal) dan dicatat dalam sel strategi S-T
8. Mencocokkan kelemahan (internal) dengan ancaman (eksternal) dan dicatat dalam sel strategi W-T

Untuk memudahkan langkah pencocokkan ini maka pada saat menyusun daftar peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan maka pada setiap daftar tersebut harus diberikan symbol misalnya peluang (O₁, O₂, ...,O_n), ancaman (T₁,T₂...,T_n), kekuatan (S₁, S₂,...,S_n), dan kelemahan (W₁, W₂,W_n). Simbol-simbol ini menjadi dasar penyusunan setiap strategi alternatif. Secara matriks, kombinasi dari keempat komponen yang menghasilkan strategi alternatif dapat dilihat pada Tabel 3.2

Tabel 3.2

Matrik Alternatif Strategi Melalui SWOT

Internal Eksternal	Strengths – S Tentukan faktor-faktor kekuatan (internal)	Weaknesses – W Tentukan faktor-faktor kelemahan (internal)
Opportunities – O Tentukan faktor-faktor peluang (Eksternal)	S-O Strategies Ciptakan strategi yg menggunakan kekuatan utk memanfaatkan peluang	W-O Strategies Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats – T Tentukan faktor-faktor Ancaman (Eksternal)	S-T Strategies Ciptakan strategi yg menggunakan kekuatan utk mengatasi Ancaman	W-T Strategies Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : David, Fred, R. 2009

Tahap 1 ini menghasilkan alternatif strategi yang merupakan hasil dari kombinasi pencocokan antar faktor yang terdapat dalam setiap komponen SWOT. Sampai dengan tahap ini berbagai alternatif strategi dapat dibuat, namun demikian belum diketahui alternatif mana yang menjadi prioritas bagi pengambil keputusan. Oleh karena itu pengolahan data dilanjutkan ke tahap 2 yakni menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Setelah mendapatkan berbagai kombinasi alternatif strategi dari kegiatan tahap 1 maka pada tahap 2 ini dilakukan penentuan bobot dan ranking dari setiap faktor yang ada dalam kelompok eksternal maupun internal melalui dua langkah.

- 1) Penentuan rating dan bobot dari setiap aspek analisis dan faktor.

Penentuan bobot adalah menetapkan seberapa besar bobot dari masing-masing faktor terhadap seluruh komponen SWOT. Ini dilakukan dengan melibatkan responden (para pelaku usaha di kawasan wisata), para asosiasi pelaku pariwisata, dan pakar. Pembobotan terhadap setiap faktor di komponen SWOT dilakukan oleh responden dengan menconteng pada kolom yang telah disediakan.

Tabel 3.3 Pemberian Skor Untuk Perhitungan Rating Pada Faktor Eksternal dan Internal

No	Faktor Eksternal/Internal	Skor				
		1	2	3	4	5
	<i>Opportunities (O)</i>					
1					
2	dan seterusnya ...					
	<i>Threats (T)</i>					
1					
2	dan seterusnya...					
	<i>Strengths (S)</i>					
1					
2	dan seterusnya...					
	<i>Weaknesses (W)</i>					
1					
2	dan seterusnya...					

Pilihan skor yang diisikan mengikuti kaidah sebagai berikut :

Nilai 5: Jika faktor tersebut dinilai sangat penting/sangat kuat/sangat setuju

Nilai 4: Jika faktor tersebut dinilai penting/kuat/setuju

Nilai 3: Faktor netral

Nilai 2: Jika faktor tersebut dinilai kurang penting/kurang kuat/kurang setuju

Nilai 1: Jika faktor tersebut dinilai tidak penting/tidak kuat/tidak setuju

Dari analisis ini akan terlihat *rating* dari tiap faktor terhadap masing-masing komponen. Tahap ini menghasilkan matriks Faktor Eksternal (EFAS) dan Internal (IFAS), penyusunan *rating* setelah dilakukan tabulasi dari data responden dilakukan sebagaimana terlihat pada Tabel 3.3 berikut.

Tabel 3.4 Perhitungan Rating Berdasarkan Penilaian Responden

Faktor Eksternal/Internal	Responden							Jumlah	Rata-rata <i>Rating</i>
	1	2	3	4	5	60		
Eksternal									
1.....									
2.									
3.dst...									
Internal									

1.....									
2.									
3.dst...									

Langkah selanjutnya adalah menetapkan bobot dari setiap faktor Eksternal maupun Internal. Pada aktivitas ini, pembobotan dilakukan oleh 3 orang pakar sebagaimana telah disebutkan sebelumnya. Pembobotan dilakukan dengan melakukan perbandingan antar faktor dalam aspek Eksternal maupun Internal dalam sebuah matriks sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 3.5.

Pemberian skor dilakukan dengan mengikuti aturan sebagai berikut :
 Nilai diberikan pada perbandingan berpasangan antara dua indikator (faktor kiri dan faktor kanan) berdasarkan setiap faktor internal dan eksternal. Untuk menentukan bobot setiap faktor digunakan skala 1, 2, dan 3 dengan keterangan dengan memberi tanda (√) pada pilihan:

- Nilai 1: faktor kiri **kurang penting** dari pada faktor kanan
- Nilai 2: faktor kiri **sama penting** dari pada faktor kanan
- Nilai 3: faktor kiri **lebih penting** dari pada faktor kanan

Tabel 3.5

Matriks Pembobotan Faktor Eksternal dan Internal

No	Faktor Eksternal/ Internal	Faktor Eksternal/Internal							
		1	2	3	4	5	6	...	n
1								
2								
3								
4								
5								
6								
...								
n								

Sumber : David, Fred. R. and Forest R. David. 2017

Keterangan : Nomor urut 1 sampai dengan n adalah faktor eksternal/Internal

Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) merupakan teknik analitis yang dirancang untuk menentukan daya tarik relatif dari berbagai tindakan alternatif. Teknik ini secara objektif menunjukkan strategi mana yang terbaik. Menurut David, Fred. R. and Forest

R. David (2017) bahwa keistimewaan QSPM, selain rangkaian-rangkaian strateginya dapat diamati secara berurutan atau bersamaan, juga mendorong para penyusun strategi untuk memasukkan faktor-faktor eksternal dan internal yang relevan ke dalam proses keputusan.

QSPM menggunakan input dan hasil pencocokan dari analisis tahap 1 (analisis SWOT tahap awal) untuk secara objektif menentukan strategi yang hendak dijalankan di antara strategi-strategi alternatif. Langkah-langkah pengembangan QSPM:

1. Buat daftar berbagai peluang/ancaman eksternal dan kekuatan/kelemahan internal utama di kolom kiri QSPM
2. Memberikan *rating* dan bobot pada setiap faktor eksternal dan internal utama tersebut
3. Cermatilah matriks-matriks tahap 2 (pencocokan), dan mengidentifikasi berbagai strategi alternatif yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan oleh organisasi
4. Tentukan skor daya tarik (AS) dan hitung skor daya tarik total (TAS)
5. Hitunglah jumlah keseluruhan daya tarik total

Nilai AS (*Attractive Score*) adalah nilai yang diberikan oleh pakar (skala 1-4) terkait penilaian seberapa kuat setiap faktor kunci pada komponen SWOT terhadap setiap alternatif strategi yang telah disusun. Penetapan nilai AS dilakukan dengan membandingkan tingkat daya tarik masing-masing faktor terhadap strategi alternatif yang telah disusun sebelumnya. Faktor-faktor ini harus menjadi faktor penentu dalam penentuan strategi tersebut. Penetapan nilai ini dapat dilihat pada Tabel 3.6

Tabel 3.6 Penentuan nilai *Attractive Score* untuk Setiap Strategi Alternatif

No	Strategi 1:					Jumlah
	Faktor Internal dan Eksternal	<i>Attractive Score (AS)</i>				
		1	2	3	4	
1					
2					
3	dst.....					
No	Strategi 2:					Jumlah
	Faktor Internal dan Eksternal	<i>Attractive Score (AS)</i>				
		1	2	3	4	
1					
2					
3	dst.....					

No	Strategi n:					Jumlah
	Faktor Internal dan Eksternal	Attractive Score (AS)				
		1	2	3	4	
1					
2					
3	dst.....					

Nilai AS setiap faktor di masing-masing strategi kemudian dimasukkan ke dalam kolom (3, 5, 7, dan 9) pada Tabel 3.5 untuk mendapatkan nilai Matriks QSPM

Tabel 3.7 Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi							
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi...n	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Faktor Eksternal									
Peluang									
1.....									
2.....									
n.....									
Ancaman									
1.....									
2.....									
n.....									
Faktor Internal									
Kekuatan									
1.....									
2.....									
n.....									
Kelemahan									
1.....									
2.....									
n.....									
Total Skor TAS									

Sumber : David, Fred. R. and Forest R. David. 2017

Faktor eksternal dan internal pada kolom (1) diambil dari hasil identifikasi faktor internal dan eksternal. Kolom (2) diperoleh dari rata-rata hasil penilaian pakar yakni dengan melakukan perbandingan kepentingan antara pernyataan di setiap komponen SWOT (Internal dan Eksternal). Nilai TAS (*Total Attractive Score*) pada kolom (4), (6), (8), dan (10) merupakan hasil perkalian bobot (kolom 2) dari setiap faktor kunci (kolom 1) dengan AS (kolom 3).

Penentuan bobot (pada kolom 2) seperti disebutkan di atas, dilakukan dengan menggunakan penilaian para pakar. Pembobotan oleh pakar dilakukan terhadap keseluruhan faktor eksternal dan internal. Dalam kajian ini digunakan penilaian tiga orang yang dianggap dapat mewakili pendapat pakar terkait sektor pariwisata yakni:

1. Asosiasi Pariwisata : 2 orang
2. Dinas Pariwisata : 1 orang

Selain penggunaan pakar dalam pemberian bobot setiap faktor, kajian ini juga menggunakan pendapat akademisi dan sekaligus pakar dalam pemberian rating dari faktor-faktor tersebut. Dengan demikian maka terdapat empat orang pakar dalam pemberian bobot dan rating untuk melakukan penentuan strategi menggunakan QSPM

Strategi yang menjadi prioritas ditentukan oleh nilai terbesar dari jumlah total dari skor *Total Attractive Score* (TAS) dari setiap seluruh faktor kunci di setiap strategi alternatif. Pada Tabel 3.5 di atas, nilai ini ditunjukkan oleh jumlah total dari masing-masing kolom (4), (6), (8), (10) dan seterusnya bergantung pada jumlah strategi alternatif.

BAB 4

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

IV.1 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari responden kuesioner penelitian dan data sekunder yang bersumber dari Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi isu-isu dan permasalahan serta analisis potensi pengelolaan kawasan wisata Pantai Panjang pada saat ini dan menyusun analisis strategi pengembangan potensi kawasan wisata Pantai Panjang berdasarkan prioritas. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT.

IV.1.1 Demografi Responden

Supaya bisa mengira-ngira responden dari kuesioner ini maka karakteristik responden dibagi menjadi berikut

1. Jenis kelamin
2. Usia
3. Pekerjaan

Dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada lebih dari 60 orang maka karakteristik responden dapat dilihat sebagai berikut.

1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan rekap dari data yang dikumpulkan diketahui bahwasanya jumlah responden terbagi menjadi laki-laki sebanyak 35 (57%) dan perempuan sebanyak 28 (44%) atau bisa dilihat seperti di tabel 4.0 dibawah ini.

Tabel 4.0 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki - laki	35	57
Perempuan	28	43
Jumlah	63	100

2. Responden berdasarkan usia

Berdasarkan data yang dikumpulkan diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 15-20 berjumlah 20 orang (32,7%), 21-25 berjumlah 24 orang (38,2%) dan diatas 25 berjumlah 19 orang (30,1%) atau bisa lebih jelas dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase(%)
15-20	20	32,7
21-25	24	38,2
>25	19	30,1
Jumlah	63	100

3. Responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan data yang dikumpulkan diketahui bahwa jumlah responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar berjumlah 39 orang (63,9%), Wiraswasta berjumlah 4 orang (6,6%), PNS berjumlah 11 orang (18%) dan lainnya berjumlah 7 orang (11,2%) Atau untuk lebih jelas bisa dilihat di grafik dibawah ini.

Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan
61 responses



IV.1.2 Tabulasi Data Kuesioner

Rekapitulasi jawaban responden mengenai komponen daya tarik/atraksi di Pantai Panjang Kota Bengkulu.

Tabel 4.2 Tabulasi Data Kuesioner Komponen Atraksi

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	N	TM	STM
1	Kondisi objek wisata sebagai daya tarik utama kawasan wisata di daerah ini	11	24	16	5	0
2	Tingkat Keamanan dan kenyamanan berwisata di kawasan ini	3	19	25	14	2
3	Ketersediaan atraksi pendukung (misalnya wahana permainan)	3	21	16	20	3
4	Terdapat staff penjaga/fasilitator/pengelola di setiap atraksi pendukung	2	17	16	24	4
5	Kualitas dan kuantitas atraksi pendukung	4	13	19	24	3
6	Variasi atraksi pendukung	2	15	19	23	4
7	Terdapat loket tiket di setiap atraksi pendukung	4	12	15	27	5
8	Terdapat papan informasi tentang atraksi pendukung	5	19	12	24	3
9	Terdapat loket tiket sebelum masuk area obyek wisata	4	11	14	22	12
10	Transparansi dan akuntabilitas tiket masuk	3	10	15	28	7
11	Ketersediaan brosur informasi area obyek wisata	5	9	13	25	11
12	Tingkat daya tarik obyek wisata yang ada	9	28	18	5	3
13	Terdapat cinderamata khas	7	26	17	9	4
Jumlah		62	224	215	250	61

Rekapitulasi jawaban responden mengenai komponen aksesibilitas di Pantai Panjang Kota Bengkulu

Tabel 4.3 Tabulasi Data Kuesioner Komponen Aksesibilitas

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	N	TM	STM
1	Jarak lokasi wisata dari pusat kota	24	21	15	2	0
2	Kondisi jalan menuju obyek wisata	20	27	12	4	0
3	Lalu lintas menuju lokasi wisata	15	32	14	1	1
4	Rambu – rambu lalu lintas di sepanjang jalan menuju lokasi wisata	12	27	18	6	0
5	Papan penunjuk jalan menuju lokasi wisata	10	27	13	12	1
6	Papan penunjuk jalan dapat dilihat dengan jelas	7	25	22	8	1
7	Transportasi umum menuju obyek wisata	5	17	16	21	4
8	Tingkat kelayakan sarana transportasi umum menuju obyek wisata	4	12	24	18	5
9	Kecukupan jumlah sarana transportasi umum	3	16	17	20	7
10	Terdapat lebih dari satu pilihan transportasi umum menuju obyek wisata	7	16	20	17	3

11	Saat berada di lokasi wisata, tidak kesulitan mendapatkan sinyal handphone	25	27	9	1	1
12	Terdapat counter yang menjual kebutuhan untuk telekomunikasi (misalnya terdapat counter pulsa)	8	13	29	13	0
Jumlah		140	260	209	123	23

Rekapitulasi jawaban responden mengenai komponen amenities di Pantai Panjang Kota Bengkulu

Tabel 4.4 Tabulasi Data Kuesioner Komponen Amenitas

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	N	TM	STM
1	Dukungan pemerintah daerah terhadap obyek wisata Pantai Panjang	8	24	20	9	1
2	Dukungan masyarakat Kota Bengkulu terhadap obyek wisata Pantai Panjang	10	25	17	9	1
3	Penataan lingkungan obyek wisata Pantai Panjang	6	14	18	19	5
4	Kebersihan lingkungan obyek wisata Pantai Panjang	4	6	11	28	13
5	Ketersediaan lahan parkir untuk kendaraan wisatawan	7	24	17	13	0
6	Luas lahan parkir memadai	7	22	21	12	0
7	Terdapat penjaga parkir di area parkir	13	26	18	3	2
8	Pengelolaan dan penataan parkir	4	13	24	19	2
9	Keamanan di area parkir terjamin	4	14	23	18	3
10	Keberadaan toilet umum di luar area obyek wisata	3	10	17	22	10
11	Keberadaan toilet di dalam area obyek wisata	3	11	19	19	10
12	Jumlah toilet yang ada memadai	0	4	14	27	9
13	Terdapat papan penanda letak toilet yang memudahkan pengunjung ketika membutuhkan toilet	2	10	23	20	7
14	Kondisi toilet yang ada bersih	4	3	17	22	16
15	Tersedia air bersih di dalam toilet	3	5	22	22	10
16	Kondisi toilet baik	2	7	18	25	10
17	Terdapat Pos keamanan di area obyek wisata	3	17	28	13	1
18	Terdapat staf penjaga keamanan umum di obyek wisata	2	9	26	22	3
19	Terdapat counter/pusat informasi umum tentang obyek wisata ini	3	7	20	24	8
20	Terdapat posko kesehatan di area obyek wisata	1	6	12	31	12
21	Ketersediaan sarana beribadah di area obyek wisata	2	13	22	17	8
Jumlah		91	270	407	394	131

Rekapitulasi jawaban responden mengenai komponen *ancillary* di Pantai Panjang Kota Bengkulu

Tabel 4.5 Tabulasi Data Kuesioner Komponen Ancillary

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SM	M	N	TM	STM
1	Terdapat sarana pengisian bahan bakar di sekitar obyek wisata	3	27	15	11	7
2	Terdapat restaurant/warung makan di sekitar obyek wisata	26	25	7	5	0
3	Menu yang disediakan di restaurant/warung makan memadai	20	23	13	3	3
4	Kualitas makanan yang disediakan layak untuk dikonsumsi	11	27	20	2	2
5	Tingkat variasi menu makanan yang disajikan di warung makan sekitar obyek wisata	10	29	19	3	2
6	Harga makanan di rumah makan/restaurant di sekitar obyek wisata terjangkau	4	22	26	6	5
7	Terdapat penginapan/homestay di sekitar obyek wisata	19	31	11	1	1
8	Tingkat ketersediaan penginapan/homestay di sekitar obyek wisata	18	34	10	1	0
9	Harga penginapan/homestay terjangkau	11	19	28	5	0
10	Terdapat patroli keamanan di malam hari	8	13	26	13	3
11	Jarak antara obyek wisata dengan fasilitas kesehatan (puskesmas/Rumah sakit)	6	12	31	11	3
Jumlah		136	262	206	61	26

Terdapat beberapa saran dari responden yang dijabarkan berupa paragraf yang tentunya sangat membantu peneliti dalam mengidentifikasi faktor kunci dari komponen SWOT produk wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu.

IV. 2 Hasil Analisis

Hasil persebaran kuesioner kepada lebih dari 60 responden berhasil diidentifikasi sejumlah 44 faktor-faktor yang membentuk kualitas destinasi wisata Pantai Panjang, hal ini menunjukkan bahwa secara internal faktor yang menjadi kekuatan relatif lebih sedikit dibandingkan dengan kelemahannya, sementara dilihat dari sisi eksternalitas faktor yang membentuk peluang relatif berimbang dengan tantangan. Secara umum ini mengindikasikan bahwa apabila pengelola mampu memperkuat faktor yang menjadi kelemahan dan terus memperkuat aspek yang menjadi kekuatan maka sejumlah peluang dapat dimanfaatkan.

Tabel 4.6 Faktor Kunci Komponen SWOT Produk Pariwisata (Atraksi, Amenitas/Fasilitas, Dan Aksesibilitas)

Strengths (S)	Weaknesses (W)
Panjang pantai mencapai lebih dari 7 kilometer (S1)	Habitat pohon cemara dan penyu yang mulai terganggu (W1)
Keindahan pohon cemara yang luas dan unik (S2)	Paket wisata yang ditawarkan masih minim (W2)
Adanya habitat penyu (S3)	Perubahan garis sempadan pantai (W3)
Keindahan pasir putih (S4)	Tidak semua lokasi dapat digunakan untuk atraksi wisata bahari (W4)
Ombak laut yang dapat dijadikan arena surfing (S5)	Banyaknya sampah dan kurangnya fasilitas sampah di sepanjang pantai (W5)
Tersedianya beberapa atraksi buatan (S6)	Belum tersedia pusat informasi pariwisata (TEC), loket karcis/ <i>ticketing</i> , sentral toko cinderamata/souvenir (W6)
Berpotensi sebagai tujuan wisata alam, bahari, edukasi, watersport dan ecotourism (S7)	Kondisi fasilitas yang ada tidak terawat dan belum mencerminkan lokalitas budaya Bengkulu (W7)
Daya tarik aktivitas nelayan di pantai panjang (S8)	Fasilitas wisata yang dibuat pada segmen 1 dan segmen 2 belum dimanfaatkan dengan baik. (W8)
Tersediaan Fasilitas wisata (Penginapan, restoran/kafe, Fasilitas belanja, Area, shelter, Tempat ibadah/mushola, toilet. dan area parkir) (S9)	Pembangunan liar yang tidak terkendali pada kawasan pantai panjang (W9)
Tersedia fasilitas olahraga (<i>sport center</i> dan <i>jogging track</i>), arena bermain untuk anak-anak (S10)	Minimnya rambu-rambu daerah berbahaya untuk pengunjung dan personil potensi SAR di lokasi wisata (W10)
Kawasan pantai berada dekat dengan pusat Kota Bengkulu (S11)	Kurangnya fasilitas seperti pos keamanan dan penerangan di sepanjang pantai di lokasi Pantai Panjang (W11)
Sepanjang lokasi wisata dihubungkan dengan jalan berkualitas baik (S12)	Fasilitas parkir belum memadai sesuai ketentuan (W12)
	Belum tersedia fasilitas air bersih (W13)
	Halte bus tidak digunakan secara maksimal (W14)
	Lokasinya dekat dari jalan utama sehingga mengancam keselamatan pengunjung (W15)

	Transportasi umum di lokasi wisata masih minim (W16)
Opportunities (O)	Threats (T)
Adanya dukungan pemerintah (O1)	Banyak destinasi wisata pantai di Provinsi maupun di luar yang memiliki ragam atraksi dan pengelolaan yang lebih baik (T1)
Tingginya minat keterlibatan asosiasi dan stakeholder lainnya (O2)	Jumlah wisatawan yang datang masih sedikit khususnya wisatawan luar Provinsi Bengkulu (T2).
Trend pariwisata semakin meningkat (O3).	Tingginya tingkat premanisme di lingkungan Pantai Panjang (T3)
Peluang bagi traveler yang menyukai jelajah alam dan sekaligus mempelajari tentang wisata bahari. (O4)	Adanya ancaman bencana alam seperti terjadi angin kencang dan kerasnya ombak (T4).
Telah dibangun jalan Tol dari dan ke Bengkulu (O5)	Adanya limbah/sampah dari sungai menuju ke pantai (T5)
Tersedianya transportasi umum online (O6)	Intensitas dan jalur penerbangan yang relatif terbatas dari dan ke Bengkulu (T6)
Teknologi dan media sosial yang semakin diminati (O7)	Bengkulu bukan merupakan jalur lintas untuk perdagangan maupun wisata (T7)
	Akses menuju Bengkulu relatif jauh dibandingkan ke provinsi lain disekitarnya (T8).
	Perubahan iklim yang berpengaruh pada bentang alam dan kerusakan lingkungan (T9)

Berdasarkan analisis pada Tabel 4.6, kemudian disusun matriks alternatif strategi melalui proses pencocokkan setiap faktor dalam empat kolom SWOT yang kemudian ditentukan strategi alternatif seperti pada Tabel 4.7

Tabel 4.7

Strategi Alternatif Pada Produk Wisata (3A)

No	Strategi Alternatif
1	Penataan Pengelolaan kawasan Pantai Panjang
2	Digitalisasi potensi wisata Pantai Panjang baik nasional maupun internasional serta peningkatan kualitas atraksi dan fasilitas wisata
3	Penataan moda transportasi yang fleksibel, aman dan ramah lingkungan, dan pembuatan jalur khusus bagi pejalan kaki, sepeda, dan kendaraan
4	Peningkatan kerjasama dengan para pelaku wisata
5	Peningkatan intensitas dan kualitas event dan festival secara berkala

6	Peningkatan intensitas transportasi penerbangan ke Bengkulu
7	Pengembangan paket wisata yang terkoneksi antar destinasi wisata di Provinsi Bengkulu
8	Peningkatan dan penataan kualitas fasilitas pendukung pariwisata
9	Peningkatan kuantitas dan kualitas informasi tentang kondisi wisata Pantai Panjang dalam upaya meningkatkan kenyamanan wisatawan
10	Peningkatan <i>brand image</i> wisata Pantai Panjang melalui peningkatan promosi berbasis digital
11	Peningkatan kuantitas dan kualitas sarana/prasarana kebersihan dan keamanan, kenyamanan lokasi bagi wisatawan

Dari 44 faktor kunci dari aspek produk wisata kawasan Pantai Panjang, dapat disusun strategi alternatif melalui pencocokan komponen SWOT. Untuk menetapkan strategi alternatif yang menjadi prioritas untuk dilaksanakan maka strategi alternatif ini selanjutnya dilakukan pembobotan. Pengolahan data menghasilkan bobot dari setiap faktor kunci dari produk wisata (3A) sebagaimana disebutkan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8

Bobot Setiap Faktor Kunci dari Produk Wisata Pantai Panjang

No	Faktor Kunci	Bobot
1	Panjang pantai mencapai lebih dari 7 kilometer	0.022
2	Keindahan pohon cemara yang luas dan unik	0.023
3	Adanya habitat penyu	0.020
4	Keindahan pasir putih	0.022
5	Ombak laut yang dapat dijadikan arena <i>surfing</i>	0.019
6	Tersedianya beberapa atraksi buatan	0.021
7	Berpotensi sebagai tujuan wisata alam, bahari, edukasi, <i>watersport</i> dan <i>ecotourism</i>	0.021
8	Daya tarik aktivitas nelayan di pantai panjang	0.022
9	Tersediaan Fasilitas wisata (Penginapan, restoran/kafe, Fasilitas belanja, Area shelter, Tempat ibadah/mushola, toilet dan Area parkir)	0.023
10	Tersedia fasilitas olahraga (<i>sport center</i> dan <i>jogging track</i>), arena bermain untuk anak-anak	0.022
11	Kawasan pantai berada dekat dengan pusat Kota Bengkulu	0.022
12	Sepanjang lokasi wisata dihubungkan dengan jalan berkualitas baik	0.023
13	Habitat pohon cemara dan penyu yang mulai terganggu	0.026

14	Paket wisata yang ditawarkan masih minim	0.027
15	Perubahan garis sempadan pantai	0.026
16	Tidak semua lokasi dapat digunakan untuk atraksi wisata bahari	0.024
17	Banyaknya sampah dan kurangnya fasilitas sampah di sepanjang pantai	0.027
18	Belum tersedia pusat informasi pariwisata (TEC), loket karcis/ <i>ticketing</i> , pusat toko cinderamata/ <i>souvenir</i>	0.024
19	Kondisi fasilitas yang ada tidak terawat dan belum mencerminkan lokalitas budaya Bengkulu	0.020
20	Pembangunan liar yang tidak terkendali pada kawasan pantai panjang	0.026
21	Minimnya rambu-rambu daerah berbahaya untuk pengunjung dan personil potensi SAR di lokasi wisata	0.026
22	Kurangnya fasilitas seperti pos keamanan dan penerangan di sepanjang pantai di lokasi Pantai Panjang	0.015
23	Fasilitas parkir belum memadai sesuai ketentuan	0.025
24	Belum tersedia fasilitas air bersih	0.026
25	Halte bus tidak digunakan secara maksimal	0.026
26	Lokasinya dekat dari jalan utama sehingga mengancam keselamatan pengunjung	0.016
27	Transportasi umum di lokasi wisata masih minim	0.026
28	Adanya dukungan pemerintah	0.034
29	Tingginya minat keterlibatan asosiasi dan <i>stakeholder</i> lainnya	0.039
30	<i>Trend</i> pariwisata semakin meningkat	0.033
31	Peluang bagi <i>traveler</i> yang menyukai jelajah alam dan sekaligus mempelajari tentang wisata bahari	0.017
32	Telah dibangun jalan Tol dari dan ke Bengkulu	0.025
33	Tersedianya transportasi umum online	0.038
34	Banyak destinasi wisata pantai di Provinsi maupun di luar yang memiliki ragam atraksi dan pengelolaan yang lebih baik	0.025
35	Jumlah wisatawan yang datang masih sedikit khususnya wisatawan luar Provinsi Bengkulu	0.018
36	Tingginya tingkat premanisme di lingkungan pantai panjang	0.025
37	Adanya ancaman bencana alam (angin kencang dan tingginya gelombang/ombak)	0.028
38	Adanya limbah/sampah dari sungai menuju ke pantai	0.044
39	Intensitas dan jalur penerbangan yang <i>relatif</i> terbatas dari dan ke Bengkulu	0.027

40	Bengkulu bukan merupakan jalur lintas untuk perdagangan maupun wisata	0.038
41	Akses menuju Bengkulu <i>relative</i> jauh dibandingkan ke provinsi lain disekitarnya	0.038
42	Perubahan iklim yang berpengaruh pada bentang alam dan kerusakan lingkungan	0.025

Nilai bobot merupakan nilai kepentingan dari faktor kunci tersebut terhadap obyek yang dianalisis. Dalam Tabel 4.8 tersebut dapat dilihat tingkat kepentingan faktor kunci. Nilai tertinggi adalah 0.044 yakni adanya limbah dan sampah dari sungai menuju pantai. Ini berarti responden menilai bahwa kebersihan lingkungan menjadi faktor yang besar pengaruhnya terhadap kenyamanan wisatawan di kawasan Pantai Panjang. Sementara bobot terendah adalah 0.015 yakni pada kurangnya fasilitas seperti pos keamanan dan penerangan di sepanjang pantai di lokasi Pantai Panjang.

Untuk dapat menetapkan strategi mana yang menjadi prioritas dari 11 strategi alternatif yang telah disusun maka ditentukan nilai *Attractive Score* (AS) dari setiap faktor kunci terhadap masing-masing strategi. Berdasarkan perhitungan Bobot dan AS kemudian ditetapkan nilai *Total Attractive Score* (TAS) untuk masing-masing strategi. Dari perhitungan ini diperoleh nilai total dari TAS. Nilai total TAS terbesar menunjukkan strategi prioritas, demikian sampai dengan nilai Total TAS terkecil. Nilai tersebut disajikan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa strategi yang menjadi prioritas adalah strategi yang memiliki nilai tertinggi yakni pengembangan paket wisata yang terkoneksi antar destinasi wisata di Provinsi Bengkulu dan Peningkatan kerjasama dengan para pelaku wisata.

Tabel 4.9

Total Nilai TAS Setiap Strategi Pada Aspek Produk Wisata

No	Alternatif Strategi Prioritas	Skor TAS
1	Peningkatan intensitas dan kualitas event dan festival secara berkala	3.326
2	Peningkatan kerjasama dengan para pelaku wisata	3.314
3	Digitalisasi potensi wisata pantai panjang serta peningkatan kualitas atraksi dan fasilitas wisata	3.291
4	Pengembangan paket wisata yang terkoneksi antar destinasi wisata di provinsi bengkulu	3.229
5	Penataan pengelolaan kawasan wisata pantai panjang	3.203

6	Peningkatan dan penataan kualitas fasilitas pendukung pariwisata	3.202
7	Peningkatan kuantitas dan kualitas informasi tentang kondisi wisata pantai panjang dalam upaya meningkatkan kenyamanan wisata	3.089
8	Peningkatan brand image wisata pantai panjang melalui peningkatan promosi berbasis digital	3.061
9	Peningkatan intensitas transportasi penerbangan ke dan dari Bengkulu	3.036
10	Peningkatan kuantitas dan kualitas prasarana/sarana kebersihan dan keamanan untuk kenyamanan wisatawan	2.799
11	Penataan moda transportasi yang fleksibel, aman dan ramah lingkungan dan pembukaan jalur khusus bagi pejalan kaki, pesepeda dan kendaraan	2.593

IV. 2.1 Pembahasan

Dengan banyaknya potensi pada kawasan Pantai Panjang ada beberapa kelemahan dan ancaman yang harus diatasi dan diminimalisir dengan memanfaatkan beberapa peluang yang ada. Berdasarkan Tabel 4.9 di atas diketahui bahwa strategi yang terbentuk berupa penguatan dari citra atraksi itu sendiri, penambahan dan perawatan beberapa fasilitas, melakukan promosi, dan penguatan kerjasama antar stakeholder. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, tidak hanya wisatawan lokal namun wisatawan luar provinsi bahkan wisatawan mancanegara.

Sebagaimana diketahui bahwa penancangan Wonderful Bengkulu tahun 2017 salah satunya dengan mengagendakan intensitas event dan festival secara berkala. Kegiatan ini menjadi salah satu pendorong kunjungan wisatawan sehingga ke depan tidak hanya intensitasnya yang ditingkatkan tetapi juga kualitas. Daya tarik wisata ini yang berdampak pada kembalinya wisatawan ke suatu destinasi wisata. M. Ni Nyoman Ayu Wiratini (2017) menyebutkan bahwa daya tarik wisata dan kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan kembali wisatawan. Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat kunjungan kembali wisatawan, dan variabel kepuasan wisatawan merupakan variabel yang memediasi pengaruh daya tarik wisata, kualitas pelayanan, fasilitas terhadap niat kunjungan kembali wisatawan. Dengan demikian maka seluruh aktivitas haruslah berujung pada bagaimana agar wisatawan mendapat kepuasan ketika melakukan kunjungan pada sebuah destinasi wisata.

Sehubungan dengan konsep pembanguna kepariwisataan, Utama (2013) menegaskan, bahwa pariwisata apapun jenis dan namanya, hendaknya dapat dibangun dan dikembangkan

berdasarkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan. Menurut United Nation (2002) dalam Utama (2013), prinsip-prinsip tersebut adalah: (1) Pembangunan pariwisata harus dapat dibangun dengan melibatkan masyarakat lokal; (2) Menciptakan keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan masyarakat; (3) Pembangunan harus melibatkan para pemangku kepentingan, dan melibatkan lebih banyak pihak akan mendapatkan input yang lebih baik; (4) Memberikan kemudahan kepada para pengusaha lokal dalam skala kecil, dan menengah; (5) Pariwisata harus dikondisi untuk tujuan membangkitkan bisnis lainnya dalam masyarakat artinya pariwisata harus memberikan dampak pengganda pada sector lainnya, baik usaha baru maupun usaha yang telah berkembang saat ini; (6) Adanya kerjasama antara masyarakat lokal sebagai kreator atraksi wisata dengan para operator penjual paket wisata, sehingga perlu dibangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan; (7) Pembangunan pariwisata harus mampu menjamin keberlanjutan, memberikan keuntungan bagi masyarakat saat ini dan tidak merugikan generasi yang akan datang; (8) Pariwisata harus bertumbuh dalam prinsip optimalisasi bukan pada eksploitasi; (9) Harus ada monitoring dan evaluasi secara periodik untuk memastikan pembangunan pariwisata tetap berjalan dalam konsep pembangunan berkelanjutan; (10) Harus ada keterbukaan terhadap penggunaan sumber daya seperti penggunaan air bawah tanah, penggunaan lahan, dan penggunaan sumberdaya lainnya harus dapat dipastikan tidak disalah gunakan; (11) Melakukan program peningkatan sumberdaya manusia dalam bentuk pendidikan, pelatihan, dan sertifikasi untuk bidang keahlian pariwisata sehingga dapat dipastikan bahwa para pekerja siap untuk bekerja sesuai dengan uraian tugas yang telah ditetapkan sesuai dengan bidangnya masing-masing sehingga program sertifikasi akan menjadi pilihan yang tepat; dan (12) Terwujudnya tiga kualitas yakni pariwisata harus mampu mewujudkan kualitas hidup "quality of life" masyarakat lokal, pada sisi yang lainnya pariwisata harus mampu memberikan kualitas berusaha "quality of opportunity" kepada para penyedia jasa dalam industri pariwisata dan sisi berikutnya dan menjadi yang terpenting adalah terciptanya kualitas pengalaman wisatawan "quality of experience".

Melihat strategi alternatif 1 sampai 4 berfokus pada atraksi itu sendiri, upaya yang dilakukan pemerintah provinsi sudah mulai berjalan, seperti dilaksanakn pada Wonderful Bengkulu 2020 yang mengadakan 3 event utama seperti Festival Tabot, Festival Bumi Rafflesia dan Festifal Pesisir Pantai Panjang Bengkulu yang tentu saja melibatkan banyak pihak, baik pelaku wisata, *stakeholder*, asosiasi pariwisata dan masyarakat demi kelancaran

keberlangsungan agenda tersebut, tentu saja peran digitalisasi marketing juga menjadi salah satu kunci keberhasilan agenda yang dicanangkan Wonderful Bengkulu 2020.

Jika diperhatikan bahwa strategi penataan pengelolaan kawasan pariwisata Pantai Panjang menjadi prioritas kelima dari 11 strategi prioritas, sementara empat prioritas strategi sebelumnya lebih kepada produk wisata. Sementara diketahui bahwa untuk menjalankan strategi satu sampai dengan empat dibutuhkan institusi yang mampu mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan tersebut. Oleh karena itu strategi prioritas kelima harusnya menjadi langkah awal bagi Pemerintah Provinsi Bengkulu untuk membentuk lembaga ini. Kejelasan pengelolaan juga tidak lepas dari kewenangan terhadap wilayah, termasuk kawasan wisata Pantai Panjang.

Dari prioritas ke 6 & 7 dapat dilakukan secara berkesinambungan oleh instansi terkait baik dari Dinas Pariwisata, Kepolisian dan Dinas Pekerjaan Umum & Penataan Ruang agar menjadi fokus utama dalam perkembangan potensi pariwisata Pantai Panjang Kota Bengkulu.

Pada prioritas ke 8 sudah seharusnya Kota Bengkulu memiliki platform sendiri baik berupa website maupun menggunakan platform yang sudah ada seperti Instagram, Youtube atau bahkan Tiktok yang berisikan informasi, panorama dan promosi pariwisata yang ada di Bengkulu terlebih Pantai Panjang.

Untuk prioritas ke 9 sampai 11 sudah tersedia dan sudah mulai direalisasikan oleh instansi terkait seperti Dinas Perhubungan yang tentunya masih harus dikembangkan dan lebih bervariasi lagi. Dan tetap harus dijaga bersama fasilitas yang sudah tersedia.

BAB V

PENUTUP

V. 1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian dan analisis sebagaimana diuraikan pada bab terdahulu, dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Berbagai isu penting ditemukan terkait dengan pengelolaan kawasan wisata Pantai Panjang yakni hingga saat ini kewenangan pengelolaan kawasan ini masih belum jelas. Sejak ditetapkannya Pantai Panjang sebagai Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional yang kemudian diikuti dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Gubernur tentang Penunjukan Pengelolaan Kawasan Pantai Panjang kepada Walikota Bengkulu pada Tahun 2013 sebagaimana tertuang dalam Surat Keputusan Nomor F.250.I. Tahun 2013 belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Penarikan kembali kewenangan pengelolaan melalui Surat Keputusan Gubernur Bengkulu No. A.240.B.1 Tahun 2018 menyebabkan kesenjangan dalam pengelolaan. Disatu sisi kewenangan pengelolaan berada di Pemerintah Daerah Provinsi Bengkulu, tetapi fakta di lapangan menunjukkan bahwa praktik pengelolaan masih berada di Pemerintah Kota Bengkulu. Ada dua temuan menarik tentang hal ini, bahwa para pelaku pariwisata di kawasan ini membayar sejumlah sewa kepada Dinas Pariwisata Kota Bengkulu, dan sebagian lainnya membayar sewa kepada oknum tertentu. Fakta lain adalah dihentikannya pembangunan fasilitas oleh Kementerian PUPR akibat pemanfaatan fasilitas yang telah dibangun belum sesuai dengan peruntukan dan pengelolaannya. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakjelasan kewenangan pengelolaan dapat berdampak pada banyak hal, misalnya terhentinya program pembangunan di kawasan Pantai Panjang, dan berkembangnya praktek-praktek premanisme dalam pengelolaan oleh pihak-pihak tertentu yang berujung pada pembangunan bangunan liar semakin marak dan kawasan akan semakin kumuh.
2. Dari aspek 3A yaitu *Attraction* (atraksi atau daya tarik-daya penarik), *Accessibility* (aksesibilitas), *Amenities* (fasilitas) ditemukan bahwa ketiga unsur ini belum dikelola

secara optimal, sementara potensi yang ada saat ini masih dapat dikembangkan. Jumlah wisatawan yang datang cenderung tidak meningkat sebagaimana harapan yang dicanangkan dalam Wonderful Bengkulu tahun 2017. Hal ini diduga akibat dari ketiadaan koordinasi antara para pelaku pariwisata (asosiasi-asosiasi pariwisata) dengan pemerintah di bawah koordinasi Dinas Pariwisata, dan antar instansi (OPD) terkait, lebih khusus adalah Badan Promosi Pariwisata Daerah yang hingga saat ini belum dibentuk. Secara keseluruhan terdapat 44 faktor kunci yang persepsikan penting dalam penentuan strategi alternatif prioritas pada aspek 3A.

3. Berdasarkan indikator nilai TAS maka alternatif strategi prioritas 3A dibagi menjadi 11 prioritas utama yaitu.
 1. Peningkatan intensitas dan kualitas event dan festival secara berkala
 2. Peningkatan kerjasama dengan para pelaku wisata
 3. Digitalisasi potensi wisata pantai panjang serta peningkatan kualitas atraksi dan fasilitas wisata
 4. Pengembangan paket wisata yang terkoneksi antar destinasi wisata di provinsi Bengkulu
 5. Penataan pengelolaan kawasan wisata pantai panjang
 6. Peningkatan dan penataan kualitas fasilitas pendukung pariwisata
 7. Peningkatan kuantitas dan kualitas informasi tentang kondisi wisata pantai panjang dalam upaya meningkatkan kenyamanan wisata
 8. Peningkatan brand image wisata pantai panjang melalui peningkatan promosi berbasis digital
 9. Peningkatan intensitas transportasi penerbangan ke dan dari Bengkulu
 10. Peningkatan kuantitas dan kualitas prasarana/sarana kebersihan dan keamanan untuk kenyamanan wisatawan
 11. Penataan moda transportasi yang fleksibel, aman dan ramah lingkungan dan pembukaan jalur khusus bagi pejalan kaki, pesepeda dan kendaraan

Sebagaimana yang bisa kita lihat dari 11 prioritas utama yang berhasil dianalisis bahwasanya dari prioritas 1 sampai 4 masih berfokus pada peningkatan atraksi atau produk wisata yang tersedia di Pantai Panjang Kota Bengkulu untuk penambahan dan perawatan fasilitas, melakukan promosi, dan penguatan kerjasama antar stakeholder, dengan tujuan untuk menarik wisatawan lokal, luar provinsi maupun mancanegara. Namun jika ditelaah kembali strategi nomer 5 merupakan langkah awal agar terlaksananya prioritas 1 sampai 5 yaitu dengan membuat lembaga atau institusi khusus dari pemerintah Provinsi Bengkulu untuk menangani keempat strategi prioritas tersebut, hal ini juga menyangkut strategi prioritas nomor 8 yang dapat dilakukan sejalan dengan pembuatan instansi atau lembaga tersebut.

Sementara untuk strategi prioritas lainnya seharusnya sudah menjadi agenda utama bagi Dinas Dinas dan instansi terkait yang memiliki tanggung perihal aspek tersebut seperti prioritas 6&7 yang seharusnya menjadi fokus utama dari Dinas Pariwisata, Kepolisian dan Dinas Pekerjaan Umum & Penataan Ruang, untuk prioritas nomor 9 sampai 11 sudah ada dan sudah direalisasikan oleh instansi terkait seperti Dinas Perhubungan yang tentunya masih harus ditingkatkan kembali.

V. 2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan dan analisis yang telah dilakukan, kajian ini merekomendasikan untuk :

1. Agar proses pembangunan sektor pariwisata kawasan Pantai Panjang maupun pariwisata dalam cakupan wilayah Provinsi Bengkulu dapat dilaksanakan sebagaimana telah ditetapkan kawasan Pantai Panjang sebagai salah satu Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN). Untuk diperlukan kejelasan kewenangan dalam pengelolaan kawasan wisata Pantai Panjang agar,

2. Sejalan dengan penetapan kewenangan tersebut, Pemerintah Daerah Provinsi Bengkulu agar membentuk Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) sebagaimana diamanatkan oleh Keppres No. 22 Tahun 2011 Tentang Badan Promosi Pariwisata. Badan ini akan mengakselerasi pembangunan pariwisata di Provinsi Bengkulu,

3. Untuk menjamin produk-produk pariwisata yang terdapat kawasan Pantai Panjang tetap terjaga dengan baik sehingga mampu menjamin kepuasan wisatawan, Pemerintah melalui pengelola yang ditunjuk untuk itu segera melakukan penertiban para pedagang, dan

pembangunan bangunan liar sehingga dapat mencegah kekumuhan yang makin tidak terkendali.

4. Dalam pengembangan kelembagaan pariwisata di Provinsi Bengkulu, kebijakan pengembangan pariwisata diarahkan pada: Mewujudkan system kelembagaan yang efektif dan efisien berbasis Keterpaduan dan kerjasama antara unsur pemerintah, masyarakat dan dunia usaha dalam mendorong dan mengembangkan sektor kepariwisataan, agar dapat membawa manfaat bagi segenap pemangku kepentingan. Peran pemerintah sebagai fasilitator dan regulator dipadukan dengan peran swasta sebagai mitra penyedia layanan pariwisata serta peran masyarakat sebagai pemangku kepentingan utama dalam pembangunan. Masyarakat adalah orang-orang yang akan secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan wisatawan, serta menjadi garda terdepan dalam penciptaan citra kepariwisataan Provinsi Bengkulu. Selain itu, kesejahteraan masyarakat juga menjadi tujuan akhir dari setiap aspek dalam pembangunan, termasuk didalamnya pembangunan pada sektor kepariwisataan. Inilah yang mendasari pentingnya peran serta aktif masyarakat.

5. Untuk mempermudah koordinasi dan mendorong pelibatan masyarakat, Pemerintah Daerah dapat menginisiasi lembaga-lembaga masyarakat yang peduli atau khusus bergerak di bidang kepariwisataan. Kelompok inilah yang menjadi wakil masyarakat dalam menyuarakan aspirasinya maupun berpartisipasi dalam pengembangan kepariwisataan dengan tetap membuka kesempatan bagi masyarakat yang ingin berkontribusi tidak melalui kelompok. Agar kepariwisataan di Provinsi Bengkulu dapat terus berkembang secara berkelanjutan maka pembangunan kawasan wisata Pantai Panjang sebaiknya menggunakan konsep-konsep Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Base Tourism)

6. Untuk menjaga kesinambungan proses pembangunan pariwisata, pelaksanaan pembangunan kawasan pariwisata Pantai Panjang hendaknya memanfaatkan hasil-hasil kajian yang telah dilakukan, dan menaati arahan perencanaan yang telah disusun sebelumnya seperti Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW), dan Zonasi serta dokumen lain yang sejalan dengan perencanaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Hafiz, <http://www.abihafiz.wordpress.com> , Mei, 2013
- Adi, D K. (2001). Kamus Praktis Bahasa Indonesia. Surabaya
- Bappeda Provinsi Bengkulu. (2016). Dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Provinsi Bengkulu 2016-2021. Bappeda Provinsi Bengkulu.
- BPK RI. (2012). Perda No. 02 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Bengkulu Tahun 2012-2032.
- BPK RI. (2012). Perda No. 14 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Bengkulu Tahun 2012-2032.
- Buhalis, Dimitrios. 2000. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management* 21 (2000) 97-116.
- Child (2009). *Marketing Strategic: Meningkatkan Pangsa Pasar & Daya Saing*. Tugu Publisher. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/8947/marketingstrategic-meningkatkan-pangsa-pasar-daya-saing.html>
- Chris Cooper, John Fletcher, David, Gilbert, and Stephen Wanhill (1993). *Tourism: Principles and Practice*. Trans-Atlantic Publications, 311 Bainbridge Street, Philadelphia, PA 19147. 290p. \$47.50. (1994). *Journal of Travel Research*, 32(3). <https://doi.org/10.1177/004728759403200326>
- David, Fred. R. and Forest R. David. (2017), *Strategic Management: concepts and cases, A Competitive Advantage Approach. Sixteenth edition. Global Edition*. Pearson.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu. (2019). <https://bengkulu.bps.go.id/>
- Dinas Pariwisata Kota Bengkulu. 2018. Rencana Strategis Perangkat Daerah Tahun 2019 – 2023 Dinas Pariwisata Kota Bengkulu 2019-2023.
- Ensiklopedia Indonesia (1997) Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta: Pakhi Pamungkas
- Fandeli, C.M. (2000). *Pengusahaan Ekowisata*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Guyer Freluer. (1963). *Contributions to Tourism Statistics*.
- Irawan. P. (1999). *Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Untuk Ilmi-Ilmu Sosial*. DIA Fisip UI. 2006

- Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and sustainable Approach*. Van Nostrand Reinhold. New York, Inc
- Johnson; Scholes (2009). *Marketing Strategic: Meningkatkan Pangsa Pasar & Daya Saing*. Tugu Publisher. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/8947/marketing-strategic-meningkatkan-pangsa-pasar-daya-saing.html>
- Pemerintah Provinsi Bengkulu. (2022). Statistik Kominfo Provinsi Bengkulu. https://Statistik.Bengkuluprov.Go.Id/Wisata/Print_objek/.
- PP No. 50 Tahun (2011). Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 [JDIH BPK RI]. (n.d.). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5183/pp-no-50-tahun-2011>.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (p. 1092).
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. (2013). Analisis Data Penelitian dengan Statistik, (Jakarta : PT Bumi Angkasa, 2013) Hal 9
- M. Ni Nyoman Ayu Wiratini. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata
- Mcintosh, R.W, (1972), *Tourism Principles, Practises, Philosophies, Grid, Incorporated*, Northwestern University.
- Mudrikah, A., Sartika, D., Ismanto, R. Y., & Satia, A. B. (2014). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap GDP Indonesia Tahun 2004 - 2009. *Economics Development Analysis Journal*, 3(2).
- Mutiara, Ikhlassia; Agus Susatya, Guswarni Anwar. (2018). Potensi Pengembangan Pariwisata Pantai Panjang Kota Bengkulu Dalam Perspektif Konservasi Lingkungan. *Naturalis– Jurnal Penelitian Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Volume 7 Nomor 2, Agustus 2018. P. 109-115. ISSN: 2302- 6715.
- Nugraha, H. P., Indarjo, A., & Helmi, M. (2013). Studi Kesesuaian dan Daya Dukung Kawasan untuk Rekreasi Pantai di Pantai Panjang Kota Bengkulu. *Diponegoro Journal of Marine Research*, 2(2).
- Nyoman S. Pendit (2002) Ilmu pariwisata : sebuah pengantar perdana OPAC Perpustakaan Nasional RI. (n.d.). Retrieved November 6, 2022, from <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=530492>

- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2007). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat
- Pitana, I G. dan Diarta I K . 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi. hal 222
- Plt Gubernur Provinsi Bengkulu. (2013). Surat Keputusan Nomor F.250.I. Tentang Penunjukan Pengelolaan Kawasan Wisata Pantai Panjang dan Taman Remaja Kota Bengkulu Kepada Wali Kota Bengkulu
- Pratama.; Sakti B. (2015) Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Panjang Bengkulu, Ditinjau Dari Perspektif Wisatawan Dan Masyarakat Lokal. *Ekombis Review* p. 169-176.
- Roehayat Emon Soeriatmadja, Surya. A. A. dkk. (1997). *The Ecology of Indonesia Series 2*.
- Revolina, E., Hidayat, A., Basuni, S., dan Widiatmaka (2020). Kesesuaian Lahan dan Keberlanjutan Pengelolaan Kawasan Wisata Alam Pantai Panjang di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 18(2), 261-271, doi:10.14710/jil.18.2.261-271
- Setiadi, Y. W., & Fitri, M. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i2.608>
- SK Gubernur Bengkulu Nomor. A. 240. B. I Tahun 2018, (2018). Penarikan Penunjukan Pengelolaan Kawasan Wisata Pantai Panjang. <https://jdih.bengkuluprov.go.id/>
- SK Menteri Lingkungan Hidup No 51 tahun 2004. (2004). *Tentang Baku Mutu Air Laut dan Kedalaman Perairan*. <https://ppkl.menlhk.go.id/website/filebox/824/191009100640Keputusan%20MENLH%20Nomor%2051%20tahun%202004%20%20tentang%20Baku%20Mutu%20Air%20Laut.pdf>
- Sunarto, 1991. *Geomorfologi Pantai: Kursus Singkat Pengelolaan dan Perencanaan Bangunan Pantai*. Pusat Antar Universitas Ilmu Teknik UGM. Yogyakarta.
- Spillane, J.J., (1991), *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*, Kanisius, Jakarta.
- Triton. (2009). *Marketing Strategic: Meningkatkan Pangsa Pasar & Daya Saing*. Tugu Publisher. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/8947/marketing-strategic-meningkatkan-pangsa-pasar-daya-saing.html>

- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2011. Dimensi Ekonomi Pariwisata Kajian Dampak Ekonomi Dan Keunggulan Pariwisata Kabupaten/Kota Di Provinsi Bali. <https://www.researchgate.net/publication/274644432>
- Wahab, S. (2003). Manajemen Kepariwisata - Tourism Management. In. Pariwisata, Industri - Manajemen, Manajemen kepariwisataan / oleh Salah Wahab ; alih bahasa Frans Gromang.
- Wing Haryono. (1978). Pariwisata Rekreasi dan Entertainment. Ilmu Publishers.
- Yoeti, Oka A, (2001), Pengantar Ilmu Pariwisata, Angkasa: Bandunga
- Yulianda, F. 2007. Ekowisata Bahari sebagai Alternatif Pemanfaatan Sumberdaya Pesisir Berbasis Konservasi. FPIK IPB. Bogor. Disampaikan pada Seminar Sains 21 Februari 2007 pada Departemen Manajemen Sumberdaya Perairan.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 06-07-2023

Penulis,



Jilan Naufal



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2022/2023, hari Senin, tanggal 07 Agustus 2023, Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : JILAN NAUFAL
NIM : 19313173
Judul Tugas Akhir : Analisis Peningkatan Potensi Sektor Pariwisata Pantai Panjang Di Kota Bengkulu
Dosen Pembimbing : Rokhedi Priyo Santoso, SE., MDEc.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Rokhedi Priyo Santoso, SE., MDEc.

Anggota Tim : Aminuddin Anwar, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 07 Agustus 2023
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan,

Abdul Hakim, SE, M.Ec., Ph.D.
NIK. 963130101

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Peningkatan Potensi Sektor Pariwisata Pantai Panjang Di Kota Bengkulu

Disusun oleh : JILAN NAUFAL

Nomor Mahasiswa : 19313173

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Senin, 07 Agustus 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Rokhedi Priyo Santoso, SE., MIDEc.

.....
[Signature]

Penguji : Aminuddin Anwar, SE.,M.Sc.

.....
[Signature]

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
YOGYAKARTA
[Signature]
Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. *[Signature]*