

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN DAN
STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA DI PANTAI LEMO-LEMO
KABUPATEN BULUKUMBA**

***ANALYSIS OF TOURIST SATISFACTION LEVELS AND
TOURISM DEVELOPMENT STRATEGIES AT LEMO-LEMO BEACH
BULUKUMBA CITY***



**NURFADILAH
P112221003**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN SUMBERDAYA PESISIR TERPADU
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR**

2024



Optimized using
trial version
www.balesio.com

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN DAN
STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA DI PANTAI LEMO-LEMO
KABUPATEN BULUKUMBA**

**NURFADILAH
P112221003**



**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN SUMBERDAYA PESISIR TERPADU
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR**

2024



Optimized using
trial version
www.balesio.com

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN DAN
STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA DI PANTAI LEMO-LEMO
KABUPATEN BULUKUMBA**

TESIS

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister

Program Studi Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Terpadu

Disusun dan diajukan oleh

NURFADILAH
P112221003

Kepada



**STUDI PENGELOLAAN SUMBERDAYA PESISIR TERPADU
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR**

2024

TESIS

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA DI PANTAI LEMO-LEMO KABUPATEN BULUKUMBA

NURFADILAH
P112221003

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Magister pada 05 November 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

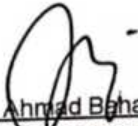
Pada


Program Studi Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Terpadu
Sekolah Pasca Sarjana
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan :



Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Ahmad Bahar, ST., M.Si
NIP. 19700322 1998031002


Prof Dr. Amran Saru ST., M.Si
NIP. 19670924 1995031001

Ketua Program Studi
Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Terpadu



ST., M.Si
31001


Dekan Sekolah Pasca Sarjana
Universitas Hasanuddin

Prof dr. Budu, Ph.D., Sp.M(K), M.Med.Ed.
NIP. 19551231 1995031009

PENYATAAN KEASLIAN TESIS DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis berjudul "Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Dan Strategi Pengembangan Wisata Di Pantai Lemo-Lemo Kabupaten Bulukumba" adalah benar karya saya dengan arahan dari Ahmad Bahar sebagai pembimbing utama dan Prof Amran Saru sebagai pembimbing pendamping. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka teks ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya berupa tesis ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, November 2024




Nurfadilah

P1122210003



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah SAW yang telah menggulung tikar kebatilan dan membentangkan tikar kebajikan.

Penulis yakin sepenuhnya bahwa dalam penyusunan proposal penelitian ini tidak akan mungkin dapat terwujud tanpa bantuan dan dukungan semua pihak. Oleh karenanya itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang senantiasa memberikan doa serta dukungan baik secara moral ataupun material kepada anak-anaknya sehingga bisa mengenyam pendidikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektorat Universitas Hasanuddin.
3. Bapak Prof. Dr. Amran Saru, ST., M,Si selaku Ketua Program Studi S2 Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Terpadu serta merangkap sebagai pembimbing II
4. Bapak Dr. Ahmad Bahar, ST., M.Si selaku pembimbing I
5. Bapak Prof Dr. Ir. Ambo Tuwo., DEA selaku penguji I
6. Ibu Dr. Athira Rinandha Eragradini GP., SPi., M.Si selaku penguji II
7. Bapak Dr. Hamzah Tahang S.Pt., M.Si selaku penguji III
8. Dosen, pegawai dan teknisi Program Studi S2 Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Terpadu

Penulis memahami bahwa tesis ini belum sempurna dan masih memerlukan perbaikan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala kritik dan saran konstruktif demi perbaikan dan penyempurnaan proposal ini. Harapan penulis, proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis, civitas akademika, dan masyarakat luas. Aamiin....

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh...



Penulis

Nurfadilah

ABSTRAK

NURFADILAH. Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan dan Strategi Pengembangan Wisata Di Pantai Lemo-Lemo Kabupaten Bulukumba (Dibimbing Oleh Ahmad Bahar dan Amran Saru)

Latar Belakang. Wisata pantai Lemo-Lemo terletak di Kec. Bontobahari Kab.Bulukumba, wisata ini memiliki daya tarik berupa keindahan yang menakjubkan seperti hamparan pasir yang berwarna putih, suasana yang tenang, udara yang sejuk serta alam yang masih alami. **Tujuan.** Penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan di Pantai Lemo-Lemo dan (2) Untuk mengetahui strategi pengembangan wisata di pantai Lemo-Lemo. **Metode.** analisis yang digunakan adalah *Costumer Satisfaction Index (CSI)*, *Importrance Perfomance Analysis (IPA)* dan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threath*). **Hasil.** Penelitian diperoleh nilai tingkat kepuasan pengunjung 74.38%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan dapat diartikan Puas. Atribut pelayanan yang harus ditingkatkan kinerjanya adalah Kemampuan Petugas untuk cepat tanggap dan cepat dalam menangani keluhan pengunjung (2) respon petugas terhadap keinginan dan kebutuhan pengunjung (3) pengetahuan dan kemampuan petugas dalam menyelesaikan keluhan pengunjung (4) petugas memahami setiap kebutuhan dan keluhan pengunjung. Hal tersebut perlu ditingkatkan agar menciptakan tempat wisata yang mampu memberikan pelayanan terbaik dan sesuai harapan pengunjung wisata. Total skor yang didapatkan pada tabel IFAS (Internal Faktor Anlysis Strategy) yaitu 2.77 dan EFAS (Eksternal Faktor Analysis Strategy) yaitu 2.89. **Kesimpulan.** Strategi pengembangan wisata yaitu dengan memanfaatkan peluang yang ada dan memaksimalkan ancaman sehingga wisata pantai Lemo-Lemo dapat bersaing dengan tempat wisata yang serupa.

Kata Kunci : Pantai Lemo-Lemo, Strategi Pengembangan, Tingkat Kepuasan Pengunjung



ABSTRACT


NURFADILAH. Analysis of Tourist Satisfaction Levels and Tourism Development Strategies at Lemo-Lemo Beach, Bulukumba City (Guided By Ahmad Bahar And Amran Saru)

Background. Lemo-Lemo beach tourism is located in Kec. Bontobahari, Bulukumba City, this tourist attraction has an attraction in the form of amazing beauty such as stretches of white sand, a calm atmosphere, cool air and unspoiled nature. **Aim.** The objectives of this research are (1) to determine the level of tourist satisfaction at Lemo-Lemo Beach and (2) to determine the tourism development strategy at Lemo-Lemo Beach. The analysis methods used are Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA) and SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). **Results.** The research results obtained a visitor satisfaction level of 74.38%. This shows that tourist satisfaction can be interpreted as Satisfied. Service attributes whose performance must be improved are the ability of officers to be responsive and quick in handling visitor complaints (2) officers' response to visitors' desires and needs (3) officers' knowledge and ability to resolve visitor complaints (4) officers understand each visitor's needs and complaints. This needs to be improved in order to create tourist attractions that are able to provide the best service and meet the expectations of tourist visitors. The total score obtained in the IFAS table is 2.77 and EFAS 2.89. **Conclusion.** The tourism development strategy is to take advantage of existing opportunities and maximize threats so that Lemo-Lemo beach tourism can compete with similar tourist attractions.

Keyword : Lemo-Lemo Beach, Levels of Visitor Satisfaction, Development Strategies



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENGAJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRAC.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Landasan Teori.....	2
1.2.1 Pengertian Pariwisata.....	2
1.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata	3
1.2.3 Peranan Pariwisata.....	4
1.2.4 Pelaku Pariwisata	5
1.2.5 Konsep Wisata Bahari	6
1.2.6 Pelayanan.....	7
1.2.7 <i>Costumer Satisfaction Index (CSI)</i>	9
1.2.8 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	11
1.2.9 Strategi Pengembangan Wisata.....	13
1.2.10 Analisis SWOT.....	15
1.3 Rumusan Masalah.....	17
	17
.....	18
REVISI PENELITIAN	19
.....	19

2.2 Instrumen Penelitian	19
2.3 Rancangan Penelitian	20
2.4 Prosedur Penelitian	20
2.5 Jenis Penelitian	21
2.6 Populasi dan Sampel	21
2.7 Jenis dan Sumber Data	21
2.8 Teknik Pengumpulan Data	22
2.9 Teknik Analisis Data	24
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	26
3.1 Statistik Deskriptif	26
3.2 Analisis <i>Costumer Satisfaction Index</i>	28
3.3 Analisis Tingkat Kepuasan dan Harapan Kepentingan Pelayanan	32
3.4 Diagram Kartesius Kepuasan Wisatawan	32
3.5 Identifikasi Analisis SWOT	35
3.6 Strategi Pengembangan Wisata	40
BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	47
4.1 Kesimpulan	47
4.2 Rekomendasi	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	52



DAFTAR TABEL

Nomor Urut	Halaman
1. Kriteria <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI)	10
2. Skala Likert Penilaian Responden	11
3. Bobot Nilai	17
4. Rating Nilai	17
5. Skor Nilai	17
6. Instrumen Penelitian.....	19
7. Hasil Analisis <i>Costumer Satisfaction Index</i> CSI.....	31
8. Analisis SWOT	40
9. Matriks Faktor <i>Internal</i> (IFAS)	42
10. Matriks Faktor <i>External</i> (EFAS).....	43



DAFTAR GAMBAR

Nomor Urut	Halaman
1. Diagram Kartesius	12
2. Peta Lokasi Penelitian	19
3. Rancangan Penelitian	20
4. Prosedur Penelitian.....	20
5. Data Kuesioner Pengunjung Berdasarkan Usia	26
6. Data Kuesioner Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin	26
7. Data Kuesioner Pengunjung Berdasarkan Daerah	27
8. Data Kuesioner Pengunjung Berdasarkan Pendidikan	27
9. Data Kuesioner Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan	27
10. Analysis Importance Performance	32
11. Diagram Kartesius Hasil Penelitian	35
12. Diagram Analisis SWOT	44



BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara maritim dengan garis pantai terentang sejauh 108.000 km, memiliki kekayaan alam pesisir yang melimpah. Pengembangan sektor pariwisata di wilayah pesisir telah terbukti menjadi salah satu strategi efektif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional (Martin, et al., 2021).

Pengembangan sektor pariwisata dapat menjadi salah satu motor penggerak perekonomian Indonesia. Sesuai dengan ketentuan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Tahun 2015 menyatakan bahwa Pengembangan pariwisata di Indonesia difokuskan pada tujuh sektor utama seperti wisata budaya dan sejarah, wisata alam dan ekowisata, wisata olahraga rekreasi, wisata kapal pesiar, wisata kuliner dan belanja, wisata kesehatan dan kebugaran, wisata konvensi intensif serta pameran dan event. Pengembangan pariwisata merupakan salah satu kunci untuk mempercepat laju pertumbuhan ekonomi negara, terutama melalui peningkatan pendapatan negara dan penciptaan lapangan kerja. (Wibowo, et al., 2017)

Sulawesi Selatan menyuguhkan pesona wisata yang beragam, mulai dari keindahan alam hingga kekayaan budaya, menjadikannya destinasi yang menarik bagi wisatawan. Potensi wisata yang bagus telah menarik minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung (Rijal, et al., 2020). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Sulsel, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Makassar pada Oktober 2014 mencapai 1.279 orang, menunjukkan potensi besar pariwisata di wilayah tersebut. Keindahan Pantai Tanjung Bira dan keunikan budaya Tana Toraja telah menjadikan lapangan 812-1111 to Sulawesi Selatan sebagai destinasi wisata yang sangat populer (Machmud et al. 2023).

Sebagai bagian dari Provinsi Sulawesi Selatan, Kabupaten Bulukumba telah berhasil memposisikan dirinya sebagai destinasi wisata yang diminati baik oleh wisatawan lokal maupun internasional. Investasi di sektor pariwisata di daerah ini



didukung oleh kekayaan alam yang melimpah, keanekaragaman wisata yang besar Sehingga daerah ini mendapat julukan "Butta niasa dikenal dengan sebutan tanah pembuat perahu. Kondisi niasa yang unik telah membentuk kekayaan budaya dan sumber alam yang melimpah. Keberagaman ini menjadikan daerah ini sebagai destinasi

wisata yang populer di kalangan wisatawan domestik dan internasional (Ahmad et al., 2024).

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Bulukumba (2023), Pilihan wisata di Bulukumba sangat beragam, mulai dari pesona pegunungan yang sejuk hingga keindahan pantai yang eksotis, serta terdapat pula objek wisata religi yang menarik. Objek wisata bahari mencakup seluruh kawasan pesisir, termasuk laut, pantai, dan pulau-pulau di sekitarnya (Masjshoer, 2019). Beberapa destinasi wisata bahari yang menjadi tujuan wisata seperti Pantai Tanjung Bira, Pantai Apparalang, Pantai Bara, Pantai Samboang, Pantai Ujung, Pantai Lemo-Lemo dan masih banyak lagi destinasi menarik lainnya.

Salah satu destinasi wisata yang menarik yaitu pantai Lemo-Lemo. Secara Geografis, pantai ini berada di bagian paling selatan Provinsi Sulawesi Selatan, yakni di Kecamatan Bontobahari, Kabupaten Bulukumba. hamparan pasir putihnya yang lembut, suasana tenang, dan udara segar, pantai ini memiliki keindahan alam yang menakjubkan. Sehingga, pantai ini berpotensi menjadi destinasi wisata yang menarik. Namun, rendahnya jumlah pengunjung disebabkan berbagai masalah, di antaranya akses jalan yang rusak parah, akses destinasi wisata lain yang jauh, dan sarana prasarana yang tidak memadai perbandingannya, Pantai Tanjung Bira rata-rata dikunjungi oleh 50-100 orang setiap hari, sementara Pantai Lemo-Lemo hanya sekitar 10-15 orang.

Pemerintah daerah perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk mengatasi permasalahan yang ada, mengingat potensi besar wilayah tersebut dalam pengembangan lebih lanjut. Melihat potensi besar di kawasan ini, pemerintah daerah seharusnya menyusun strategi yang komprehensif untuk mengembangkannya menjadi kawasan yang lebih maju dan sejahtera. Dengan banyaknya permasalahan tersebut maka perlu dilakukan kajian terhadap objek wisata tersebut sehingga peneliti mampu mengetahui tingkat kepuasan wisatawan dan strategi pengembangan wilayah pesisir berkelanjutan di pantai tersebut.

1.2 Landasan Teori



wisata

berasal dari kata "Tourism" yang sering pula di Indonesiakan atau pariwisata secara linguistik diadopsi dari bahasa Sanskerta ke dalam "tourism" (Bahasa Belanda) atau "tourism" (Bahasa Inggris). Kata pariwisata berasal dari gabungan kata "pari" yang berarti

"berulang-ulang" dan "wisata" yang berarti "perjalanan". Pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain untuk sementara waktu. Tujuan utama dari perjalanan ini bukan untuk bekerja atau menetap, melainkan untuk bersenang-senang, beristirahat, atau mencari pengalaman baru (Rambulangi, 2023).

Isdarmanto (2023) mengatakan bahwa Pariwisata merupakan kegiatan bersifat dinamis yang melibatkan banyak orang, baik secara individu maupun kelompok, dan mampu menggerakkan berbagai sektor usaha yang artinya Pariwisata memiliki peran penting dalam kegiatan bersifat kompleks yang dapat melibatkan berbagai pihak dan aspek serta memberikan dampak secara luas. Pariwisata muncul sebagai respon terhadap kebutuhan dasar manusia akan rekreasi, pengalaman baru, dan interaksi sosial, serta menjadi titik temu antara wisatawan, pemerintah, dan pelaku usaha.

1.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Arifin (2016) Pariwisata memiliki ragam jenis dan berikut penjelasan jenis wisata yang dibagi dalam beberapa kategori seperti :

1. Wisata bahari adalah segala bentuk kegiatan wisata yang dilakukan di sekitar atau di perairan, dengan tujuan menikmati keindahan alam, melakukan aktivitas rekreasi, atau mempelajari ekosistem laut.
2. Wisata teristial adalah jenis wisata yang mengkoordinasikan eksplorasi ekosistem daratan dan pesisir dalam satu kawasan, dengan tujuan memberikan pengalaman wisata yang lengkap dan berkelanjutan
3. Wisata cagar alam adalah kegiatan wisata yang dilakukan di kawasan yang dilindungi oleh undang-undang, dengan tujuan memberikan pengalaman edukasi dan rekreasi sambil menjaga kelestarian lingkungan.
4. Wisata *etnik/culture* adalah kegiatan wisata yang berkaitan dengan kearifan lokal dan kebudayaan suatu daerah seperti Keanekaragaman budaya, sejarah, dan kuliner menjadi magnet bagi wisatawan untuk menjelajahi suatu daerah.
5. Wisata agro adalah aktivitas mengunjungi lokasi pertanian, perkebunan, atau perikanan dengan tujuan belajar dan mengamati proses produksi.

6. Wisata sosial adalah program perjalanan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dengan tujuan memberikan kesempatan untuk berwisata edukatif, berkeadilan dan memperoleh manfaat sosial serta budaya.

7. Wisata belajar adalah kegiatan wisata yang menggabungkan unsur rekreasi dan edukasi dengan tujuan memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan dan



bermakna melalui kunjungan ke tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah, budaya, atau ilmiah.

8. Wisata petualang adalah kegiatan wisata yang melibatkan aktivitas fisik yang menantang di alam bebas, dengan tujuan menikmati keindahan alam dan menguji batas kemampuan diri.

1.2.3 Peranan Pariwisata

Kolaborasi yang efektif antara pemerintah sebagai regulator dan sektor swasta sebagai pelaku bisnis menjadi kunci keberhasilan pengembangan pariwisata. Pada prinsipnya pembangunan pariwisata harus memperlihatkan dampak yang dapat dihasilkan dan memastikan dapat memberikan keuntungan baik dari segi peningkatan ekonomi daerah, penyerapan tenaga kerja dan merupakan sumber kesejahteraan bagi masyarakat.

1. Penyerapan Tenaga Kerja

Undang-Undang No. 10 tahun 2009 pasal 4 menyatakan bahwa salah tujuan pelaksanaan pariwisata untuk mengatasi kemiskinan dan pengangguran masyarakat dengan peluang kesejahteraan melalui pembukaan lapangan kerja dari sektor pariwisata dimana Kegiatan pariwisata memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, sehingga mengurangi angka kemiskinan. sekitar kawasan wisata, kegiatan penyelenggaraan pariwisata adalah memerlukan dukungan dari multi sektor untuk dapat berjalan seperti dukungan transportasi, akomodasi travel dan lain sebagainya yang mana hal ini membutuhkan ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas akan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan penyerapan tenaga kerja.

2. Pendapatan Daerah

Tujuan penyelenggaraan kepariwisataan sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 adalah untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional yang berkelanjutan. Beberapa bidang pemasukan yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata melalui pemungutan retribusi dan pajak seperti pajak perhotelan, restoran, retribusi tiket, wisata dan lain sebagainya. Hal ini



ik pariwisata khususnya dalam peningkatan pendapatan daerah
tan Kesejahteraan Masyarakat
si Undang-Undang No. 10 tahun 2009 menyatakan bahwa
nya sekedar industri hiburan, tetapi juga merupakan motor
mian masyarakat, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan

pendapatan, dan memberdayakan masyarakat lokal. Melalui pariwisata secara berkelanjutan, kita dapat mencapai kesejahteraan yang lebih merata bagi seluruh lapisan masyarakat. Tersedianya lapangan kerja dari sektor pariwisata yang sangat beragam dapat dimanfaatkan sebagai lapangan kerja sebagai pemandu wisata, pelaku wisata (pengelola), penyedia biro perjalanan/agen travel.

1.2.4 Pelaku Pariwisata

Dalam penyelenggaraan kegiatan wisata tentunya melibatkan berbagai multi sektor sebagai suatu kesatuan ekosistem yang saling berhubungan (Arifin, 2016). Sejumlah pihak yang terdiri dari wisatawan, pengusaha pariwisata, pemerintah, masyarakat lokal, dan organisasi berperan aktif dalam mengembangkan pariwisata wisatawan.

1. Wisatawan

Setiap wisatawan memiliki keunikan dengan minat, preferensi, dan latar belakang yang berbeda-beda, sehingga menciptakan permintaan produk dan jasa wisata yang beragam.

2. Industri pariwisata

pariwisata adalah kumpulan usaha Industri yang bertujuan memenuhi kebutuhan wisatawan, baik berupa barang maupun jasa. Adapun jenis-jenis industri pariwisata yaitu :

- a. Pelaku langsung dalam industri pariwisata adalah bisnis yang secara langsung berinteraksi dengan wisatawan dan menyediakan layanan yang dibutuhkan selama perjalanan mereka, seperti akomodasi, transportasi, dan hiburan.
- b. Pelaku tidak langsung dalam pariwisata adalah entitas bisnis yang menyediakan produk atau jasa pendukung yang secara tidak langsung berkontribusi pada pengembangan dan keberlangsungan sektor pariwisata.

3. Pelaku Pendukung Pariwisata

Pelaku pendukung pariwisata adalah individu, kelompok, atau organisasi yang secara langsung maupun tidak langsung berperan dalam mendukung kegiatan pariwisata. Mereka berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang kondusif untuk wisatawan, meningkatkan kualitas pengalaman wisata, serta mendorong pertumbuhan



memiliki kewenangan eksklusif dalam perencanaan, pengelolaan infrastruktur pariwisata, serta berperan sebagai ditetapkan kebijakan dan standar operasional di sektor pariwisata.

5. Masyarakat lokal

Masyarakat lokal merupakan aktor kunci dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Mereka berperan sebagai penyedia atraksi wisata, penjaga kualitas layanan, dan pelestari nilai-nilai budaya yang menjadi daya tarik utama suatu destinasi.

6. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)

Keterlibatan LSM dan komunitas lokal dalam kawasan wisata telah dimulai sejak lama dan terus berlanjut hingga saat ini, menunjukkan komitmen mereka terhadap pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Aktivitas dari berbagai kalangan ini bertujuan untuk memelihara dan melestarikan berbagai sumberdaya potensial serta menjamin keamanan dan keberlangsungan ekosistem sosial budaya, ekologi dan masyarakat agar senantiasa terawat dan berkesinambungan. contoh aktivitas tersebut seperti forum pecinta alam dan pemerhati konservasi alam dan lingkungan.

1.2.5 Konsep Wisata Bahari

Menurut Fandeli (2000) Wisata bahari adalah konsep pariwisata yang berfokus pada pemanfaatan potensi alam laut dan pesisir sebagai daya tarik wisata, dengan tujuan untuk mencapai keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan.

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2007 memberikan kerangka hukum yang jelas bagi pengembangan wisata bahari di Indonesia. Peraturan ini mengatur berbagai aspek pengelolaan wilayah pesisir, termasuk di dalamnya kegiatan wisata bahari. Pengelolaan wilayah pesisir adalah suatu rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mencapai pemanfaatan sumber daya alam pesisir secara optimal, efisien, dan berkelanjutan, dengan memperhatikan aspek ekologi, sosial, ekonomi, dan budaya.

Wisata bahari merupakan representasi pengembangan dan pemanfaatan wilayah/kawasan untuk kegiatan kepariwisataan di setiap daerah yang telah diatur dalam kebijakan pemanfaatan sumber daya alam di wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil. Hal ini sesuai dalam regulasi daerah Nomor 6 tahun 2007 Rencana Tata Ruang Wilayah Pesisir diantaranya mengembangkan kawasan pemanfaatan umum sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, fokus akan diberikan pada pengembangan wisata bahari yang meliputi eksplorasi bawah laut, pesisir, dan pulau-pulau kecil (Syaiful, 2008) dalam penentuan suatu potensi pada kawasan objek wisata bahari. Beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh dirjen pariwisata yaitu :



1. Intensitas radiasi matahari
2. Temperatur permukaan laut
3. Karakteristik granulometri sedimen pantai
4. Transparansi kolom air laut
5. Luasan kawasan pengembangan
6. Densitas populasi ikan
7. Kualitas lingkungan alami

1.2.6 Pelayanan

Menurut Prasetio (2012) Pelayanan adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh suatu pihak untuk memenuhi harapan dan keinginan pihak lain, yang hasilnya tidak dapat dilihat atau dilihat secara fisik. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sering (Kotler: 2000)

Menurut Seftia (2023) menyatakan bahwa Pelayanan merupakan interaksi antara penyedia dan penerima yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat, tanggap, dan ramah, serta menunjukkan kompetensi yang tinggi

1. Kualitas pelayanan

Menurut Usmara (2008), Kualitas pelayanan adalah tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan terhadap suatu jasa dengan kinerja aktual yang diberikan oleh penyedia jasa. Roderick (2008) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah variabel yang berbanding lurus dengan harga, di mana semakin tinggi harga yang dibayarkan, maka semakin tinggi pula ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan. Analisis pendapat para ahli menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan ukuran sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, yang juga dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan.

Menurut Retnawati (2018), metode *servqual* digunakan untuk mengukur seberapa besar perbedaan antara harapan pelanggan dengan pengalaman mereka terhadap suatu layanan. Dengan kata lain, metode ini membantu kita memahami apakah layanan memenuhi ekspektasi pelanggan. Berbagai perspektif *servqual* telah dikemukakan oleh para ahli, di antaranya: kualitas melibatkan proses yang sistematis untuk mengendalikan aspek-aspek layanan yang berinteraksi dengan pelanggan.



- b. Kualitas pelayanan ditentukan oleh seberapa besar kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima.
- c. Kualitas pelayanan yang berorientasi pada pelanggan, dimulai dari memahami kebutuhan mereka hingga memastikan mereka puas dengan hasil akhir.

2. Karakteristik Pelayanan

Menurut Zulkarnain dan Ramdanyah (2020) Pelayanan mempunyai ciri khas yang membedakannya dari aspek lain. Beberapa karakteristik unik dari pelayanan antara lain :

- a. Partisipasi pelanggan (*participant*) Keunikan layanan terletak pada interaksi langsung pelanggan dalam proses. Berbeda dengan manufaktur, di mana pelanggan hanya menerima produk jadi, pada layanan, pelanggan serta aktif berinteraksi.
- b. Kejadian pada waktu yang bersamaan (*simultaneity*) layanan bersifat sementara dan tidak dapat disimpan namun berbeda dengan produk fisik yang dapat diinventarisasi, layanan harus diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.
- c. Pelayanan langsung digunakan habis (*service perishability*) layanan bersifat sementara dan tidak dapat disimpan. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus mampu mengelola permintaan yang fluktuatif untuk memaksimalkan pemanfaatan kapasitas.
- d. Tidak berwujud (*Intangibility*) Layanan adalah produk yang abstrak dan tidak dapat diraba. Inovasi dalam layanan sulit untuk dilindungi secara hukum, sehingga perusahaan harus bergerak cepat untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.
- e. Beragam (*Heterogeneity*) Kombinasi antara keterlibatan pelanggan dan sifat layanan yang tidak berwujud menciptakan variasi yang tinggi dalam setiap interaksi layanan. Hal ini membuat setiap pengalaman pelanggan menjadi unik.

3. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Kasmir (2003) Menyebutkan beberapa faktor penentu utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, antara lain:



layanan sangat bergantung pada kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan. Karyawan yang ramah, sopan, dan komunikatif saat pelanggan merasa nyaman dan terkesan.

- b. Untuk memberikan pelayanan yang prima, perusahaan perlu menyediakan sarana dan prasarana yang mendukung, seperti ruang tunggu yang nyaman, peralatan yang lengkap, dan lain-lain.
- c. Setiap karyawan bertanggung jawab penuh dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan mulai dari tahap awal hingga selesai.
- d. Karyawan harus mampu memberikan pelayanan sesuai dengan standar prosedur operasional yang telah ditetapkan dan memenuhi ekspektasi pelanggan.
- e. Komunikasi yang efektif adalah kunci dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.
- f. Pelanggan memiliki hak atas privasi, sehingga karyawan harus menjaga kerahasiaan semua informasi yang berkaitan dengan pelanggan.
- g. Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, karyawan harus memiliki pengetahuan yang memadai tentang produk atau jasa yang ditawarkan.
- h. Kemampuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan adalah kunci keberhasilan dalam membangun hubungan jangka panjang.
- i. Kepercayaan pelanggan adalah aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu berusaha untuk membangun dan menjaga kepercayaan pelanggan.

1.2.7 Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI (*Customer Satisfaction Index*) merupakan suatu metode kuantitatif yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah mereka terima. Metode ini sangat efisien karena tidak hanya memberikan gambaran umum tentang tingkat kepuasan pelanggan, tetapi juga mengidentifikasi secara spesifik aspek-aspek produk atau layanan yang perlu diperbaiki. Selain itu, metode ini mudah digunakan dan dilengkapi dengan skala pengukuran yang telah teruji reliabilitasnya.

Metode CSI digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan membandingkan antara kinerja aktual produk atau jasa dengan harapan pelanggan terhadap berbagai atribut yang nilai penting mereka (Angraeni, et al., 2019). CSI bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan atau respon pelanggan atau organisasi terhadap suatu produk / jasa yang telah dan akan mereka terima (pada respon pelanggan), untuk mengetahui apakah telah sesuai dengan harapan mereka.



Tabel 1. Kriteria *Costumer Satisfaction Index* (CSI)

No	Nilai Index (%)	Kriteria CSI
1	0-20	Tidak Puas
2	21-40	Kurang Puas
3	41-60	Cukup Puas
4	61-80	Puas
5	81-100	Sangat Puas

(Sumber : Mushsen, 2007)

Proses perhitungan CSI terdiri dari lima tahapan sebagai berikut (Arionang, 2005 dikutip oleh wibowo dan Ardhi 2018);

1. *Mean Importance Score* (MIS) adalah nilai rata-rata yang diperoleh dari penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan setiap atribut, yang digunakan untuk mengukur bobot atau prioritas yang diberikan konsumen terhadap masing-masing aspek.

$$MIS = \frac{\text{Jumlah Nilai Kepentingan}}{N} \dots\dots\dots (1)$$

2. *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah nilai rata-rata yang diperoleh dari penilaian konsumen terhadap tingkat kepuasan mereka terhadap setiap atribut, yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap masing-masing aspek.

$$MSS = \frac{\text{Jumlah Nilai Kinerja}}{N} \dots\dots\dots (2)$$

3. Bobot faktor *Weight Factors* (WF) adalah nilai yang diperoleh dari pembagian nilai kepentingan rata-rata suatu atribut (MIS) terhadap total nilai kepentingan rata-rata semua atribut, yang digunakan untuk mengukur kontribusi relatif dari setiap atribut dalam membentuk kepuasan pelanggan secara keseluruhan

$$WF = \frac{\text{Nilai MIS}}{\text{Total MIS}} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

4. Bobot Skor *Weight Score* (WS) adalah nilai yang diperoleh dari perkalian bobot Faktor (WF) yang menunjukkan proporsi kepentingan suatu atribut dengan Skor Kepuasan Rata-rata (MSS) yang menunjukkan tingkat kepuasan terhadap atribut tersebut, sehingga mencerminkan aktual suatu atribut terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.



$$WS = WF \times MSS \dots\dots\dots (4)$$

5. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh melalui agregasi seluruh nilai *Weighted Score* (WS).

$$CSI = \frac{\text{Total WS}}{5} \times 100\% \dots\dots\dots (5)$$

Untuk mengetahui posisi masing-masing atribur mengenakan perhitungn IPA adalah nilai rata dari masing-masing atribut dengan formulasi sebagai berikut :

$$\bar{x} = \sum \frac{x_i}{n} \text{ dan } \bar{y} = \sum \frac{y_i}{n}$$

Dimana :

X = Nilai rata-rata persepsi konsumen

Y = Nilai rata-rata ekspektasi konsumen

N = Jumlah Partisipan Survei

Penelitian ini menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima tingkat jawaban, mulai dari sangat puas hingga sangat tidak puas. Skala Likert dipilih karena memungkinkan responden untuk mengungkapkan tingkat kepuasan mereka secara lebih rinci terhadap berbagai aspek layanan, seperti kecepatan respon, kemudahan petugas, dan kemudahan dalam menyelesaikan masalah. Data yang diperoleh bersifat ordinal, sehingga analisis kuantitatif yang lebih mendalam, seperti perhitungan rata-rata atau selisih, tidak dapat dilakukan. Oleh karena itu, analisis difokuskan pada peringkat relatif antar kategori (Durianto, 2004). Untuk menjamin reliabilitas data, setiap indikator dalam skala diberikan bobot yang sama, sehingga setiap jawaban memiliki kontribusi yang setara dalam analisis.

Tabel 2. Skala Likert Penilaian Responden

Nilai	Persepsi	Nilai	Ekspektasi
	Arti		Arti
1	Sangat Kurang Baik	1	Sangat Kurang Penting
2	Kurang Baik	2	Kurang Penting
3	Biasa Saja	3	Biasa Saja
4	Baik	4	Penting
5	Sangat Baik	5	Sangat Penting



(2014)

Performance Analysis (IPA)

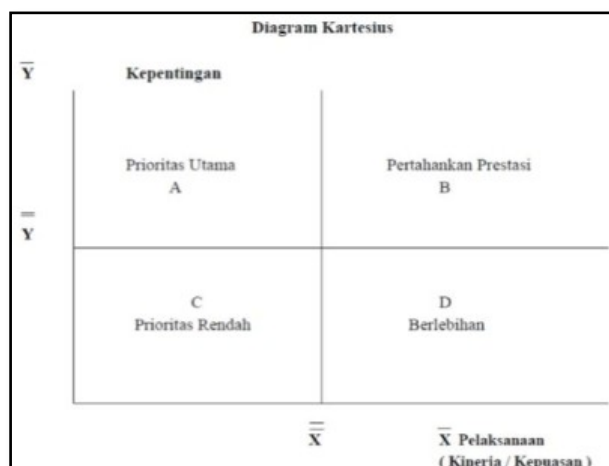
Performance Analysis (IPA) merupakan teknik statistik yang mengklasifikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

pelanggan ke dalam kuadran berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan (Fatima et al, 2024).

Menurut Sariang dan Gidion (2022) IPA adalah suatu metode yang sistematis untuk mengukur dan membandingkan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual perusahaan pada berbagai aspek produk atau jasa. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis IPA merupakan alat yang sangat berguna bagi perusahaan untuk memahami posisi kompetitif produk atau jasanya. Dengan melakukan analisis IPA, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, sehingga dapat mengambil tindakan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memenangkan persaingan.

Menurut Supranto dan Johanes (2006) menyatakan bahwa Analisis tujuan ini adalah untuk mengidentifikasi tingkat keselarasan antara harapan konsumen dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan, dengan penekanan pada lima dimensi yang telah teridentifikasi dalam kajian pustaka.

Menurut Nawir (2020) IPA adalah Prosedur untuk mengevaluasi kepentingan relatif dari beragam atribut akan diuraikan secara rinci. Hasil evaluasi ini akan disajikan dalam diagram kartesius kuadran. Kuadran-kuadran tersebut merepresentasikan tingkat prioritas yang berbeda, mulai dari yang paling mendesak hingga yang kurang perlu diperhatikan.



Gambar 1. Diagram Kartesius (Nawir, 2020)



Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Kuadran I/A Prioritas utama (*Concentrate Here*)
Kuadran ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dan kinerja perusahaan pada aspek-aspek tertentu. Perlu dilakukan upaya intensif untuk meningkatkan kinerja.
- b. Kuadran II/B Pertahankan prestasi (*Keep Up The Good Work*)
Faktor-faktor yang teridentifikasi pada kuadran ini merupakan aspek kinerja yang sangat dihargai oleh konsumen dan oleh karena itu harus terus dipertahankan serta ditingkatkan secara berkelanjutan.
- c. Kuadran III/C Prioritas Rendah (*Low Priority*)
Pada kuadran ini terdapat faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau tingkat kinerja actual yang rendah dan tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih terhadap faktor tersebut
- d. Kuadran IV/D Berlebihan (*Possibly Overkill*)
Pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu dianggap oleh perusahaan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang memiliki tingkat prioritas yang lebih tinggi.

1.2.9 Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Arifin (2016) Strategi merupakan suatu kerangka kerja yang komprehensif yang mengarahkan organisasi dalam mencapai tujuannya melalui pemanfaatan sumber daya secara optimal dan pengelolaan hubungan eksternal yang efektif.

Strategi merupakan suatu kerangka kerja yang terstruktur yang mengarahkan organisasi dalam mencapai tujuannya melalui perencanaan yang cermat, alokasi sumber daya yang efisien, dan adaptasi terhadap dinamika lingkungan. Strategi dapat digunakan dalam situasi seperti:

1. Strategi adalah rancangan aksi yang terukur untuk mewujudkan visi
2. Strategi adalah pendekatan sistematis yang diterapkan secara berkelanjutan
3. Strategi adalah penentuan posisi produk atau layanan di pasar yang spesifik.
4. Strategi adalah arah yang jelas bagi organisasi untuk bergerak maju



Strategi dapat diterapkan pada semua tingkatan organisasi, mulai dari usaha kecil hingga korporasi besar. Jenis-jenis strategi yang dapat dipilih pun sangat beragam, mulai dari strategi pertumbuhan hingga strategi bertahan:

1. Strategi organisasi (*Corporate Strategy*) Strategi ini merupakan pedoman jangka panjang organisasi, yang mencakup visi, misi, dan tujuan keseluruhan
2. Strategi program (*Program Strategy*) strategi ini memastikan bahwa setiap program selaras dengan tujuan strategis organisasi.
3. Strategi sumberdaya (*Resource Support Strategy*), Strategi ini berfokus pada optimalisasi penggunaan semua aset yang dimiliki organisasi, baik itu manusia, keuangan, maupun teknologi
4. Strategi kelembagaan (*Institutional Strategy*) Strategi ini berfokus pada pengembangan struktur, budaya, dan sistem organisasi untuk mendukung pencapaian tujuan strategis.

Strategi juga dapat dilakukan dan diterapkan untuk aspek pengembangan seperti pengembangan pariwisata yang bertujuan untuk menemukan formulasi yang tepat dalam menganalisis masalah dan menentukan solusi penanganan permasalahan.

Menurut Jayanti (2019) pengembangan adalah tahapan di mana rancangan yang abstrak diubah menjadi realitas, dengan mempertimbangkan berbagai kendala dan peluang yang ada. Beberapa para peneliti terdahulu telah mendefinisikan tentang pengembangan keterkaitannya dengan pariwisata seperti yang dikemukakan Suwardjoko dalam Warpani (2007) Pengembangan pariwisata adalah upaya sistematis untuk mengoptimalkan penggunaan berbagai sumber daya, baik alam, budaya, maupun manusia, dengan mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi, guna menciptakan destinasi wisata yang berkelanjutan dan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Perencanaan dan pengembangan kepariwisataan pada prinsipnya adalah kewajiban bagi setiap daerah melalui pemerintahannya sebagai salah upaya dalam peningkatan ekonomi dan kesejahteraan daerah dan masyarakatnya melalui peluang ketersediaan lapangan kerja baru. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 mengatur bahwa pengembangan pariwisata di daerah harus berpedoman pada prinsip-prinsip yang meliputi tujuan pembangunan yang berkelanjutan.



jaminan keamanan, keselamatan, dan akses informasi yang layak bagi para wisatawan.

dukungan penuh terhadap pengembangan usaha pariwisata yang jelas dan transparan

3. Mengembangkan potensi wisata secara berkelanjutan dengan tetap memperhatikan aspek pelestarian lingkungan.
4. Mengatur dan mengawasi kegiatan pariwisata agar berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Pelaksanaan kegiatan ini harus sejalan dengan prinsip keberlanjutan, dengan memperhatikan keanekaragaman budaya, keunikan alam, dan kebutuhan wisatawan yang terus berkembang. Menurut Suwanto (2004) Pembangunan pariwisata merupakan suatu sistem yang kompleks, melibatkan berbagai komponen seperti industri, destinasi, pemasaran, dan kelembagaan, yang saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain. Pembangunan pariwisata memerlukan perencanaan yang matang dengan mempertimbangkan kelima unsur pokok, yaitu objek dan daya tarik wisata, sarana dan prasarana, tata laksana, serta kondisi sosial dan lingkungan.

1.2.10 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metodologi yang sistematis untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha atau proyek (Khasanah et al., 2022).

Analisis SWOT, yang dikembangkan oleh Albert Humphrey berdasarkan penelitian terhadap perusahaan Fortune 500, adalah alat yang ampuh untuk merumuskan strategi yang efektif (Fatimah, 2024).

Proses pengambilan keputusan strategis yang efektif selalu diawali dengan analisis mendalam terhadap situasi internal dan eksternal perusahaan melalui kerangka kerja SWOT, guna memastikan keselarasan antara misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan dengan kondisi lingkungan bisnis yang dinamis.

- Faktor Internal

Faktor internal adalah kondisi di dalam perusahaan yang secara langsung membentuk karakteristik dan kemampuannya, baik itu kekuatan yang dapat dimanfaatkan maupun kelemahan yang perlu diperbaiki..

- Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah kondisi di luar perusahaan yang tidak dapat dikendalikan perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja dan keberlangsungan



penelitian Fanni (2007), kekuatan, kelemahan, peluang, dan konteks pariwisata masing-masing merujuk pada keunggulan internal, potensi pengembangan, dan faktor eksternal yang dapat menghasilkan suatu destinasi wisata. Ismawati (2018) menguraikan

metode yang sistematis untuk menerapkan analisis SWOT dalam merancang strategi pengembangan pariwisata yaitu :

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan pariwisata adalah aset berharga yang dapat dimanfaatkan untuk menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan daya saing destinasi.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan dalam sektor pariwisata merujuk pada segala hal yang menghambat pertumbuhan dan perkembangan industri pariwisata, seperti kualitas pelayanan yang buruk, kurangnya promosi yang efektif, dan infrastruktur yang tidak memadai.

c. Peluang (*Opportunity*)

Peluang merupakan Kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan pariwisata, seperti perubahan tren wisata, kebijakan pemerintah yang mendukung, atau pertumbuhan ekonomi.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan Faktor eksternal yang dapat membahayakan keberlangsungan pariwisata, seperti bencana alam, perubahan iklim, atau persaingan yang ketat dari destinasi wisata lain.

Melalui analisis SWOT ini dapat mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata, sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut untuk menarik lebih banyak wisatawan. Faktor internal dan eksternal merupakan dua aspek krusial yang saling mempengaruhi dalam suatu sistem. Faktor internal, yang meliputi kekuatan dan kelemahan intrinsik, mencerminkan kondisi di dalam sistem itu sendiri. Sebaliknya, faktor eksternal, yang terdiri dari peluang dan tantangan dari luar, menggambarkan pengaruh lingkungan di sekitar sistem (Syamsiah et al., 2021).

Analisis SWOT bersifat sangat kontekstual dan dinamis, sehingga hasil yang diperoleh pada suatu periode waktu tertentu tidak dapat dijadikan acuan mutlak untuk periode berikutnya. Perubahan lanskap ekonomi, politik, sosial, dan keamanan secara signifikan dapat mempengaruhi hasil analisis SWOT (Yulita, 2008 dalam haerul, 2018). Analisis SWOT diawali dengan proses sistematis untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.



Analisis ini diberi bobot dan rating menggunakan teknik tertentu untuk mengukur pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menentukan posisi kompetitif perusahaan dan menyusun strategi yang tepat.

Tabel 3. Bobot Nilai

No	Bobot Nilai	Keterangan
1	1.00	Sangat Penting
2	0.75	Penting
3	0.50	Standar
4	0.25	Tidak Penting
5	0.10	Sangat Tidak Penting

Tabel 4. Rating Nilai

No	Rating Nilai	Keterangan
1	5	Sangat Penting
2	4	Penting
3	3	Netral
4	2	Tidak Baik
5	1	Sangat Tidak Baik

Tabel 5. Skor Nilai

No	Label	Keterangan
1	SN	Skor Nilai
2	BN	Bobot Nilai
3	RN	Rating Nilai

Proses perhitungan skor akhir melibatkan perkalian bobot nilai dengan rating nilai untuk setiap komponen, kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan nilai akhir.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan di Pantai Lemo-Lemo Bulukumba?
2. Bagaimana strategi pengembangan wisata di pantai Lemo-Lemo Bulukumba?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian



rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini yaitu :

i persepsi wisatawan mengenai kualitas layanan dan fasilitas yang Lemo-Lemo Bulukumba

i Strategi pengembangan pariwisata yang relevan dengan kondisi

mo-Lemo Bulukumba

Berdasarkan uraian diatas maka manfaat peneliitan ini yaitu :

1. Mampu memberikan sumbangsih terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya informasi mengenai potensi wisata yang ada di pantai Lemo-Lemo untuk dikembangkan secara berkelanjutan
2. Agar dapat menjadi rujukan kebijakan yang komprehensif kepada pemerintah daerah Kabupaten Bulukumba guna mencapai pengelolaan wilayah pesisir yang berkelanjutan, dengan fokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan pengembangan ekonomi lokal.

1.5 Batasan Masalah

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian, penelitian ini difokuskan pada :

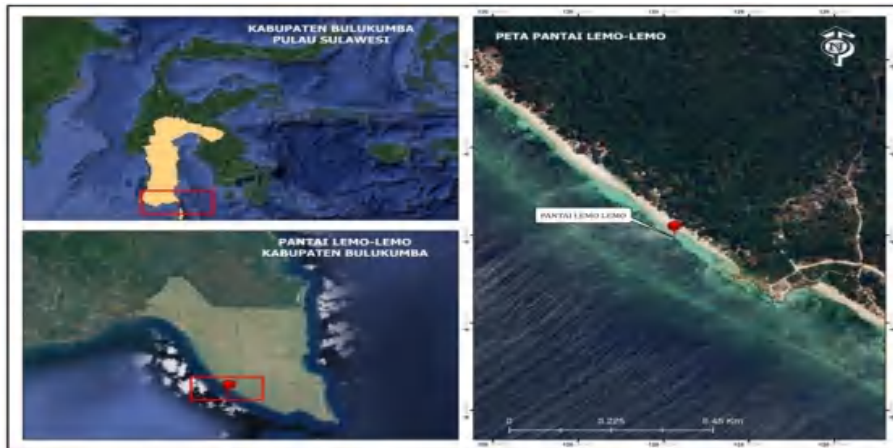
1. Penelitian ini secara spasial dibatasi di Pantai Lemo-Lemo Bulukumba untuk memungkinkan analisis yang lebih terfokus dan menghasilkan temuan yang spesifik bagi wilayah tersebut
2. Penelitian ini mengadopsi pendekatan partisipatif dengan melibatkan aktif masyarakat setempat dan wisatawan yang berkunjung ke Pantai
3. Penelitian ini secara mendalam menganalisis kualitas dan efektivitas dari berbagai program pelayanan yang telah dan sedang dijalankan di Pantai Lemo-Lemo, seperti fasilitas umum, kebersihan lingkungan, dan kegiatan wisata yang ditawarkan sehingga dapat memberikan rekomendasi perbaikan dimasa yang akan datang



BAB II. METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan pada Februari – Agustus 2024. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di pantai Lemo-Lemo Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan.



Gambar 2. Peta Lokasi Penelitian

2.2 Instrumen Penelitian

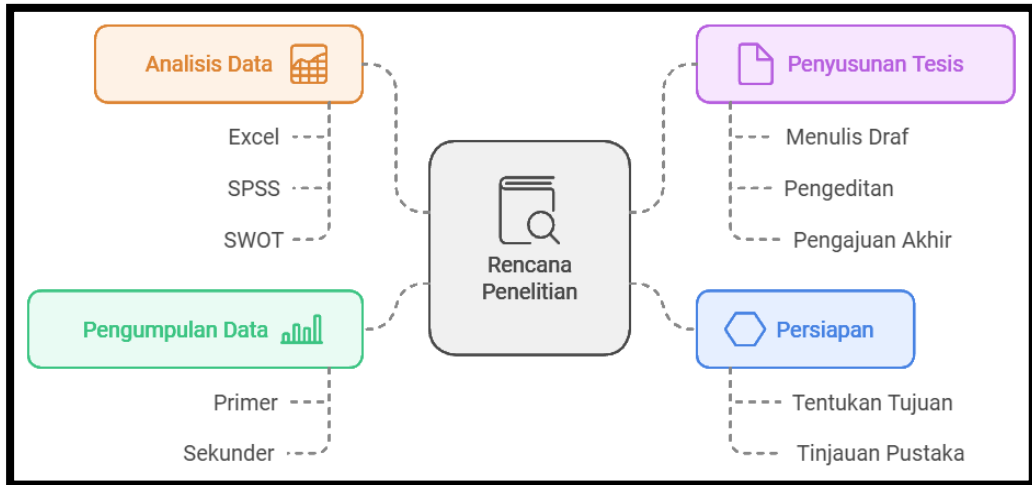
Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengamatan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Instrumen Penelitian

No	Instrumen Penelitian	Kegunaan
1	Alat tulis (Lembar Kuesioner)	Penulisan data hasil wawancara/kuesioner
2	Kamera	Dokumentasi kegiatan saat penelitian
3	Laptop (Microsoft word, Microsoft excel serta SPSS)	Menginput dan menganalisis data penelitian

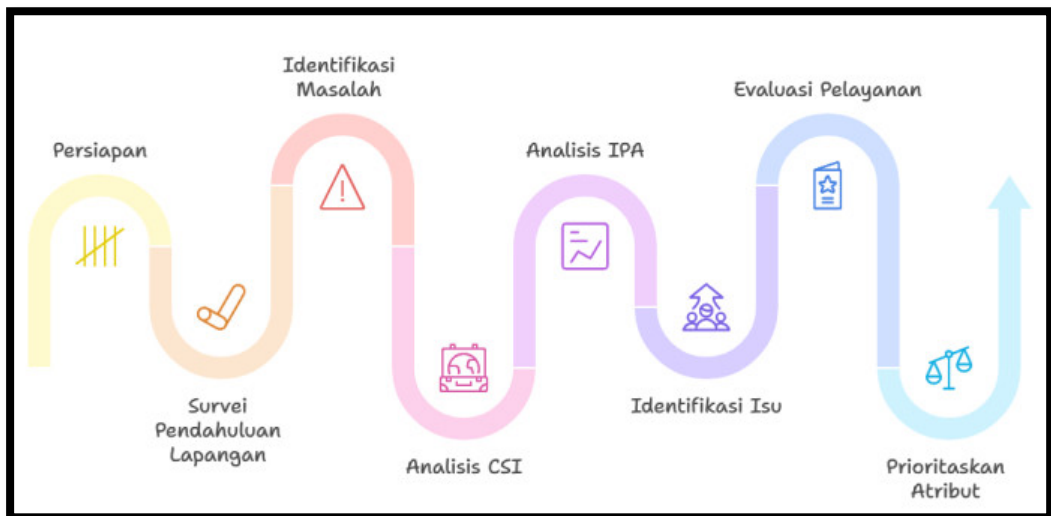


2.3 Rancangan Penelitian



Gambar 3. Rancangan Penelitian

2.4 Prosedur Penelitian



Gambar 4. Prosedur Penelitian

2.5 Jenis Penelitian



bersifat deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Menurut Muhammad skriptif yaitu metode penelitian yang berusaha mendeskripsikan n fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan dan akurat. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan at dan mendalam mengenai karakteristik variabel penelitian yang

telah diidentifikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan gabungan, yaitu kualitatif dan kuantitatif, untuk menggambarkan respon responden terhadap stimulus yang diberikan melalui kuesioner.

2.6 Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada keseluruhan subjek atau objek yang menjadi fokus penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu wisatawan Pantai Lemo-Lemo. Menurut Sekaran (2006) bahwa Secara umum penelitian korelasional jumlah sampel minimal untuk memperoleh hasil yang baik adalah 30 sedangkan penelitian eksperimen jumlah sampel minimum adalah 15 dari masing-masing kelompok dan untuk memperoleh hasil yang representatif, penelitian ini mensyaratkan jumlah sampel minimum sebesar 100 responden. Teori ini mengatakan bahwa sampel haruslah sebesar-besarnya.

Pendapat lain mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka semakin representative dan hasilnya dapat digeneralisir. Besarnya sampel yang diperlukan akan dipengaruhi oleh kompleksitas masalah yang diteliti, tingkat akurasi yang diinginkan, dan metode analisis data yang digunakan.

1. Agar hasil penelitian deskriptif dapat mewakili seluruh populasi, maka dibutuhkan minimal 10% dari populasi sebagai sampel.
2. Untuk menguji hubungan antar variabel dalam penelitian korelasional, diperlukan minimal 30 objek penelitian.
3. Agar dapat membandingkan efek perlakuan dalam penelitian kausal komparatif, setiap kelompok harus memiliki minimal 30 subjek.
4. Untuk memastikan efektivitas perlakuan dalam penelitian eksperimental, setiap kelompok perlakuan harus terdiri dari minimal 15 subjek.

Sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang, sampel ini dilakukan secara random wisatawan siapa saja yang ditemui saat melakukan survei.

2.7 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif sedangkan jenis data yang terlampir sebagai berikut :

1. Data primer



ntitas Responden
 sponden tentang tingkat kepuasan wisatawan
 ar:
 kunjungan wisatawan
 ntai Lemo-Lemo Bulukumba

2.8 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Angket/Kuesioner

Angket merupakan instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari responden. Angket/kuesioner dibagi atas tiga bagian (Idrus, 2009) yaitu:

- a. Angket tertutup adalah jenis kuesioner yang menyediakan pilihan jawaban yang telah ditentukan, di mana responden hanya perlu memberikan tanda centang pada opsi yang paling sesuai dengan pendapat mereka, termasuk skala Likert yang menawarkan pilihan jawaban bertingkat dari yang paling tidak sesuai hingga paling sesuai.
- b. Angket terbuka yaitu angket yang disajikan dalam bentuk pertanyaan dan responden dipersilahkan untuk menuliskan jawaban sesuai yang dipikirkan dan dirasakan sendiri.
- c. Angket campuran (semi terbuka, semi tertutup) merupakan jenis kuesioner yang menggabungkan format pertanyaan terbuka dan tertutup. Responden diberikan kebebasan untuk menjawab pertanyaan terbuka dengan kata-kata mereka sendiri, sekaligus diberikan pilihan jawaban yang telah ditentukan pada pertanyaan tertutup.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan mendalam antara peneliti dan subjek penelitian untuk menggali informasi secara langsung. Agar wawancara berjalan efektif dan menghasilkan data yang berkualitas, beberapa hal perlu diperhatikan, yaitu:

- a. Wujudkan suasana kondusif untuk memfasilitasi komunikasi yang efektif dengan informan.
- b. Sesuaikan jadwal wawancara dengan ketersediaan waktu informan.
- c. Awali wawancara dengan pertanyaan yang bersifat umum untuk membangun kedekatan.
- d. Jalin hubungan yang baik dengan informan selama proses wawancara.



- j. Tutup wawancara dengan ucapan terima kasih dan sampaikan kesediaan untuk *follow-up* jika diperlukan.

Terdapat dua jenis wawancara yaitu:

- a. Wawancara mendalam (*Indept interview*), proses eksplorasi yang terus-menerus, di mana peneliti dan informan secara bersama-sama membangun pemahaman yang lebih dalam tentang suatu fenomena
- b. Wawancara terarah (*Guided interview*), jenis wawancara yang lebih formal, di mana peneliti mengikuti daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya.

Dalam pelaksanaan wawancara, seringkali peneliti dihadapkan pada situasi di mana informan memberikan jawaban yang tidak jelas, ambigu, atau bahkan menyatakan "tidak tahu". Hal ini merupakan fenomena yang wajar dan dapat terjadi karena berbagai alasan, seperti kurangnya informasi, ketidakpastian, atau keraguan. Untuk mengatasi hal ini, peneliti perlu memiliki kemampuan untuk mengajukan pertanyaan lanjutan yang lebih spesifik dan menggali lebih dalam pada topik yang relevan. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh data yang lebih kaya dan mendalam, serta memahami perspektif informan secara lebih komprehensif. Menurut Singarimbun dan Sofian (1989), jika terjadi jawaban tidak tahu, maka peneliti harus berhati-hati dan tidak lekas pindah ke pertanyaan lain. Sebab, makna "tidak tahu" mengandung beberapa arti :

1. Informan memang tidak mengerti tidak mengerti pertanyaan peneliti, sehingga untuk menghindari jawaban "tidak mengerti", dia menjawab "tidak tahu"
2. Informan sebenarnya sedang berfikir memberikan jawaban, tapi karena suasana tidak nyaman dia menjawab "tidak tahu".
3. Pertanyaan bersifat personal yang mengganggu privasi informan, sehingga jawaban "tidak tahu" dianggap lebih aman.
4. Informan memang betul tidak tahu jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Karena itu, jawaban "tidak tahu" merupakan jawaban sebagai data penelitian yang benar dan sungguh perlu dipertimbangkan oleh peneliti.

3. Observasi

Menurut Creswell (2003) observasi adalah proses pemerolehan data dari tangan sendiri atau melakukan pengamatan orang serta lokasinya ditentukan sendiri.

7) mengemukakan beberapa bentuk observasi yaitu:

Partisipasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan dimana peneliti terlibat dalam keseharian informan



- b) Observasi tidak terstruktur adalah pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi dilapangan
- c) Observasi kelompok adalah pengamatan yang dilakukan oleh sekelompok tim peneliti terhadap sebuah isu yang diangkat menjadi objek penelitian

2.9 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami dengan mudah.

Kepuasan wisatawan mencakup upaya dalam memenuhi harapan konsumen. Usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi tercapainya kepuasan wisatawan dilakukan dengan memenuhi karakteristik wisatawan dan atribut kualitas pelayanan yang selama ini dilakukan petugas. Wisatawan menanggapi atribut yang dianalisis melalui perbandingan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja akan menghasilkan tingkat kepuasan. Setelah data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dan pengisian kuesioner maka selanjutnya akan dikumpulkan dan diolah dengan rumus statistika menggunakan program microsof excel dan SPSS. Analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara keseluruhan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) sedangkan untuk mengetahui perbandingan tingkat kepentingan dan kinerja adalah *Importance and Performance Analysis* (IPA).

Untuk analisis SWOT harus mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman lalu dianalisis kemudian ditarik kesimpulan sehingga memiliki strategi pengembangan berlanjut dari masalah yang ada. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi pengembangan wisata dengan membandingkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) serta menentukan strategi melalui tabel EFAS (External Factors Analysis Strategy) dan IFAS (Internal Factors Analysis Strategy). Menurut Miles dan Huberman (2014)



... bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara langsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga data yang jenuh. Berikut teknik/metode yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif.

1. Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data adalah proses pengurangan data dengan cara memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan hal yang penting. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan menghasilkan gambaran yang lebih fokus dan terarah untuk penelitian selanjutnya

2. Penyajian data (*data display*)

Penyajian data merupakan hasil pengolahan data mentah menjadi bentuk yang lebih sederhana, seperti tabel atau grafik, sehingga informasi dapat dipahami dengan cepat dan mudah. Dalam penelitian kualitatif penyajian data cenderung dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan hubungan antar kategori yang bersifat narasi.

3. Penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verivication*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah langkah terakhir dalam menganalisis dan penelitian kualitatif. Kesimpulan awal yang dihasilkan dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat berubah seiring dengan ditemukannya data baru di lapangan. Oleh karena itu, peneliti perlu terus memvalidasi kesimpulan tersebut dengan bukti-bukti yang kuat untuk memastikan kredibilitasnya.

