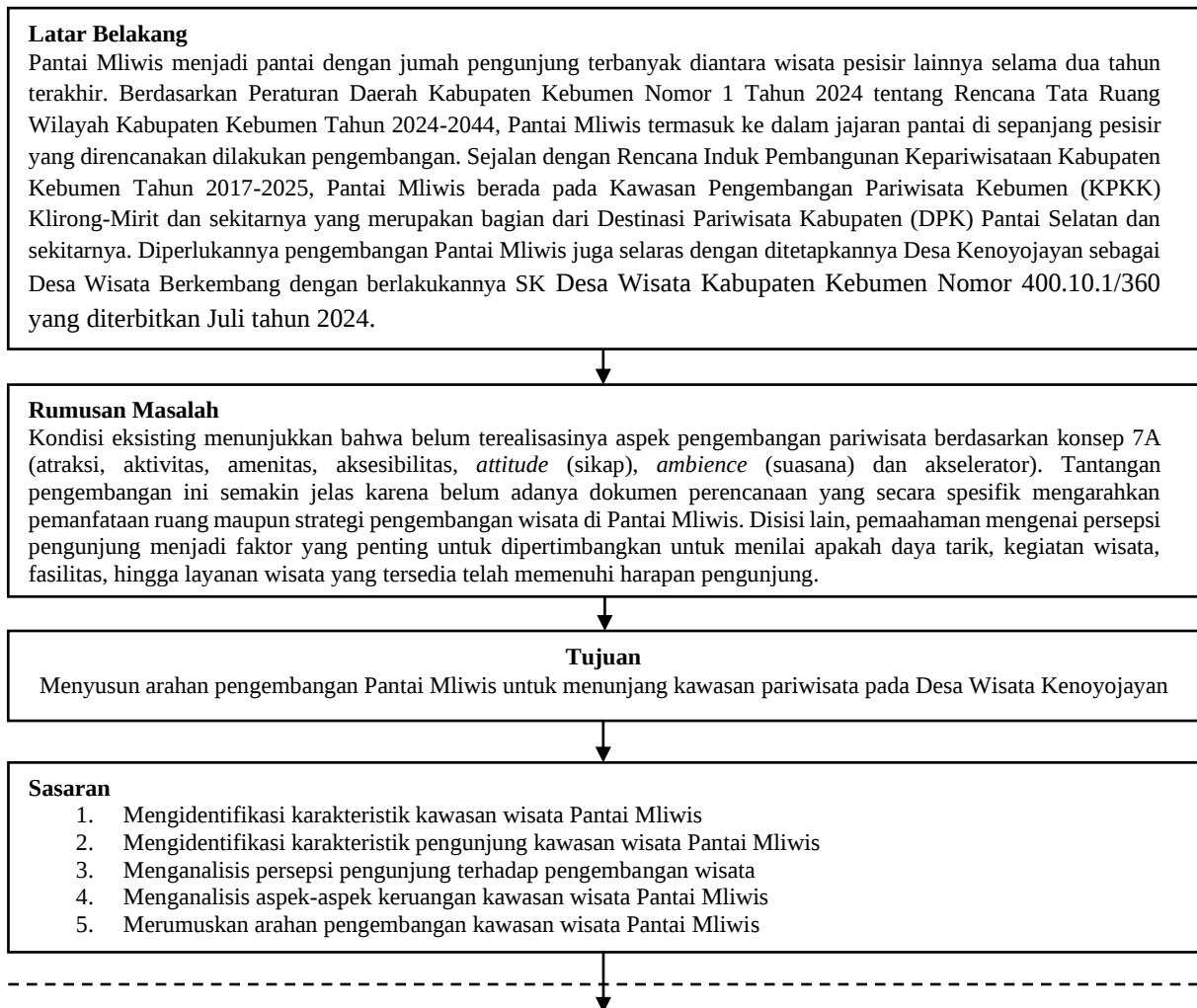


BAB 2

KONSEP PERENCANAAN

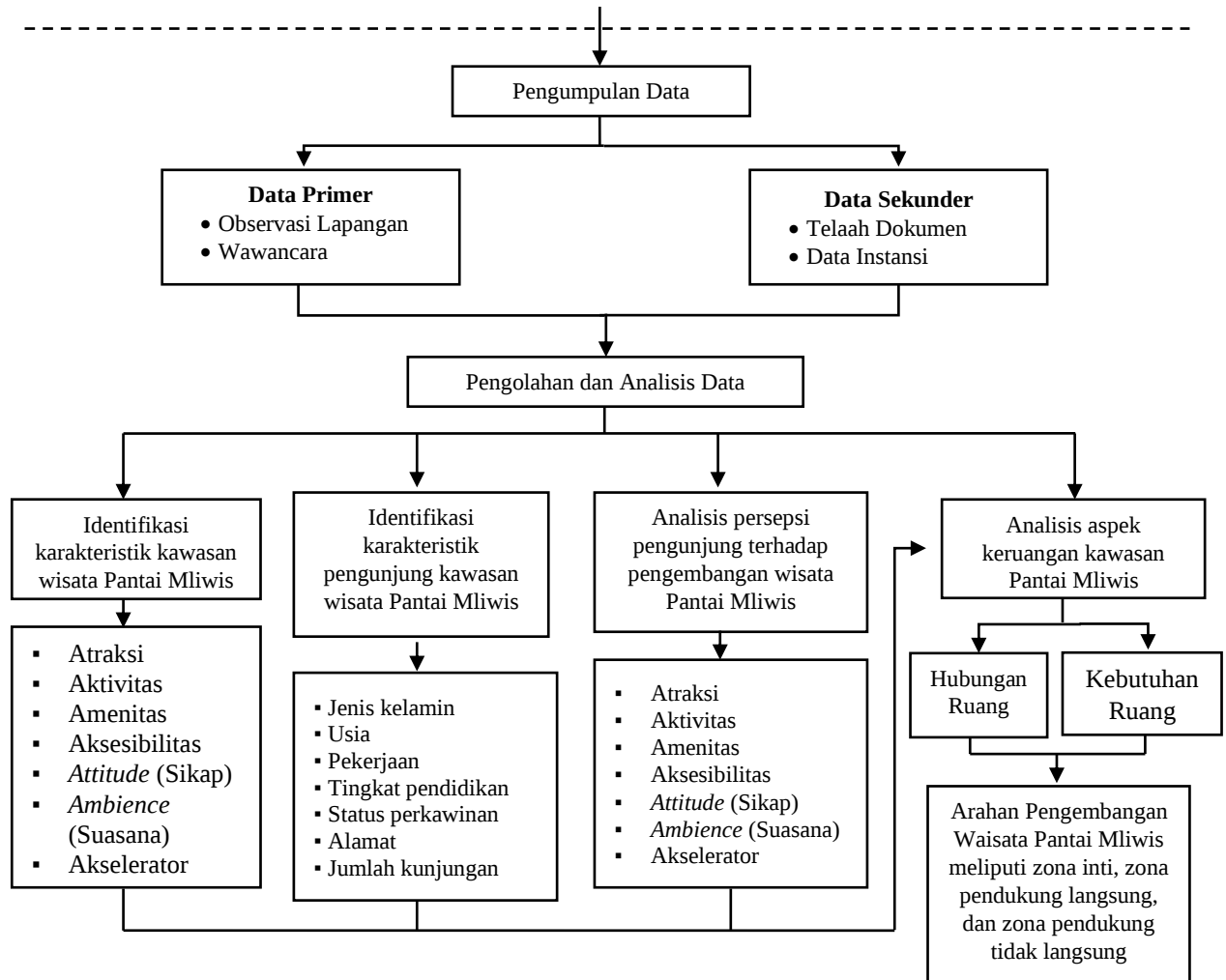
2.1 Kerangka Pikir Perencanaan

Perencanaan pariwisata merupakan proses yang kompleks dan strategis, melibatkan berbagai aspek sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan. Proses ini tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan wisatawan, tetapi juga melibatkan semua pemangku kepentingan termasuk pemerintah dan masyarakat umum. Berikut merupakan kerangka pikir dalam penyusunan Tugas Akhir yang dapat dilihat dalam **Gambar 2.1 dan Gambar 2.2**.



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep Perencanaan-1



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 2.2 Kerangka Konsep Perencanaan-2

2.2 Dasar Teori Konsep Perencanaan

2.2.1 Pariwisata

Menurut WTO atau World Tourism Organization (1999), pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (2009), pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Berdasarkan berbagai pengertian mengenai pariwisata yang telah dijelaskan, pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain. Kegiatan wisata yang dilakukan dapat berupa rekreasi, menikmati keindahan alam, mengunjungi objek budaya dan sejarah, berbelanja oleh-oleh khas daerah, melakukan aktivitas olahraga atau petualangan seperti *hiking* dan *snorkeling*, menghadiri festival atau acara lokal, serta menikmati kuliner khas suatu daerah. Keberlangsungan pariwisata turut didukung oleh ketersediaan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

2.2.2 Pariwisata Bahari

Wisata bahari adalah kegiatan wisata alam yang berlangsung di wilayah pesisir dan/atau laut yang meliputi wisata pantai, wisata bentang laut, dan wisata bawah laut (Rijal dkk., 2023). Berdasarkan Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 93/PERMEN-KP/2020 Tahun 2020 tentang Desa Wisata Bahari, pariwisata bahari adalah kegiatan wisata alam yang berlangsung di wilayah pesisir dan/atau laut yang meliputi wisata pantai, wisata bentang laut, dan wisata bawah laut. Dari pengertian di atas, maka bisa diambil kesimpulan tentang wisata bahari yaitu kegiatan untuk menikmati keindahan dan keunikan daya tarik wisata alam di wilayah pesisir dengan memanfaatkan potensi alam, baik yang berada di daratan maupun perairan.

2.2.3 Desa Wisata

Menurut Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019, desa wisata merupakan perpaduan antara potensi daya tarik wisata alam, wisata budaya, dan wisata hasil buatan manusia dalam suatu kawasan yang terintegrasi dan didukung atraksi, akomodasi dan fasilitas lain sesuai kearifan lokal masyarakat.

Klasifikasi pengembangan desa wisata yang tertuang dalam Pedoman Desa Wisata menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Wirdayanti dkk., 2021) yaitu :

- a. Skala rintisan, merupakan desa wisata yang masih berpotensi untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata, pengembangan sarana prasarana terbatas, jumlah kunjungan wisatawan sedikit, kesadaran masyarakat masih belum tumbuh dan sangat diperlukan pendampingan pihak terkait.
- b. Skala berkembang, merupakan desa wisata yang mulai dikenal baik dari masyarakat setempat maupun luar daerah, sarana prasarana telah mengalami perkembangan, serta tercipta lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi.
- c. Skala maju, merupakan desa wisata yang masyarakatnya memiliki peran aktif dan sadar akan potensi wisata, menjadi destinasi wisata yang dikenal termasuk oleh wisatawan

mancanegara, sarana prasarana sudah memadai, dan pengelolaan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat.

- d. Skala mandiri, merupakan desa wisata yang dikenal hingga mancanegara dan menerapkan konsep berkelanjutan, sarana prasarana sudah mengikuti standar internasional, pengelolaan dilakukan secara kolaboratif antar sektor, dan desa sudah memanfaatkan digitalisasi sebagai bentuk promosi.

2.2.4 Aspek Pariwisata

Pengembangan pariwisata pada penelitian ini didasarkan pada konsep pengembangan pariwisata 7A meliputi *Attraction, Activities, Amenities, Accessibility, Attitude, Ambience*, dan *Accelerator*.

1. Atraksi (*Attractions*)

Atraksi merupakan daya tarik utama yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, atraksi atau daya tarik wisata merupakan ciri khas yang dapat berasal dari sumber daya alam (keindahan alam, keanekaragaman hayati), kebudayaan, maupun hasil kreasi manusia (*man made*) yang mampu menjadi faktor penarik kunjungan wisatawan. Penelitian menunjukkan bahwa atraksi yang dikelola dan dikembangkan secara optimal dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan (Kusuma dkk., 2023).

Sebuah studi menunjukkan bahwa keberadaan atraksi yang menarik dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan (Pratiwi, 2023). Secara keseluruhan, atraksi wisata merupakan salah satu pilar utama dalam membentuk *brand* atau citra destinasi pariwisata. Melalui pengelolaan yang strategis dan inovatif terhadap atraksi serta upaya *branding* yang konsisten, suatu destinasi dapat menciptakan identitas yang kuat dan menarik bagi wisatawan. Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan tetapi juga pada kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap destinasi tersebut.

2. Aktivitas (*Activities*)

Menurut Stankovic dan Dukic (2009) dalam (Sitorus & Sari, 2021), aktivitas wisata merupakan suatu kegiatan yang terdapat dalam suatu destinasi wisata selama kunjungannya. Sedangkan menurut McIntosh et al dalam (Neverterry, 2010) aktivitas wisata dapat berupa aktivitas rekreasi, kunjungan, mengunjungi teman atau kerabat, bisnis konvensi, festival, hiburan, belanja dan olahraga. Beberapa jenis aktivitas wisata

disampaikan oleh (Sitorus & Sari, 2021) diantaranya :

- a. Aktivitas wisata edukasi, suatu kegiatan di mana pengunjung mendapatkan pengalaman belajar secara langsung berkaitan dengan lokasi yang sedang dikunjungi.
- b. Aktivitas wisata olahraga, merupakan kegiatan olahraga yang mengharuskan wisatawan untuk bergerak aktif. Kegiatan lainnya dapat berupa olahraga pasif di mana wisatawan tidak bergerak dan hanya melihat olahraga saja.
- c. Aktivitas hiburan, dapat berupa wisata belanja untuk membeli produk destinasi wisata.

3. Amenitas (*Amenities*)

Menurut Cooper (2005), amenities adalah tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan. Amenitas merujuk pada fasilitas pendukung yang tersedia di destinasi wisata untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan selama berkunjung. Pengertian fasilitas wisata menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, merupakan semua jenis sarana yang ditujukan untuk menciptakan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan ketika melakukan kunjungan ke destinasi wisata.

Pembangunan amenities kawasan wisata bahari dan perairan menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2022 diantaranya yaitu bangunan TIC dan perlengkapannya, toilet dan perlengkapannya, tempat parkir, tempat ibadah, fasilitas mitigasi dan bencana alam, fasilitas kebersihan, penataan lanskap, gazebo, plaza/area pengunjung, plaza kuliner, kios cendera mata, panggung kesenian/pertunjukan/amphiteater, menara pandang, jalur pejalan kaki, jalan dalam kawasan, *broadwalk*, *dive center* dan perlatannya, titik labuh/singgah kapal, dermaga wisata, talud, perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*), dan perahu wisata susur sungai/danau/mangrove. Fasilitas yang lengkap dan berkualitas tidak hanya memberikan kenyamanan tetapi juga menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan. Destinasi pariwisata yang mampu menyediakan fasilitas yang memadai dan berkualitas tinggi akan lebih berhasil dalam menarik perhatian wisatawan serta menciptakan pengalaman yang berkesan.

4. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, aksesibilitas pariwisata merupakan semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan menuju destinasi wisata. Dijelaskan secara lebih rinci, pembangunan aksesibilitas pariwisata seperti, (1) penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau, dan penyeberangan angkutan laut, angkutan udara, angkutan kereta api; (2) penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau, dan penyeberangan angkutan laut, angkutan udara, angkutan kereta api; (3) penyediaan dan pengembangan sistem transportasi angkutan jalan, sungai, danau, dan penyeberangan angkutan laut, angkutan udara, angkutan kereta. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam aksesibilitas wisata yaitu kemudahan mencapai, kenyamanan, keamanan dan kelancaran (Sari, 2022)

Menurut Soekadijo dalam bukunya berjudul *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai Systemic*, aksesibilitas wisata terdiri dari akses informasi, akses kondisi jalan menuju objek wisata, dan obyek wisata sebagai akhir dari perjalanan. Akses informasi dapat berupa promosi dan publikasi. Akses promosi tentunya harus didukung oleh aspek pariwisata yang lengkap seperti perjalanan ke tempat wisata dengan menggunakan sarana angkutan roda dua maupun roda empat, sedangkan akses kondisi jalan menuju objek wisata, merupakan suatu syarat penting untuk suatu destinasi wisata. Kemudian, suatu destinasi wisata harus terdapat setidaknya tempat parkir dengan mempertimbangkan jumlah wisatawan serta jumlah kendaraan yang digunakan oleh wisatawan.

5. Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan kecenderungan dari individu terhadap suatu objek (Maulini dkk., 2013). Menurut Allport (1960), menyatakan bahwa sikap adalah predisposisi yang dipelajari untuk merespon sekelompok objek dalam suatu cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten. Dalam konteks objek wisata, aspek sikap berkaitan dengan bagaimana penduduk lokal merespons aktivitas pariwisata yang berlangsung di daerah mereka, yang dapat diklasifikasikan ke dalam empat tingkat sikap menurut Notoatmodjo (2003): menerima, merespons, menghargai, dan bertanggungjawab sehingga terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan (Makal dkk., 2021)

6. Suasana (*Ambience*)

Suasana yang didefinisikan oleh KBBI, yaitu hawa, udara, keadaan sekitar sesuatu atau dalam lingkungan sesuatu, keadaan suatu peristiwa. Suasana, dalam konteks daya tarik wisata, merujuk pada atmosfer atau nuansa yang ada di kawasan tersebut. Suasana dan sikap merupakan dua aspek yang saling berkaitan erat. Kedua elemen ini saling terhubung dan berkaitan dengan bagaimana masyarakat lokal berinteraksi dengan aktivitas pariwisata di sekitarnya (Juniawan, 2023).

7. Akselerator (*Accelerator*)

Akselerator adalah pemangku kepentingan penting yang berperan dalam mempercepat dan mendukung pengembangan program pariwisata agar dapat mencapai target bahkan melampaui batas waktu yang direncanakan. Di era teknologi modern, perkembangan bisnis dan industri semakin maju ketika mampu memanfaatkan pengetahuan, ide-ide sumber daya manusia, serta kemajuan teknologi digital. Oleh karena itu, akselerator harus mampu memadukan elemen-elemen tersebut untuk mempercepat pertumbuhan daya tarik wisata (Juniawan, 2023).

Promosi wisata merupakan upaya untuk memperkenalkan dan memasarkan potensi suatu destinasi kepada calon wisatawan dengan tujuan meningkatkan jumlah kunjungan dan memperkuat citra positif daerah wisata tersebut. Bentuk-bentuk promosi dapat berupa iklan melalui media cetak maupun elektronik, promosi penjualan seperti diskon paket wisata, kerja sama dengan *influencer*, ataupun penyelenggaraan *event* atau festival.

Tujuan dilakukan promosi dijabarkan dalam buku *Tourism Marketing* (2020) sebagai berikut :

1. Membangun citra positif yang guna meningkatkan daya saing dan posisi destinasi dalam pasar pariwisata.
2. Menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu guna mendukung wisatawan dalam pembelian layanan perjalanan wisata.
3. Memberikan dukungan kepada distributor dalam merancang penawaran produk wisata.

2.2.5 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan, meningkatkan, dan mengelola daya tarik wisata beserta fasilitas penunjangnya guna meningkatkan kunjungan wisatawan serta memberikan

manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi masyarakat lokal.

Konsep zonasi dalam perencanaan kawasan pariwisata, merupakan salah satu pendekatan penting untuk mengelompokkan wilayah sesuai dengan fungsi dan peran masing-masing area dalam mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Zonasi ini bertujuan untuk mengatur pemanfaatan ruang secara optimal agar kegiatan wisata tidak merusak lingkungan dan tetap memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar (Inskeep, 1991). Salah satu model zonasi yang banyak digunakan dalam perencanaan kawasan pariwisata adalah pembagian kawasan ke dalam tiga zona, yaitu zona inti, zona pendukung, dan zona inti tidak langsung.

2.2.6 Karakteristik Pengunjung Wisata

Pengunjung wisata atau wisatawan merupakan individu atau kelompok yang melakukan perjalanan ke luar tempat tinggalnya dengan tujuan utama untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan, atau kepentingan lainnya tanpa bertujuan untuk menetap secara permanen atau mencari penghasilan.

Diuraikan oleh Miles dan Huberman (1992) dalam (Maharani dkk., 2024), karakteristik wisatawan terbagi menjadi 3 yaitu :

1. Karakteristik sosio-demografis, merupakan karakteristik paling sering dilakukan untuk kepentingan analisis pariwisata, perencanaan dan pemasaran. Adapun yang termasuk karakteristik ini seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan status perkawinan.
2. Karakteristik geografis, merupakan karakteristik yang mengelompokkan wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggal mulai dari desa-kota, provinsi, maupun negara asalnya.
3. Karakteristik psikografis, merupakan karakteristik yang membagi wisatawan berdasarkan tema perjalanan, jumlah kunjungan, moda transportasi, dan informasi tempat wisata.

Berdasarkan beberapa karakteristik di atas, menunjukkan bahwa pemahaman mengenai karakteristik wisatawan penting dilakukan untuk menarik minat berwisata, selain itu untuk memberikan pelayanan yang sesuai dan membangun industri wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan. Pada karakteristik sosio-demografis, penulis memilih jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan status perkawinan. Pendapatan tidak diikutsertakan karena termasuk pernyataan sensitif tentang *privacy* responden (Fernandes dkk., 2020). Pada karakteristik psikografis, jumlah kunjungan dipilih untuk mengukur kepuasan pengunjung sehingga muncul minat untuk berkunjung kembali (Cahyati dkk., 2025).

Tabel 2.1 Karakteristik Pengunjung Wisata

Karakteristik Pengunjung	Klasifikasi
Jenis Kelamin	Laki-Laki
	Perempuan
Usia	10 - 18
	19 - 59
	>60
Tingkat Pendidikan	SD/Sederajat
	SMP/Sederajat
	SMA/Sederajat
	D1/D2/D3
	D4/S1
	S2
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa
	Wiraswasta
	PNS/TNI/POLRI
	Ibu Rumah Tangga
	Lainnya
Status Perkawinan	Belum Menikah
	Sudah Menikah
Lokasi Tempat Tinggal	Kebumen
	Luar Kebumen
Jumlah Kunjungan	1 Kali
	2 Kali
	3 Kali
	>3 Kali

Sumber : (Maharani dkk., 2024) yang Diolah Penulis

2.2.7 Persepsi Pengunjung Wisata

Persepsi merupakan kesan yang terbentuk dalam diri individu, baik secara fisik maupun non-fisik. Dalam konteks pariwisata, persepsi pengunjung merujuk pada kesan yang diinterpretasikan dalam bentuk sikap terhadap daya tarik wisata, fasilitas wisata, serta kualitas pelayanan. Setiap wisatawan yang melakukan perjalanan wisata tentunya memiliki persepsi yang berbeda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman berwisata, kondisi lingkungan, tingkat pendidikan, serta faktor psikologis masing-masing individu. Berdasarkan jenisnya, persepsi dibagi menjadi dua yaitu, persepsi terhadap lingkungan fisik dan persepsi sosial terhadap manusia (Keliwar & Nurcahyo, 2015).

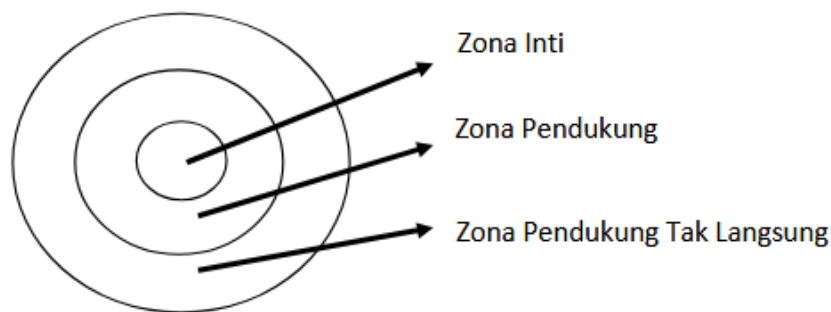
Persepsi pengunjung wisata merupakan kecenderungan atau pilihan wisatawan terhadap jenis destinasi, aktivitas, fasilitas, maupun pengalaman yang ingin mereka nikmati selama melakukan perjalanan wisata. Persepsi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti usia, pendapatan, motivasi berwisata, latar belakang budaya, hingga tren pariwisata yang sedang

berkembang. Memahami tipe dan persepsi wisatawan menjadi pendekatan yang penting dilakukan karena dapat digunakan sebagai panduan bagi *stakeholder* dalam merencanakan pemasaran. Hal ini juga mencakup penentuan target pasar, segmentasi tren wisata yang sedang berkembang, dan merencanakan program pengembangan wisata.

2.2.8 Kebutuhan Ruang

Analisis kebutuhan ruang dibuat untuk mengetahui besar luas lahan yang dibutuhkan oleh kelompok aktivitas yang direncanakan, sehingga tercipta keberlangsungan aktivitas di kawasan perencanaan. Menurut Smith (1980), daerah pariwisata dimodelkan dalam tiga zona, yaitu :

- 1) Zona inti, merupakan kawasan utama yang mengandung daya tarik wisata.
- 2) Zona pendukung, merupakan kawasan yang menyediakan fasilitas dan layanan penunjang pariwisata seperti akomodasi, pusat informasi, area parkir, dan pusat oleh-oleh.
- 3) Zona pendukung tidak langsung, merupakan kawasan yang secara tidak langsung berfungsi sebagai destinasi wisata, tetapi tetap merasakan dampak dari aktivitas wisata.



Sumber : Smith (1980) dalam (Fadhlurrachman dkk., 2022)

Gambar 2. 3 Diagram Daerah Pariwisata

Analisis kebutuhan ruang adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merencanakan ruang yang diperlukan untuk mendukung berbagai kegiatan dalam suatu area, khususnya di konteks pariwisata. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa ruang yang tersedia dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dan kegiatan yang berlangsung dengan cara yang efektif dan efisien. Tahapan utama menyusun kebutuhan ruang:

- a) Identifikasi kelompok aktivitas, yaitu menentukan jenis kegiatan yang akan dilakukan, seperti rekreasi, edukasi, atau budaya.
- b) Identifikasi jenis bangunan, dilakukan setelah diketahui kelompok aktivitas yang ada maka dapat diketahui jenis kebutuhan bangunan yang diperlukan.

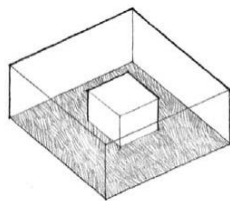
- c) Mencari kapasitas bangunan, dilakukan apabila telah diketahui jenis bangunannya, kemudian cari standar kapasitas dari masing-masing kebutuhan ruang/bangunan.
- d) Mencari jumlah pengunjung, setelah itu cari jumlah pengunjung atau jumlah pengunjung pendukung pada area wisata.
- e) Perhitungan standar kebutuhan bangunan, dengan menghitung jumlah kebutuhan bangunan dengan cara membagi jumlah pengunjung/kapasitas bangunan maka akan didapatkan perhitungan kebutuhan sesuai standar.
- f) Perhitungan luas standar bangunan, dengan mencari luasan standar bangunan berdasarkan Standar Nasional Indonesia, peraturan terkait, maupun standar lainnya.
- g) Perhitungan luas kebutuhan ruang, menghitung luas kebutuhan ruang dengan cara mengkali kebutuhan dengan luasan standar bangunan maka akan didapatkan luas kebutuhan tuangnya. Jumlahkan secara keseluruhan untuk mendapatkan luas kebutuhan ruang total.

2.2.9 Hubungan ruang

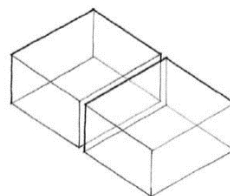
Organisasi ruang merupakan hubungan antar ruang berdasarkan perbedaan tingkat kepentingan antar ruang satu dengan ruang lainnya. Hubungan spasial yang paling sederhana adalah antara dua ruang sebagai berikut (Ching, 2007) :

- a. Ruang dalam ruang, suatu ruang yang dapat menampung ruang yang lebih kecil
- b. Ruang yang berdekatan, dua buah ruang yang dapat bersinggungan
- c. Ruang yang saling mengunci, dua buah ruang yang tumpang tindih atau menumpuk pada ruang lainnya
- d. Ruang yang dihubungkan oleh ruang lain, dua buah ruang yang dipisahkan oleh jarak dan dihubungkan oleh ruang ketiga

a

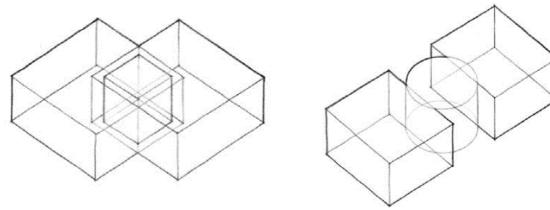


b



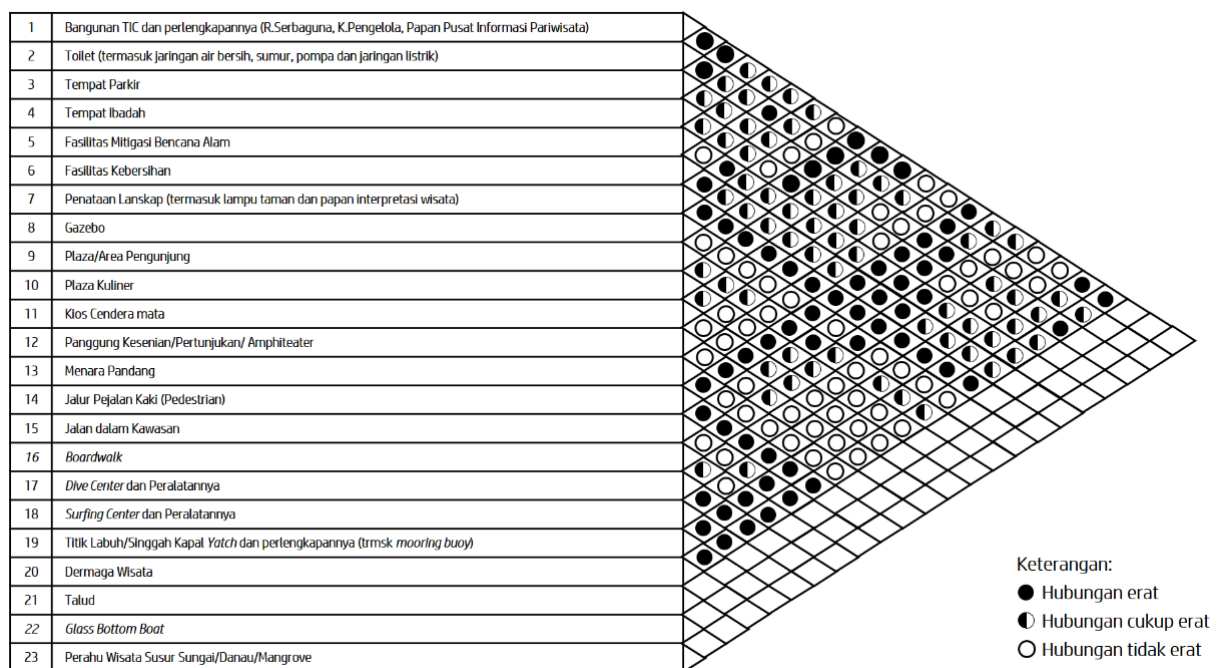
c

d



Gambar 2. 4 Hubungan Ruang

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2022, penataan ruang kawasan pariwisata harus memperhatikan hubungan antarruang/menu kegiatan, yang terbagi menjadi tiga kategori yaitu erat, cukup erat, dan tidak erat. Dikategorikan memiliki hubungan erat apabila antar kegiatan atau spasial ruang saling mempengaruhi dan berdekatan. Cukup erat yaitu tidak saling berdekatan namun saling mempengaruhi. Hubungan tidak erat apabila tidak saling berdekatan dan tidak saling mempengaruhi.



Sumber : Permenparekraf No 3 Tahun 2022

Gambar 2. 5 Diagram Keterhubungan Antarruang pada Perencanaan Pembangunan Amenitas dan Atraksi Kawasan Wisata Bahari

2.3 Sintesis Literatur

Beberapa literatur yang digunakan penulis sebagai referensi dalam penulisan penelitian dapat dilihat pada **Tabel 2.2**.

Tabel 2.2 Sintesis Literatur

Sasaran	Aspek	Variabel Literatur	Variabel Terpilih	Alasan	Sumber
engidentifikasi karakteristik kawasan wisata Pantai Mliwis	Karakteristik Objek Wisata	<i>Attraction (Atraksi)</i> - Keindahan alam - Rencana atraksi budaya	<i>Attraction (Atraksi)</i> - Keindahan alam - Rencana atraksi budaya	Alasan pemilihan 7 aspek pengembangan karena belum terdapat penelitian pengembangan Pantai Mliwis menggunakan aspek 7A	(Juniawan, 2023)
		<i>Activities (Aktivitas)</i> - Wahana buatan <i>Dive center</i> dan peralatannya <i>Surfing Center</i> dan Peralatannya - Titik labuh/singgah kapal yacht dan perlengkapannya - Dermaga Wisata - Talud - Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>) - Perahu Wisata	<i>Activities (Aktivitas)</i> - ATV Ride - Horse Riding - Berenang <i>Dive center</i> dan peralatannya <i>Surfing Center</i> dan Peralatannya - Talud - Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>) - Perahu Wisata		(Juniawan, 2023) (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022)
			<i>Amenities (Amenitas)</i> - Kantor pusat informasi (TIC) - Toilet - Tempat parkir - Tempat ibadah - Fasilitas mitigasi bencana alam - Fasilitas kebersihan - Penataan lanskap - Gazebo - Plaza/area pengunjung - Plaza kuliner - Kios cendera mata - Menara pandang		

Sasaran	Aspek	Variabel Literatur	Variabel Terpilih	Alasan	Sumber
		<i>Amenities</i> (Amenitas) - Kantor pusat informasi (TIC) - Toilet - Tempat parkir - Tempat ibadah - Fasilitas mitigasi bencana alam - Fasilitas kebersihan - Penataan lanskap - Gazebo - Plaza/area pengunjung - Plaza kuliner - Kios cendera mata - Panggung Kesenian/Pertunjukan/ Amphiteater - Menara pandang - Jalur pejalan kaki/jalan dalam kawasan <i>Broadwalk</i> - Talud - Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht) - Dermaga Wisata - Jaringan listrik - Jaringan telekomunikasi	- Jaringan listrik - Jaringan telekomunikasi - Panggung Kesenian/Pertunjukan/ Amphiteater <i>Broadwalk</i> - Talud - Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht) - Dermaga Wisata <i>Accessibility</i> (Aksesibilitas) - Jaringan jalan - Moda transportasi umum <i>Attitude</i> (Sikap) - Sikap pengelola wisata <i>Ambience</i> (Suasana) - Suasana kawasan wisata <i>Accelerator</i> (Akselerator) - Sumber Informasi - Bentuk promosi wisata		(Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022) (Juniawan, 2023)
		<i>Accessibility</i> (Aksesibilitas) - Jaringan jalan - Moda transportasi umum			(Sutiksno dkk., 2020)

Sasaran	Aspek	Variabel Literatur	Variabel Terpilih	Alasan	Sumber
		<i>Attitude</i> (Sikap) Sikap pengelola wisata			(Juniawan, 2023)
		<i>Ambience</i> (Suasana) Suasana kawasan wisata			(Juniawan, 2023)
		<i>Accelerator</i> (Akselerator) - Informasi Wisata - Bentuk promosi wisata			(Juniawan, 2023)
Mengidentifikasi Karakteristik Pengunjung Wisata	Karakteristik Pengunjung Wisata	- Usia - Jenis kelamin - Tingkat pendidikan - Pekerjaan - Pendapatan - Status perkawinan - Lokasi tempat tinggal - Tema perjalanan - Jumlah kunjungan - Moda transportasi - Informasi tempat wisata	- Jenis kelamin - Usia - Pekerjaan - Tingkat pendidikan - Status perkawinan - Lokasi Tempat Tinggal - Jumlah kunjungan	Variabel terpilih sudah mengacu pada faktor segmentasi pasar seperti demografis, geografis, dan psikografis.	(Maharani dkk., 2024)
Menganalisis persepsi pengunjung berdasarkan aspek perencanaan pariwisata	<i>Attraction</i> (Atraksi)	- Keindahan alam <i>Photo spot</i> - Rencana atraksi budaya	- Keindahan alam - Spot foto - Rencana atraksi budaya	Alasan pemilihan variabel terpilih karena variabel tersebut berkaitan dengan pengembangan wisata pesisir	(Paramitha, 2022) (Juniawan, 2023)
	<i>Activities</i> (Aktivitas)	- Wahana buatan <i>Dive center</i> dan peralatannya <i>Surfing Center</i> dan Peralatannya	<i>ATV Ride</i> <i>Horse Riding</i> - Berenang <i>Dive center</i> dan peralatannya	Alasan pemilihan variabel terpilih karena variabel tersebut sesuai	(Juniawan, 2023) (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia)

Sasaran	Aspek	Variabel Literatur	Variabel Terpilih	Alasan	Sumber
		▪ Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>) ▪ Perahu Wisata	▪ <i>Surfing Center</i> dan Peralatannya ▪ Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>) ▪ Perahu Wisata	dengan aktivitas yang bisa dilakukan pada objek wisata bahari	Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022)
	<i>Amenities</i> (Amenitas)	▪ Kantor pusat informasi (TIC) ▪ Toilet ▪ Tempat parkir ▪ Tempat ibadah ▪ Fasilitas mitigasi bencana alam ▪ Fasilitas kebersihan ▪ Penataan lanskap ▪ Gazebo ▪ Plaza/area pengunjung ▪ Plaza kuliner ▪ Kios cendera mata ▪ Panggung Kesenian/Pertunjukan/Amphiteater ▪ Menara pandang ▪ Jalur pejalan kaki/jalan dalam kawasan ▪ <i>Rencana Broadwalk</i> ▪ Rencana Talud ▪ Rencana Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht) ▪ Dermaga Wisata	▪ Kantor pusat informasi (TIC) ▪ Toilet ▪ Tempat parkir ▪ Tempat ibadah ▪ Fasilitas mitigasi bencana alam ▪ Fasilitas kebersihan ▪ Penataan lanskap ▪ Gazebo ▪ Plaza/area pengunjung ▪ Plaza kuliner ▪ Kios cendera mata ▪ Rencana Panggung Kesenian/Pertunjukan/Amphiteater ▪ Menara pandang ▪ Jalur pejalan kaki/jalan dalam kawasan ▪ <i>Broadwalk</i> ▪ Talud ▪ Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht) ▪ Dermaga Wisata ▪ Jaringan listrik ▪ Jaringan telekomunikasi	Alasan pemilihan variabel terpilih karena variabel disesuaikan dengan standar fasilitas wisata bahari dan perairan	(Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022)
		Fasilitas Pendukung			(Lailani & Koswara, 2021)

Sasaran	Aspek	Variabel Literatur	Variabel Terpilih	Alasan	Sumber
		- Kantor pusat informasi / TIC (tourism information centre). - Lahan parkir terpusat - Kantor / pos keamanan - Pos kesehatan - Ruang isolasi - Wastafel - Titik evakuasi - Toilet / MCK - Wisata kuliner - Pusat perbelanjaan oleh-oleh - Fasilitas Pembelian Tiket/Pintu Masuk - Fasilitas penginapan - Gazebo - Tempat duduk individu/keluarga Prasarana Dasar - Jaringan listrik - Jaringan air bersih - Jaringan telekomunikasi - Jaringan Persampahan			
	Accessibility (Aksesibilitas)	- Jaringan jalan - Moda transportasi umum - Penandaan atau Petunjuk Arah	- Jaringan jalan - Moda transportasi umum	Alasan pemilihan variabel terpilih karena variabel tersebut dapat menjadi parameter aksesibilitas pada kawasan wisata	(Lailani & Koswara, 2021)
		- Jaingan jalan - Moda transportasi - Fasilitas pendukung transportasi			(Jerobisonif dkk., 2023)
	Attitude (Sikap)	Sikap pengelola wisata meliputi	Sikap pengelola wisata	Alasan pemilihan variabel terpilih	(Juniawan, 2023)

Sasaran	Aspek	Variabel Literatur	Variabel Terpilih	Alasan	Sumber
				karena variabel tersebut sesuai dengan aspek pengembangan wisata	
	<i>Ambience</i> (Suasana)	Suasana kawasan wisata	Sikap pengelola wisata	Alasan pemilihan variabel terpilih karena variabel tersebut sesuai dengan aspek pengembangan wisata	(Juniawan, 2023)
	<i>Accelerator</i> (Akselerator)	- Bentuk promosi wisata - Informasi Wisata	- Bentuk promosi wisata - Informasi Wisata	Pemilihan kedua variabel karena dapat membentuk persepsi positif pengunjung sehingga mendorong peningkatan ketertarikan untuk berkunjung	(Sutiksno dkk., 2020)
Menganalisis aspek keruangan Kawasan Pantai Mliwis dengan mempertimbangan hubungan ruang	Kebutuhan ruang	- Kelompok aktivitas - Jenis bangunan - Kapasitas bangunan - Jumlah pengunjung - Standar kebutuhan bangunan - Luas standar bangunan - Luas kebutuhan ruang	- Kelompok aktivitas - Jenis bangunan - Kapasitas bangunan - Jumlah pengunjung - Standar kebutuhan bangunan - Luas standar bangunan - Luas kebutuhan ruang	Alasan pemilihan variabel terpilih karena variabel tersebut berkesinambungan untuk menganalisis	(Ajriyani, 2018)

Sasaran	Aspek	Variabel Literatur	Variabel Terpilih	Alasan	Sumber
	Hubungan organisasi ruang	- Keterhubungan antarruang/menu kegiatan pada perencanaan - Panduan spasial penataan amenitas dan atraksi kawasan wisata	- Keterhubungan antarruang/menu kegiatan pada perencanaan - Panduan spasial penataan amenitas dan atraksi kawasan wisata	keruangan kawasan wisata	(Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022)
Arahan Pengembangan Pantai Mliwis	-	- Zona Inti - Zona Pendukung Langsung - Zona Pendukung Tidak Langsung	- Zona Inti - Zona Pendukung Langsung - Zona Pendukung Tidak Langsung	Alasan pemilihan variabel terpilih karena variabel tersebut konsep daerah pariwisata menurut ahli	(Fadhlurrachman dkk., 2022)

*kode dengan tulisan berwarna abu-abu merupakan variabel rencana

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025