

BAB 4

ANALISIS DAN RENCANA PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA

4.1 Identifikasi Karakteristik Wisata Pantai Mliwis

Identifikasi kawasan wisata pada penelitian ini dilakukan melalui observasi lapangan dan juga wawancara pada *stakeholder* mencakup pengembangan pariwisata yaitu atraksi, aktivitas, amenitas, aksesibilitas, sikap, suasana dan akselerator. Hal ini bertujuan untuk mengetahui potensi wisata secara mendalam sehingga dapat merumuskan strategi pengembangan wisata yang tepat.

4.1.1 Atraksi

Atraksi wisata yang terdapat di Pantai Mliwis, pengunjung dapat menikmati keindahan pohon cemara yang membentang sepanjang bibir pantai. Deburan ombak yang kencang menjadikan ciri khas pantai selatan. Keindahan alam ini dapat dinikmati duduk bersantai di plaza/area pengunjung, gazebo, ataupun duduk langsung di pasir pantai. Jika ingin menikmati pemandangan dengan jangkauan yang lebih luas, dapat menggunakan menara pandang yang tersedia. Pengunjung juga dapat mengabadikan momen liburan melalui dokumentasi dengan pemandangan alam yang menawan karena sudah disediakan spot foto yang bertuliskan “Pantai Mliwis” dengan latar belakang pemandangan hantaran pasir hitam dan air laut.



Sumber : Hasil Analis Penulis, 2025

Gambar 4. 1 Sebaran Atraksi Pantai Mliwis

4.1.2 Aktivitas

Desa wisata Kenoyojayan menawarkan paket wisata edukatif yang dapat diikuti wisatawan dengan jumlah minimal 20 wisatawan dewasa dan 50 wisatawan anak-anak. Terdapat 8 pilihan paket wisata dimulai dari harga Rp72.500 sampai dengan Rp215.000 tergantung dari pilihan kegiatan yang dilakukan. Fasilitas yang didapatkan wisatawan sedikitnya berupa makan berat satu kali, *snack* ringan satu kali, dan *transport* menggunakan odong-odong atau sepeda onthel. Perjalanan paket wisata dimulai dengan titik kumpul berada di Kantor Desa Kenoyojayan. Wisatawan akan diajak berkeliling desa menggunakan transportasi berupa odong-odong menuju sentra UMKM milik masyarakat seperti emping mendem, emping melinjo, dan rengginang. Kemudian wisatawan juga akan disuguhkan pertunjukkan seni dan budaya diantaranya karawitan, jamjaneng, kontho, dan jaran kepeng. Setiap pilihan paket wisata akan didampingi oleh satu narasumber dan satu pemandu wisata. Sedangkan kegiatan lain yang dapat dilakukan di kawasan pantai seperti *horse riding* dengan membayar sewa sebesar Rp25.000, *ATV Ride* dengan membayar Rp30.000, dan berenang di dengan membayar Rp10.000. Adapun peta persebaran aktivitas di kawasan wisata Pantai Mliwis dapat dilihat pada **Gambar 4.3**.

Paket Desa Wisata Desa Kenoyojayan

Paket 1 = Rp.72.500

Jenis

- Narasumber
- Pemandu
- Kunjungan UMKM Emping
- Budaya Karawitan
- Pantai Mliwis

Fasilitas

- Snack 1 Kali
- Makan 1 Kali
- Supendi 1 Kali

Paket 2 = Rp.72.500

Jenis

- Narasumber
- Pemandu
- Kunjungan UMKM Rengginang
- Budaya Jamjaneng
- Pantai Mliwis

Fasilitas

- Snack 1 Kali
- Makan 1 Kali
- Transport

Paket 3 = Rp.72.500

Jenis

- Narasumber
- Pemandu
- Kunjungan UMKM Emping
- Budaya Karawitan
- Budaya Krepang
- Pantai Mliwis

Fasilitas

- Snack 1 Kali
- Makan 1 Kali
- Transport

Paket 4 = Rp.87.500

Jenis

- Narasumber
- Pemandu
- Kunjungan UMKM Rengginang
- Budaya Karawitan
- Budaya Tariyan
- Pantai Mliwis

Fasilitas

- Snack 1 Kali
- Makan 1 Kali
- Supendi

Paket 5 = Rp.97.500

Jenis

- Narasumber
- Pemandu
- Kunjungan UMKM Emping
- Kunjungan UMKM Rengginang
- Budaya Kuda Kepang
- Budaya Kontho
- Budaya Karawitan
- Pantai Mliwis

Fasilitas

- Snack 3 Kali
- Makan 1 Kali
- Transport

Paket Desa Wisata Desa Kenoyojayan

Paket 6 = Rp.137.500

Jenis

- Narasumber
- Pemandu
- Kunjungan UMKM Emping
- Kunjungan UMKM Rengginang
- Budaya Kuda Kepang
- Rengginang
- Pantai Mliwis

Fasilitas

- Snack 3 Kali
- Makan 2 Kali
- Transport

Paket Minat Khusus = Rp.215.000

Jenis

- Narasumber
- Pemandu
- Gedang Rebusan
- Pantai Mliwis

Fasilitas

- Snack 1 Kali
- Makan 1 Kali

Paket Minat Khusus Pentas Budaya = Rp.197.500

Jenis

- Narasumber
- Pemandu
- Rengginang
- Pantai Mliwis

Fasilitas

- Snack 1 Kali
- Makan 1 Kali

Minimal kunjungan 20 orang

Martono : 085-6433-09636

Tukiman 087-8802-67180

Minimal kunjungan 20 orang

Martono : 085-6433-09636

Tukiman 087-8802-67180

Sumber : Pokdarwis Desa Kenoyojayan, 2025

Gambar 4. 2 Paket Desa Wisata



Wisata Edukasi UMKM



Wisata Edukasi Seni dan Budaya



ATV Ride



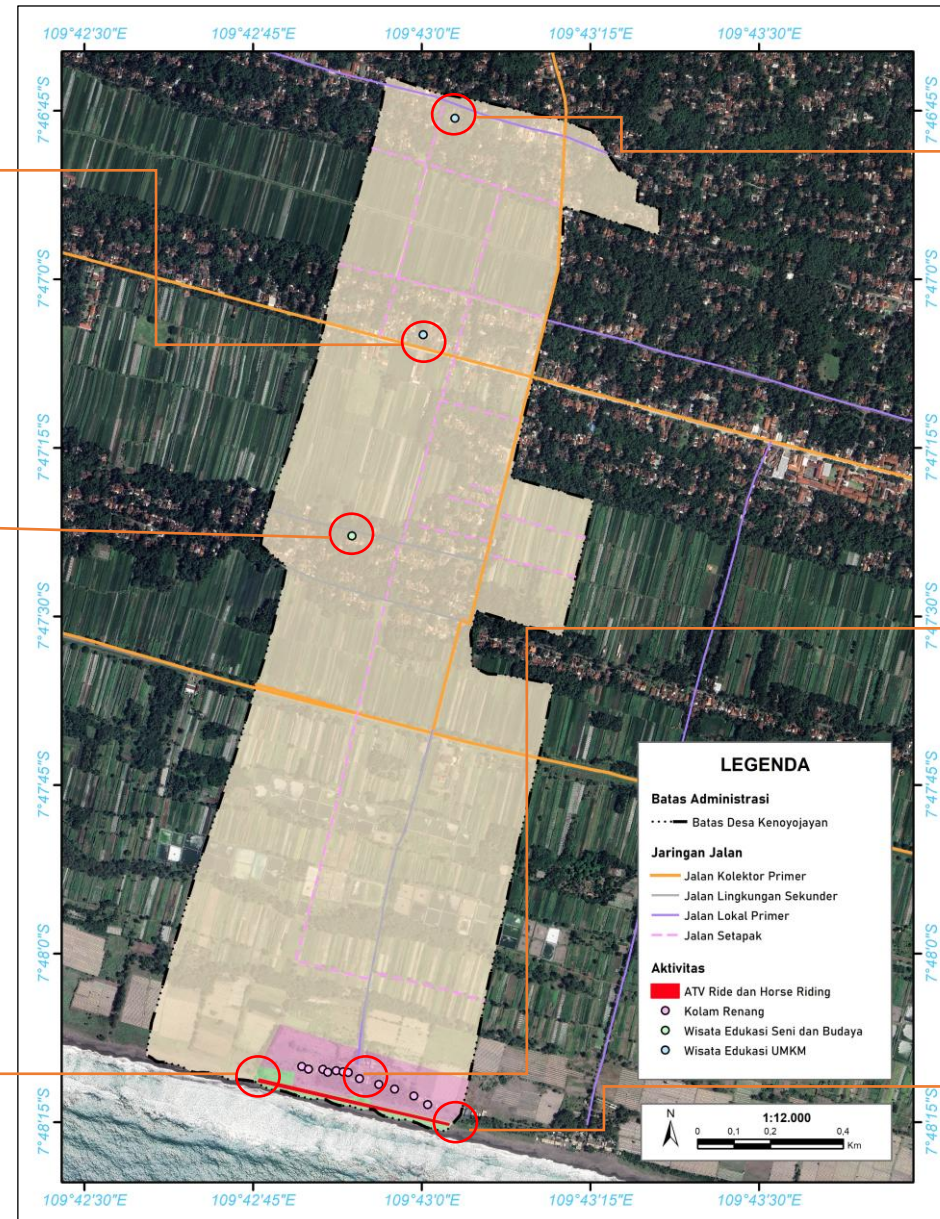
Wisata Edukasi UMKM



Berenang



Horse Riding



Sumber : Hasil Analis Penulis, 2025

Gambar 4.3 Sebaran Aktivitas di Kawasan Wisata

4.1.3 Amenitas

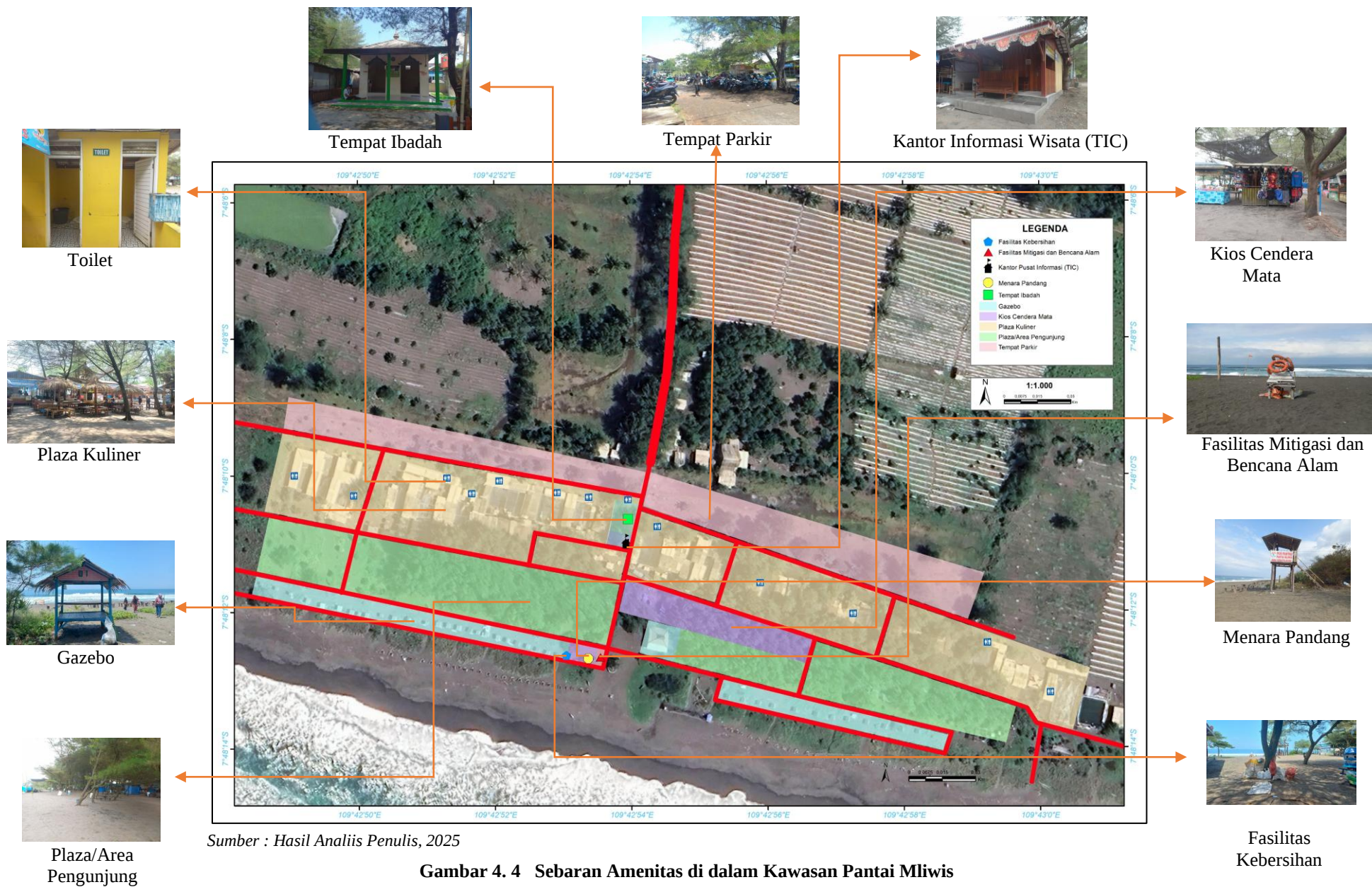
Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui observasi lapangan dan wawancara, karakteristik amenitas wisata yang terdapat di dalam kawasan dan di sekitar kawasan wisata. Amenitas wisata di dalam kawasan yang disediakan salah satunya adalah berupa lahan parkir. Lahan parkir pada kawasan wisata dapat menampung kendaraan roda dua hingga 2.000 unit dan roda 4 atau lebih sebanyak 70 unit. Untuk musim liburan atau *weekend*, pengelola wisata sudah menyediakan tempat parkir tambahan di dekat dengan jalur pintu keluar, sehingga diharapkan jika terjadi lonjakan pengunjung, tempat parkir tetap bisa menampung kendaraan pengunjung. Terdapat petugas parkir yang sigap membantu apabila pengunjung mengalami kendala saat di tempat parkir.

Dekat dengan tempat parkir, terdapat tempat ibadah, toilet, dan kantor pusat informasi wisata (TIC). Untuk tempat ibadah sendiri, diperkirakan dapat menampung hingga 50 orang. Pada tempat ibadah juga sudah dilengkapi dengan tempat wudu, toilet, dan peralatan ibadah bagi laki-laki maupun perempuan. Fasilitas toilet, ketersediaannya masih tergabung dengan kamar bilas berenang. Untuk menggunakan toilet, pengunjung dikenakan biaya Rp2000. Kantor pusat informasi wisata (TIC) di Pantai Mliwis juga digunakan sebagai kantor sekretariat Pokdarwis Desa Wisata Kenoyojayan. Kantor ini difungsikan sebagai penyimpanan berkas-berkas penting dan menerima tamu yang berkaitan dengan kepentingan Pokdarwis. Masuk lebih dalam lagi terdapat area plaza kuliner, plaza/area pengunjung, dan kios cendera mata. Pada area plaza kuliner, terdapat berbagai macam pilihan makanan yang dapat dinikmati pengunjung, namun menu pada tiap kios didominasi oleh sate ambal yang mana adalah makanan khas wilayah setempat. Terdapat pula makanan khas pantai atau oleh masyarakat setempat disebut dengan “yutuk” yaitu kutu laut atau undur-undur laut. Pada area plaza/area pengunjung, disediakan bangku yang tersebar di area tersebut. Terdapat pilihan lain apabila pengunjung ingin bersantai, yaitu dengan duduk-duduk dengan alas tikar yang disewakan oleh pelaku usaha dengan harga Rp10.000. Dikarenakan Pantai Mliwis merupakan suatu objek wisata, maka tidak luput oleh ketersediaan cendera mata. Pengunjung dapat membeli cendera mata berupa kaos yang bertuliskan “Pantai Mliwis”, wayang, gelang, dan buah hasil bumi Desa Kenoyojayan.

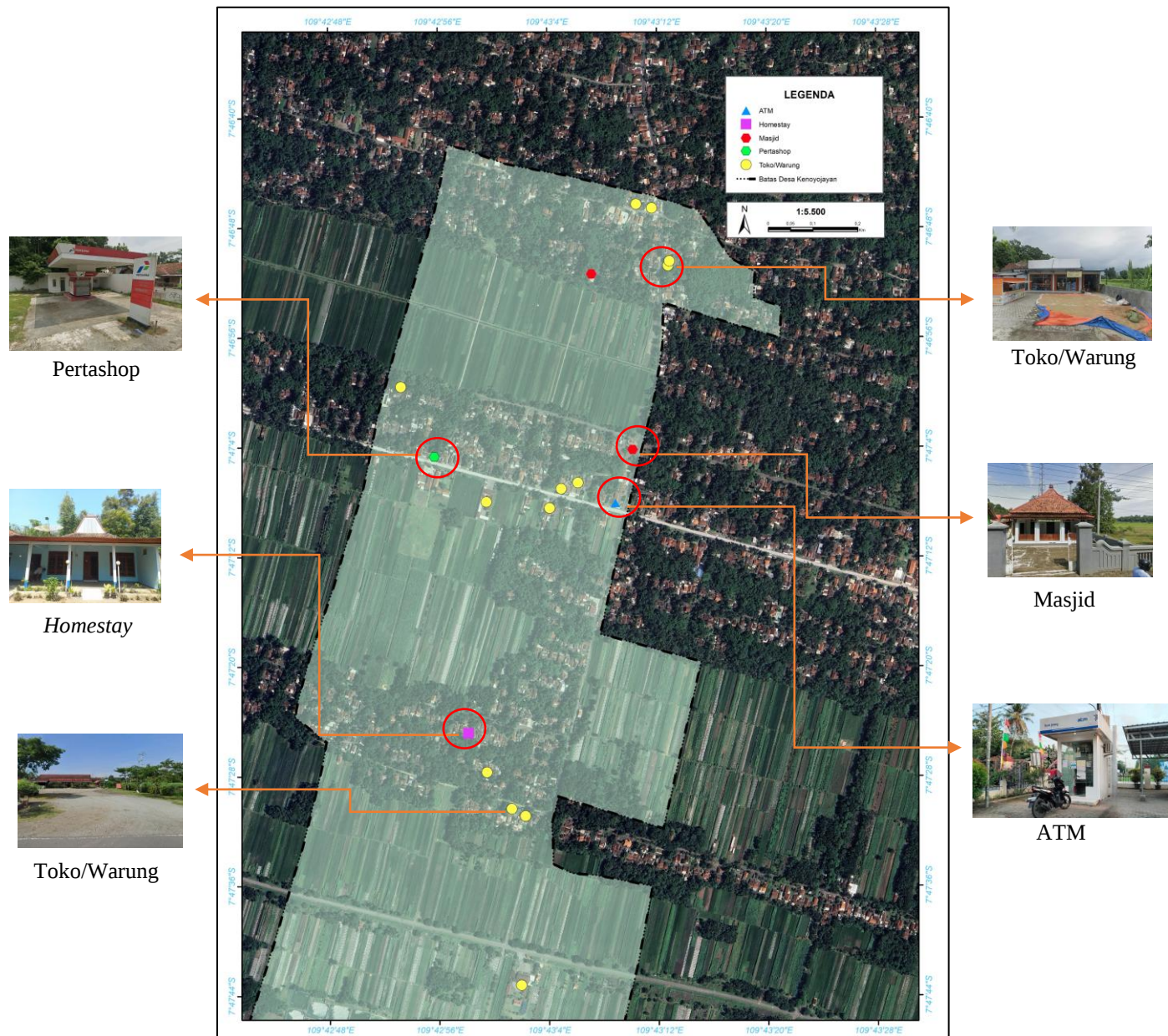
Untuk fasilitas yang lebih dekat dengan bibir pantai yaitu gazebo dan menara pandang yang difungsikan untuk menikmati keindahan alam. Jika ingin bersantai di gazebo, pengunjung dapat menyewa sebesar Rp15.000. Tata cara menyewa gazebo terbilang cukup unik, dengan duduk saja di gazebo, nantinya pengunjung akan dihipnotis oleh pemilik penyewaan gazebo dan langsung saja diperintahkan untuk membayar. Terdapat pula menara

pandang yang dapat digunakan pengunjung yang juga difungsikan oleh pengelola sebagai pos pantau. Namun, menara pandang ini tidak berkapasitas besar, sehingga hanya dapat menampung kurang lebih 5 pengunjung saja. Untuk ketersediaan jaringan listrik masih terbatas, yaitu dengan tidak ditemukannya fasilitas *charger* yang bisa dengan mudah diakses oleh pengunjung. Jaringan telekomunikasi juga masih terbatas, dikarenakan tidak semua jenis *provider* dapat digunakan di kawasan pantai. Sehingga pengunjung cukup kesulitan apabila ingin mengakses internet. Adapun sebaran amenitas di dalam kawasan Pantai Mliwis dapat dilihat pada **Gambar 4.4**.

Fasilitas di dalam lingkup desa yang tersedia yaitu akomodasi berupa *homestay* milik masyarakat yang bisa disewakan mulai dari Rp100.000, *homestay* tersebut dapat menjadi alternatif tempat menginap untuk pengunjung. *Homestay* yang terseida di Desa Kenoyojayan merupakan milik Ibu Ratmi. Terdiri dari 2 kamar dan 1 *living room*, pengunjung dapat berinteraksi langsung dengan pemilik rumah. Sehingga diharapkan adanya *homestay* ini, pengunjung dapat merasakan dan menjalani kehidupan sederhana masyarakat Desa Kenoyojayan. Sarana umum lain, dijumpai toko/warung, masjid, pertashop, dan ATM. Toko/warung banyak ditemui di Desa Kenoyojayan seperti toko sembako ataupun warung makan. Untuk kebutuhan keuangan, tersedia pula anjungan tunai mandiri (ATM) di area Kantor Kecamatan Ambal yang berlokasi tidak jauh dari Pantai Mliwis. Sarana ibadah seperti masjid dan kebutuhan energi seperti pertashop juga dapat ditemukan di area Desa Kenoyojayan. Adapun sebaran fasilitas di Desa Kenoyojayan dapat dilihat pada **Gambar 4.5**.



Gambar 4.4 Sebaran Amenitas di dalam Kawasan Pantai Mliwis



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 5 Sebaran Fasilitas di Desa Kenoyojayan

4.1.4 Aksesibilitas

Aksesibilitas pada kawasan wisata ini, diidentifikasi berdasarkan aksesibilitas di dalam kawasan wisata dan di sekitar kawasan wisata. Akses di dalam kawasan wisata, banyak ditemui lahan berpasir yang menunjukkan ciri khas wisata pantai. Lalu, untuk akses di sekitar kawasan wisata, dapat dilalui oleh kendaraan roda dua hingga kendaraan besar seperti bus. Dari arah Jalan Urut Sewu, menuju kawasan pantai sudah terdapat gapura Pantai Mliwis yang memudahkan pengunjung dapat dilihat pada **gambar (a)** di bawah. Pengelola wisata juga menyediakan jalur keluar alternatif apabila terjadi lonjakan pengunjung seperti pada hari-hari besar yang terlihat pada **gambar (b)**.



Sumber : Penulis, 2025

Gambar 4.6 Akses Masuk dan Keluar Pantai Mliwis

Akses jalan di sekitar wisata sudah terlihat baik, dengan permukaan jalan berupa aspal dan beton. Untuk akses jalan yang berasal dari arah Kantor Kecamatan Ambal ke selatan masih dijumpai jalan yang rusak dan berlubang, namun pada bulan Oktober Tahun 2025 sudah dilakukan perbaikan. Akses menuju Pantai Mliwis dapat diakses dari wilayah barat, timur, dan utara Kabupaten Kebumen. Bagi pengunjung yang berasal dari luar Kabupaten Kebumen atau belum *familiar* dengan sekitar Pantai Mliwis, dapat dengan mudah menggunakan penunjuk jalan di Google Maps. Adapun jalur yang dapat dilalui menuju Desa Kenoyojayan dapat dilihat pada **Gambar 4.7**.



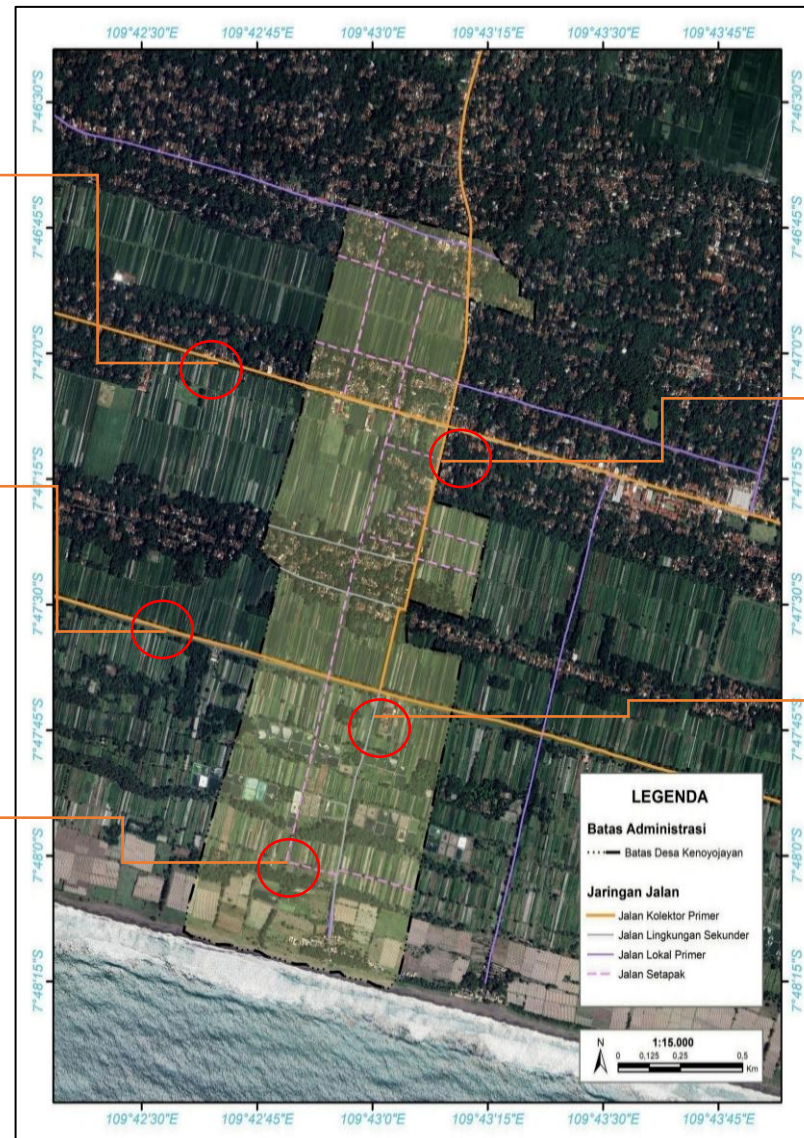
Jalan dari arah Kantor
Kecamatan Ambal



Jalan Urut Sewu



Jalan Daendles



Dari arah Kantor
Kecamatan Ambal



Setelah melalui gapura Pantai
Mliwis

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 7 Aksesibilitas Menuju Pantai Mliwis

4.1.5 *Attitude* (Sikap)

Masyarakat Desa Kenoyojayan yang juga berperan sebagai pengelola wisata dan pelaku usaha bersikap ramah dan sopan kepada pengunjung. Berdasarkan hasil wawancara pengelola wisata, pelaku usaha sudah mendapatkan pelatihan sapta pesona pariwisata yang merupakan konsep sadar wisata yang terdiri dari tujuh unsur, yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan. Keramahan tersebut selalu ditetapkan karena karena suasana yang ramah adalah faktor utama yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung.

“Untuk pemuda-pemuda kita selalu kita kumpulkan, ada sekitar 70 pemuda kita, selalu kita bekali pengetahuan yang jelas menanamkan sapta pesona. Sehingga mereka bisa merakasan nyaman, sejuk, termasuk cara berpakaian.”
(W/AB1/MO/12/29 Juli 2025)



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2025

Gambar 4. 8 Pemaparan Materi Sapta Pesona oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kebumen

Sikap ramah pengelola wisata dapat dijumpai ketika berada pada proses *ticketing*, tempat parkir, area wisata, hingga penjual makanan di plaza kuliner. Pada proses *ticketing*, terdapat pengelola sebanyak 2-4 orang yang *standby* di pintu masuk wisata. Sampai pada tempat parkir, jika pengunjung kesulitan memarkirkan kendaraan, akan dibantu oleh petugas parkir. Kemudian, untuk wahana permainan, pengelola juga berada pada lokasi apabila pengunjung membutuhkan bantuan. Sampai pada plaza kuliner, pelaku usaha bersikap ramah dan sopan ketika menerima pesanan oleh pengunjung.

4.1.6 *Ambience* (Suasana)

Suasana, dalam konteks daya tarik wisata, merujuk pada atmosfer atau nuansa yang ada di kawasan tersebut. Suasana di Pantai Mliwis tergolong sejuk dan rindang karena banyaknya vegetasi. Sebagai objek wisata, menjaga kebersihan seharusnya bukan halangan, namun masih dijumpai tumpukan sampah di titik tertentu dapat dilihat pada gambar di bawah.



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2025

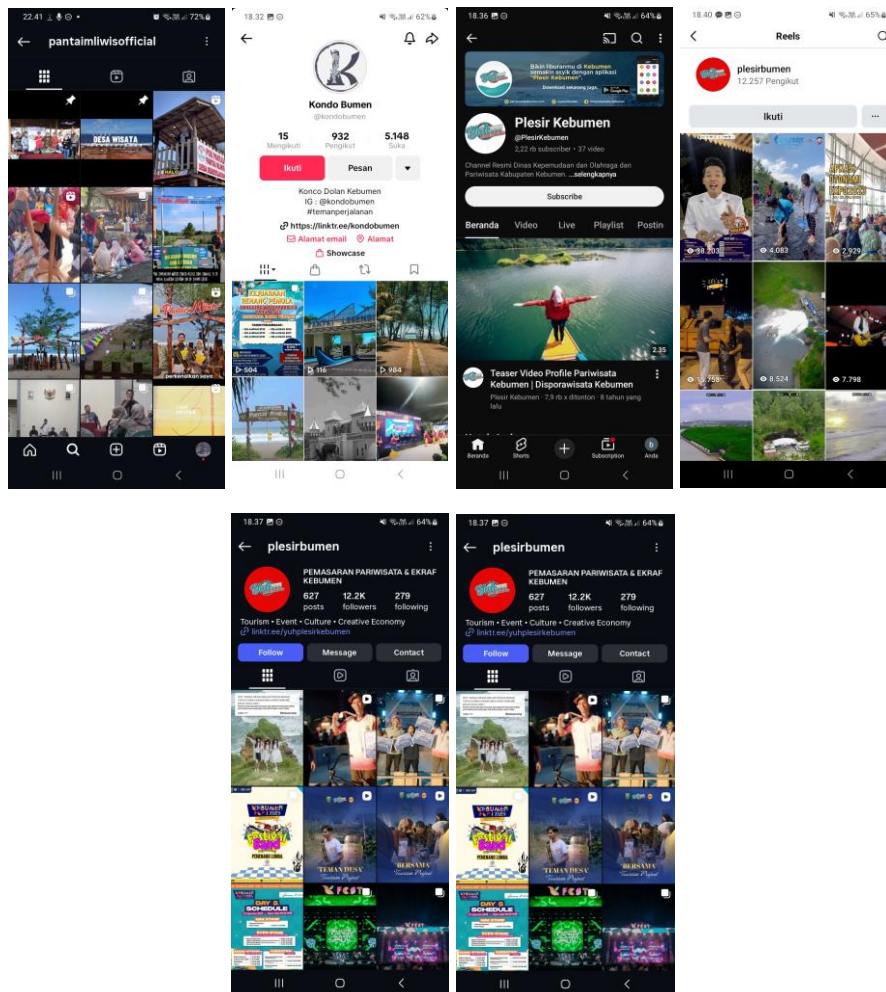
Gambar 4. 9 Tumpukan Sampah di Pantai Mliwis

Mengatasi masalah tersebut, pengelola melalui petugas kebersihan selalu mengupayakan kebersihan pantai dengan melakukan pembuangan sampah setiap sore hari. Namun, di area plaza kuliner dan plaza/area pengunjung, tidak terdapat sampah berserakan atau dapat dikatakan cukup bersih karena tiap kios dan tiap bangku taman pada plaza/area pengunjung sudah disediakan kantong-kantong sampah. Kondisi *space* untuk pengunjung yang teduh dan diusahakan bersih dengan menyediakan petugas sampah yang rutin mengambil sampah. Suasana nyaman juga didukung dengan tidak adanya pengamen dan pengemis.

“Infonya dari pengunjung, pengunjung merasa nyaman. Space khusus untuk pengunjung itu teduh sehingga nyaman untuk bersantai, tidak adanya pengamen dan tidak ada pengemis yang beroperasi di Pantai Mliwis”
(W/AB1/Ma/12/25 Juli 2025)

4.1.7 *Akselerator*

Peran pengelola wisata sebagai akselerator dapat dilihat melalui upaya promosi yang dilakukan. Promosi wisata merupakan suatu komunikasi serta publikasi yang bertujuan meningkatkan minat dan perhatian pengunjung wisata untuk berwisata (Nursyadiah dkk., 2023).



Sumber : Media Sosial untuk Promosi Wisata, 2025

Gambar 4. 10 Promosi melalui Media Sosial

Promosi untuk meningkatkan daya kunjungan di Pantai Mliwis dilakukan melalui *online* dan *offline*. Promosi dilakukan melalui platform media sosial *instagram* @pantaimliwisofficial yang dikelola oleh Pokdarwis Desa Kenoyojaan. Sementara itu, Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen melakukan upaya promosi *offline* dilakukan melalui penyebaran brosur, *leaflet*, dan juga *billboard* serta promosi *online*. Media sosial mulai dari *instagram* (@plesirbumen dan @disparbud.kebumenkab), *youtube* (@plesirkebumen), *tiktok* (@plesirbumenr), *facebook* (@plesirbumen). Tidak hanya itu, masyarakat lokal dan wisatawan juga menjadi akselerator penting dalam pengembangan pariwisata. Berbagai video dan foto yang diunggah wisatawan di media sosial juga menjadi bentuk promosi tidak langsung yang sangat efektif.

4.2 Identifikasi Karakteristik Pengunjung

Kuesioner disebarakan melalui media cetak menggunakan *print-out* kepada 30 pengunjung wisata yang sedang berwisata atau minimal satu kali pernah berwisata ke Pantai Mliwis. Instrumen kuesioner mencakup data diri responden seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, lokasi tempat tinggal pengunjung dan jumlah kunjungan. Berikut hasil identifikasi karakteristik pengunjung Pantai Mliwis :

1. Jenis Kelamin

Pengunjung Pantai Mliwis yang tercatat melalui kuesioner memiliki rasio yang cukup seimbang. Persentase perbandingan jumlah pengunjung perempuan dan laki-laki dapat dilihat pada **Tabel 4.1**.

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	16	53%
Perempuan	14	47%
Total	30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Jumlah pengunjung laki-laki sebanyak 16 pengunjung atau sebesar 54%. Sedangkan pengunjung perempuan sebanyak 14 pengunjung atau sebesar 46%. Meskipun jumlah pengunjung laki-laki lebih banyak, tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan atau faktor jenis kelamin bukan penentu utama jumlah kunjungan. Dari rasio jenis kelamin tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengunjung Pantai Mliwis tidak berkaitan dengan jenis kelamin tertentu

2. Usia

Usia responden penelitian diklasifikasikan menjadi 3 kelompok yaitu rentang 10-18 tahun, 19-59 tahun, dan >60 tahun. Persentase pengunjung berdasarkan usia dapat dilihat pada **Tabel 4.2**.

Tabel 4. 2 Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
10-18	1	3%
19-59	28	93%
>60	1	3%
Total	30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Jumlah pengunjung terbanyak berada pada rentang usia 19-59 tahun sebanyak 28 pengunjung atau sebesar 93%, disusul pengunjung dengan rentang usia 10-18 tahun sebanyak pengunjung atau sebesar 3%, dan pengunjung rentang usia >60 tahun sebanyak sebesar 3%.

3. Tingkat Pendidikan

Klasifikasi tingkat pendidikan responden dibagi menjadi 6 kelompok. Terdiri dari SD/Sederajat, SMP/Sederajat, SMA/Sederajat, D1/D2/D3, D4/S1, dan S2. Persentase pengunjung berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada **Tabel 4.3**.

Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD/Sederajat	2	7%
SMP/Sederajat	4	13%
SMA/Sederajat	17	57%
D1/D2/D3	0	0%
D4/S1	5	17%
S2	2	7%
Total	30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan hasil pengumpulan data, Pantai Mliwis didominasi oleh pengunjung dengan tingkat pendidikan SMA/Sederajat dengan jumlah 17 pengunjung atau sebesar 57%. Tingkat pendidikan D4/S1 sebanyak 5 pengunjung atau sebesar 17%, SMP/Sederajat sebesar 4 pengunjung atau 13%. Untuk tingkat pendidikan SD/Sederajat dan S2 memiliki jumlah yang sama yaitu 2 pengunjung atau sebesar 7%.

4. Pekerjaan

Pengunjung berdasarkan jenis pekerjaan, dikelompokkan menjadi 5 yaitu Pelajar/Mahasiswa, Wiraswasta, PNS/TNI/POLRI, Ibu Rumah Tangga, dan Lainnya. Persentase pengunjung berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada **Tabel 4.4**.

Tabel 4.4 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Tidak Bekerja	1	3%
Pelajar/Mahasiswa	6	20%
Karyawan Swasta	12	40%
PNS/TNI/POLRI	3	10%
Ibu Rumah Tangga	6	20%
Lainnya	2	7%
Total	30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa pengunjung dengan pekerjaan Karyawan Swasta mendominasi yaitu sebanyak 12 pengunjung atau sebesar 40%. Persentase pengunjung sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 6 pengunjung atau 20%, Pelajar/Mahasiswa sebanyak 6 pengunjung atau sebesar 20%,

PNS/TNI/POLRI sebanyak 3 pengunjung atau sebesar 10%, sedangkan untuk pengunjung yang memiliki pekerjaan selain di atas atau Lainnya sebanyak 2 pengunjung atau 7% dan pengunjung yang Tidak Bekerja sebanyak 3%.

5. Status Perkawinan

Pengunjung dengan status perkawinan, dikategorikan menjadi 2 yaitu Belum Menikah dan Sudah Menikah. Persentase pengunjung berdasarkan status perkawinan dapat dilihat pada **Tabel 4.5**.

Tabel 4. 5 Status Perkawinan Responden

Status Perkawinan	Jumlah	Persentase
Belum Menikah	19	63%
Sudah Menikah	11	37%
Total	30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengunjung terdapat 19 pengunjung yang Belum Menikah atau setara 63% dan 11 pengunjung Sudah Menikah atau sebesar 37%.

6. Lokasi Tempat Tinggal

Pengunjung yang melakukan kunjungan ke Pantai Mliwis, juga dilakukan pendataan domisili atau tempat tinggal. Hal ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana, penyebaran informasi terkait wisata Pantai Mliwis. Persentase pengunjung berdasarkan lokasi tempat tinggal dapat dilihat pada **Tabel 4.6**.

Tabel 4. 6 Lokasi Tempat Tinggal Responden

Lokasi Tempat Tinggal	Jumlah	Persentase
Kebumen	25	83%
Luar Kebumen	5	17%
Total	30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Dari hasil pengumpulan data, pengunjung terbanyak berasal dari Kabupaten Kebumen dengan jumlah 25 pengunjung atau sebesar 83%. Sementara pengunjung berasal dari Luar Kabupaten Kebumen berjumlah 5 pengunjung atau sebesar 17%. Pada tahun 2024, tercatat terdapat pengunjung yang bersal dari Jerman sebanyak 3 pengunjung.

“Adanya turis asing masuk ke Desa Kenoyojayan ada 3 turis dari Jerman. Itu momen setelah dari kami melakukan promosi di bandara”.

(W/AC1/L/13/7 Agustus 2025)

7. Sumber Informasi Wisata

Sumber informasi wisata menjadi salah satu variabel yang digunakan untuk mengukur seberapa luas penyebaran informasi terkait keberadaan Pantai Mliwis. Persentase pengunjung berdasarkan sumber informasi wisata dapat dilihat pada **Tabel 4.7**.

Tabel 4. 7 Sumber Informasi Wisata Responden

Sumber Informasi Wisata	Jumlah	Persentase
Website/Media Sosial	5	17%
Kerabat/Teman	15	50%
Keluarga	10	33%
Total	30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Hasil pengumpulan data menunjukkan, mayoritas pengunjung mengetahui wisata Pantai Mliwis melalui Kerabat/Teman yaitu 15 pengunjung atau sebesar 50% responden. Penyebaran informasi wisata melalui Keluarga responden yaitu sebanyak 10 pengunjung atau sebesar 33%. Sementara sumber informasi melalui Website/Media Sosial sebanyak 5 pengunjung atau sebesar 17%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa, sumber informasi wisata Pantai Mliwis masih lebih banyak dari mulut ke mulut dan penyebaran informasi melalui media sosial belum menyeluruh secara optimal.

8. Jumlah Kunjungan

Jumlah kunjungan wisatawan dikelompokkan menjadi kunjungan 1 kali, kali, 3 kali, dan lebih dari 3 kali. Persentase pengunjung berdasarkan jumlah kunjungan dapat dilihat pada **Tabel 4.8**.

Tabel 4. 8 Jumlah Kunjungan Responden

Jumlah Kunjungan	Jumlah	Persentase
1 Kali	6	20%
2 Kali	7	23%
3 Kali	4	13%
>3 Kali	13	43%
Total	30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan hasil pengumpulan data, untuk responden terbanyak sudah melakukan kunjungan 1 kali sebanyak 6 pengunjung atau 20%, jumlah kunjungan 2 kali sebanyak 7 pengunjung atau 23%, jumlah kunjungan 3 kali sebanyak 4 pengunjung atau 13%. Sementara untuk jumlah kunjungan lebih dari 3 kali yaitu 13 pengunjung atau 43%. Dapat diasumsikan, pengunjung yang melakukan kunjungan

lebih dari 3 kali merupakan pengunjung yang berdomisili di Kecamatan Ambal. Asumsi tersebut didapat ketika penulis melakukan pengambilan data di lapangan .

4.3 Analisis Persepsi Pengunjung

Pada analisis persepsi pengunjung, dilakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner sebanyak 30 responden. Adapun di dalamnya terdapat aspek pengembangan wisata meliputi atraksi, aktivitas, amenitas, aksesibilitas, *attitude* (sikap), *ambience* (suasana), dan akselerator. Pengisian kuesioner menggunakan metode skoring dengan alat pengukuran Skala Likert dengan interval 1-5. Untuk tiap variabel berisi 2 indikator pernyataan. Kemudian dari kedua pernyataan tersebut dilakukan perhitungan rata-rata dan dari hasil tersebut akan menunjukkan keterangan baik atau buruknya variabel eksisting serta perlu atau tidak perlu variabel rencana sebagai bahan pertimbangan sebelum dikompilasi dengan kondisi eksisting, hasil kuesioner pernyataan terbuka, hasil wawancara dengan *stakeholder*, dan peraturan terkait.

4.3.1 Atraksi

a. Keindahan Alam

Pada variabel keindahan alam, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pemandangan alam serta cuaca dan suhu. Pada pernyataan “Kawasan wisata memiliki pemandangan alam yang indah dan menarik” sebanyak 57% responden menyatakan setuju, 33% responden menyatakan netral/cukup setuju, 3% responden menyatakan sangat setuju. Namun, terdapat 7% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 9 Persepsi Pengunjung Terhadap Pemandangan Alam

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	1	3%
Setuju	4	17	57%
Netral/cukup setuju	3	10	33%
Tidak Setuju	2	2	7%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai kepuasan terhadap pemandangan alam, yaitu “Hampan pasir hitam yang eksotis dan deretan pohon cemara memberikan pengalaman wisata yang memuaskan” sebanyak 33% responden menyatakan netral/cukup setuju, 30% responden menyatakan setuju, dan 7% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 7% responden menyatakan tidak

setuju.

Tabel 4. 10 Persepsi Pengunjung Terhadap Cuaca dan Suhu

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	2	7%
Setuju	4	15	30%
Netral/cukup setuju	3	11	33%
Tidak Setuju	2	2	7%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

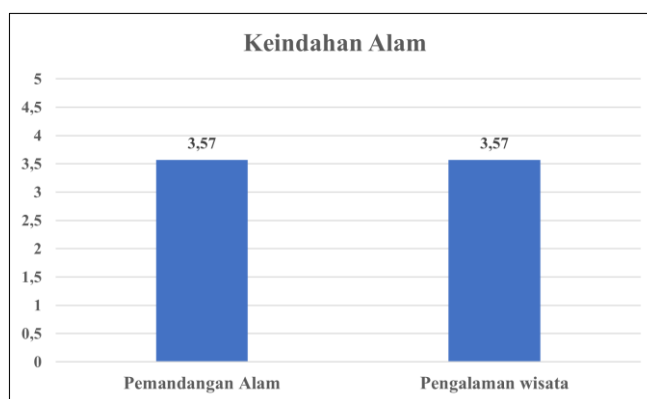
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk variabel **keindahan alam sebesar 3,57**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Hal tersebut didukung oleh pemandangan alam yang asri pohon cemara yang menghadirkan cuaca dan suhu sejuk. Dapat pula dilakukan penanaman pohon berbunga untuk mempercantik vegetasi tepi pantai.

“Perlu penambahan pepohonan yang berbunga” (K/AT1/R10)

Tabel 4. 11 Nilai Rata-Rata Variabel Keindahan Alam

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Keindahan Alam	Pemandangan Alam	3,57	Baik
	Pengalaman wisata	3,57	Baik
Rata-Rata		3,57	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 11 Nilai Rata-Rata Variabel Keindahan Alam

b. Spot Foto

Pada variabel spot foto, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu ketersediaan spot foto dan lokasi spot foto. Pada pernyataan “Spot foto yang tersedia menarik dan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung” sebanyak 40% responden menyatakan setuju, 47% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan

10% responden menyatakan sangat setuju. Namun, terdapat 3% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 12 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Spot foto

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	3	10%
Setuju	4	12	40%
Netral/cukup setuju	3	14	47%
Tidak Setuju	2	1	3%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai lokasi spot foto, yaitu “Lokasi spot foto sudah strategis dan sesuai dengan pemandangan alam/lingkungan sekitar” sebanyak 47% responden menyatakan netral/cukup setuju, 43% responden menyatakan setuju. Sementara itu, terdapat 10% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 13 Persepsi Pengunjung Terhadap Lokasi Spot Foto

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	13	43%
Netral/cukup setuju	3	14	47%
Tidak Setuju	2	3	10%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

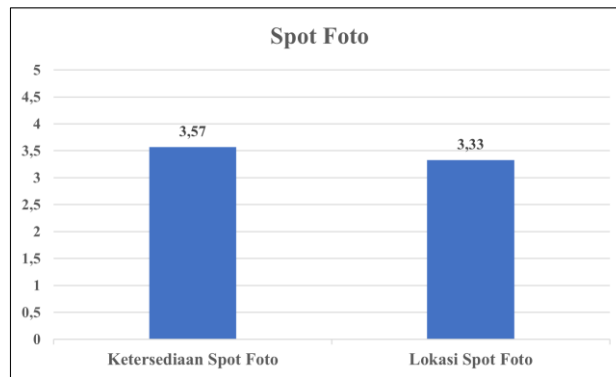
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk variabel **spot foto sebesar 3,45**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Di Pantai Mliwis disediakan spot foto yang bertuliskan “Pantai Mliwis” dengan latar belakang laut luas dan sebaran cemaran di sepanjang pantai.

Tabel 4. 14 Nilai Rata-Rata Variabel Spot Foto

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Spot Foto	Ketersediaan Spot Foto	3,57	Baik
	Lokasi Spot Foto	3,33	Baik
Rata-Rata		3,45	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 12 Nilai Rata-Rata Variabel Spot Foto

c. Rencana Atraksi Budaya

Pada variabel rencana atraksi budaya, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pertunjukkan berkala serta pengemasan pertunjukkan menarik dan edukatif. Pada pernyataan “Diperlukan atraksi budaya lokal (upacara adat, musik dan tarian tradisional, dbs) perlu dihadirkan secara berkala di kawasan wisata pantai ini” sebanyak 50% responden menyatakan diperlukan, 30% responden menyatakan cukup diperlukan, dan 7% responden menyatakan sangat diperlukan. Namun terdapat 7% menyatakan tidak diperlukan dan 3% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 15 Persepsi Pengunjung Terhadap Pertunjukkan Berkala

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	2	7%
Diperlukan	4	15	50%
Cukup Diperlukan	3	10	30%
Tidak Diperlukan	2	2	7%
Sangat Tidak Diperlukan	1	1	3%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai pengemasan pertunjukkan menarik dan edukatif, yaitu “Kegiatan atraksi budaya di pantai perlu dikemas menarik dan edukatif, agar dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan dari luar daerah.” Sebanyak 43% responden menyatakan diperlukan, 30% responden menyatakan cukup diperlukan, dan 17% responden menyatakan sangat diperlukan. Namun, terdapat 7% responden yang menyatakan tidak diperlukan dan 3% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 16 Persepsi Pengunjung Terhadap Pengemasan Pertunjukan Budaya

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	5	17%
Diperlukan	4	13	43%
Cukup Diperlukan	3	9	30%
Tidak Diperlukan	2	2	7%
Sangat Tidak Diperlukan	1	1	3%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk variabel **rencana atraksi budaya sebesar 3,57**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan diperlukan**. Walaupun sudah terdapat rencana atraksi budaya seperti Grebeg Rolasan ataupun pertunjukan gamelan dan jaranan, disampaikan oleh responden, bahwa responden mengharapkan kehadiran pertunjukan budaya yang rutin dilakukan di kawasan Pantai Mliwis.

“Diperlukan rencana atraksi budaya yang cukup intens untuk menambah daya tarik wisatawan” (K/AT3/R8)

“Mengidentifikasi event budaya di kecamatan sekitar yang khas, secara terjadwal dan dipublikasikan secara menarik di media sosial bekerja sama dengan travel agent” (K/AT3/R9)

Tabel 4. 17 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana atraksi budaya

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana Atraksi Budaya	Pertunjukan Berkala	3,50	Diperlukan
	Pengemasan Pertunjukan Menarik dan Edukatif	3,63	Diperlukan
Rata-Rata		3,57	Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 13 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Atraksi Budaya

4.3.2 Aktivitas

a. ATV Ride

Pada variabel *ATV ride* dan perlengkapannya , terdapat dua indikator yang digunakan yaitu ketersediaan *ATV ride* dan jalur *ATV ride*. Pada pernyataan “*ATV ride* memberikan pengalaman petualangan yang menyenangkan bagi wisatawan” sebanyak 47% responden menyatakan setuju, 30% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 23% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 18 Persepsi Pengunjung Terhadap ATV Ride

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	7	23%
Setuju	4	14	47%
Netral/cukup setuju	3	9	30%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai *ATV ride*, yaitu “Jalur *ATV ride* yang tersedia aman dan sesuai untuk aktivitas wisata” sebanyak 50% responden menyatakan setuju, 33% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 17% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 19 Persepsi Pengunjung Terhadap ATV Ride

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	5	17%
Setuju	4	15	50%
Netral/cukup setuju	3	10	33%
Tidak Setuju	2	2	7%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

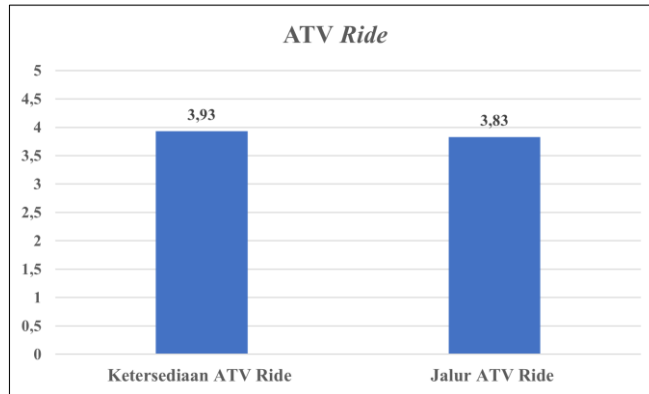
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk variabel **ATV Ride sebesar 3,88**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Didapatkan usulan oleh responden, bahwasanya penyewaan ATV masih perlu ditingkatkan kualitasnya dengan memperpanjang lintasan ATV.

“ATV masih perlu ditingkatkan kualitasnya. Lintasan juga perlu diperpanjang, masih kurang worth it untuk harga karcis Rp30.000”
(K/AV1/R9)

Tabel 4. 20 Nilai Rata-Rata Variabel Jalur ATV

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
ATV Ride	Ketersediaan ATV Ride	3,93	Baik
	Jalur ATV Ride	3,83	Baik
Rata-Rata		3,88	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 14 Nilai Rata-Rata Variabel ATV Ride

b. Horse Riding

Pada variabel *horse riding*, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu ketersediaan *horse riding* serta jalur *horse riding*. Pada pernyataan “Aktivitas menunggang kuda memberikan pengalaman wisata yang unik dan berkesan.” sebanyak 20% responden menyatakan netral/cukup setuju, 53% responden menyatakan setuju, dan 27% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 21 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Horse Riding

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	8	27%
Setuju	4	16	53%
Netral/cukup setuju	3	6	20%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai jalur *horse riding*, yaitu “Jalur *horse riding* yang tersedia aman dan sesuai untuk aktivitas wisata.” sebanyak 47% responden menyatakan setuju, 30% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 20% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 3% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 22 Persepsi Pengunjung Terhadap Jalur *Horse Riding*

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	6	20%
Setuju	4	14	47%
Netral/cukup setuju	3	9	30%
Tidak Setuju	2	1	3%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

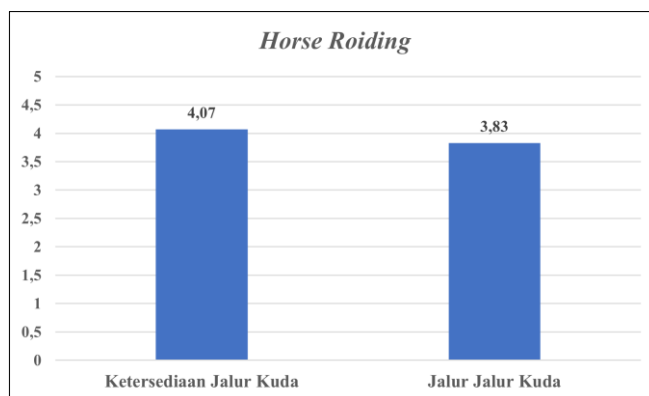
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel *horse riding* sebesar 3,95**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. *Horse riding* dapat menjadi pilihan aktivitas yang menyenangkan dan bisa dilakukan untuk dewasa maupun anak-anak. Pengunjung akan didampingi oleh joki sembari menyusuri pantai.

Tabel 4. 23 Nilai Rata-Rata Variabel Jalur Kuda

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
<i>Horse Riding</i>	Ketersediaan <i>Horse Riding</i>	4,07	Baik
	Jalur <i>Horse Riding</i>	3,83	Baik
Rata-Rata		3,95	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 15 Nilai Rata-Rata Variabel *Horse Riding*

c. Berenang

Pada variabel berenang, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu fasilitas pendukung berenang serta lokasi berenang. Pada pernyataan “Fasilitas pendukung berenang (kamar bilas, area duduk) tersedia memadai.” sebanyak 53% responden menyatakan setuju, 23% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 23% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 24 Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas Pendukung Berenang

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	7	23%
Setuju	4	16	53%
Netral/cukup setuju	3	7	23%
Tidak Setuju	2	1	3%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai lokasi berenang, yaitu “Lokasi berenang di kawasan wisata mudah dijangkau dan strategis bagi pengunjung.” sebanyak 60% responden menyatakan setuju, 27% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 13% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 25 Persepsi Pengunjung Terhadap Lokasi Berenang

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	4	13%
Setuju	4	18	60%
Netral/cukup setuju	3	8	27%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

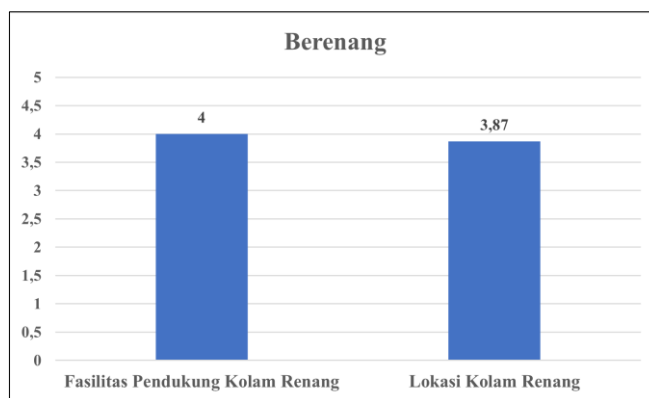
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel berenang sebesar 3,93**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Bagi orang tua yang berlibur bersama keluarga, berenang anak yang bisa menjadi alternatif bermain air.

Tabel 4. 26 Nilai Rata-Rata Variabel Berenang

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Berenang	Fasilitas Pendukung Berenang	4,00	Baik
	Lokasi Berenang	3,87	Baik
Rata-Rata		3,93	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 16 Nilai Rata-Rata Variabel Berenang

d. Rencana *Dive center* dan Perlengkapannya

Pada variabel rencana *dive center* dan perlengkapannya, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pembangunan *dive center* serta fasilitas *dive center*. Pada pernyataan “Diperlukan pembangunan *dive center* dan perlengkapannya sebagai pusat kegiatan selam atau *diving*” sebanyak 20% responden menyatakan cukup diperlukan dan 17% responden menyatakan diperlukan. Namun, terdapat 47% responden menyatakan tidak diperlukan dan 17% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 27 Persepsi Pengunjung Terhadap Pembangunan *Dive Center*

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	5	17%
Cukup Diperlukan	3	6	20%
Tidak Diperlukan	2	14	47%
Sangat Tidak Diperlukan	1	5	17%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai fasilitas *dive center*, yaitu “Pembangunan *dive center* dan perlengkapannya dilengkapi dengan berbagai fasilitas selam dan instruktur selam profesional bersertifikat” sebanyak 20% responden menyatakan netral/cukup setuju, 13% responden menyatakan diperlukan dan 3% responden menyatakan sangat diperlukan. Sementara itu, terdapat 50% responden menyatakan tidak diperlukan dan 13% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 28 Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas *Dive Center*

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	1	3%
Diperlukan	4	4	13%

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Cukup Diperlukan	3	6	20%
Tidak Diperlukan	2	15	50%
Sangat Tidak Diperlukan	1	4	13%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

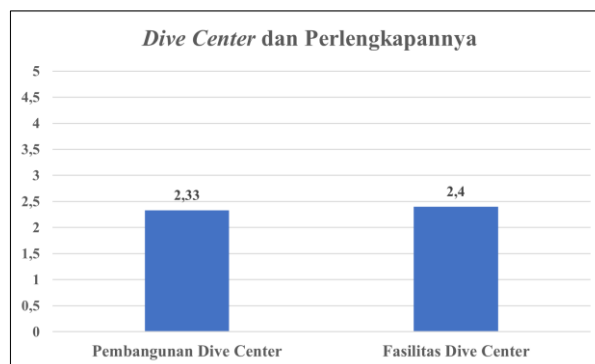
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk variabel **rencana *dive center* dan perlengkapannya** sebesar 2,37. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 1,80 – 2,59 dan **dinyatakan tidak diperlukan**. Didapatkan usulan oleh responden, aktivitas *diving* tidak diperlukan karna dianggap berisiko dan karakteristik pantai yang kurang mendukung.

“*Saya rasa kalau untuk diving terlalu berisiko*” (K/AV4/R2)

Tabel 4. 29 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana *Dive center* dan Perlengkapannya

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana <i>Dive Center</i> dan Perlengkapannya	Pembangunan <i>Dive Center</i>	2,33	Tidak Diperlukan
	Fasilitas <i>Dive Center</i>	2,40	Tidak Diperlukan
Rata-Rata		2,37	Tidak Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Gambar 4. 17 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana *Dive center* dan Perlengkapannya

b. Rencana *Surfing Center* dan Perlengkapannya

Pada variabel rencana *surfing center* dan perlengkapannya, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pembangunan *surfing center* serta fasilitas *surfing center*. Pada pernyataan “Diperlukan pembangunan *surfing center* dan perlengkapannya sebagai pusat aktivitas wisata selancar air” sebanyak 40% responden menyatakan diperlukan, 20% responden menyatakan cukup diperlukan, dan 3% responden menyatakan sangat diperlukan. Namun, terdapat 37% responden menyatakan tidak diperlukan.

Tabel 4. 30 Persepsi Pengunjung Terhadap Pembangunan *Surfing Center*

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	1	3%
Diperlukan	4	12	40%
Cukup Diperlukan	3	6	20%
Tidak Diperlukan	2	11	37%
Sangat Tidak Diperlukan	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai fasilitas *surfing center*, yaitu “Pengunjung dapat menyewa peralatan/papan selancar dan mendapatkan berbagai informasi mengenai berbagai kegiatan *surfing*” sebanyak 53% responden menyatakan diperlukan, 37% responden menyatakan cukup diperlukan, 3% responden menyatakan sangat diperlukan. Sementara itu, terdapat 7% responden menyatakan tidak diperlukan.

Tabel 4. 31 Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas *Surfing Center*

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	1	3%
Diperlukan	4	16	53%
Cukup Diperlukan	3	11	37%
Tidak Diperlukan	2	2	7%
Sangat Tidak Diperlukan	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

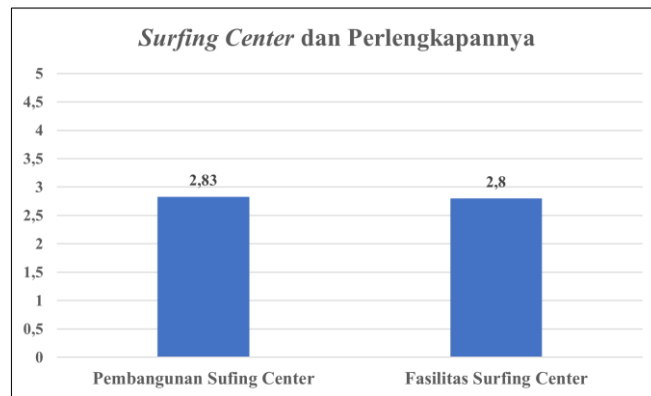
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk variabel **rencana *surfing center* dan perlengkapannya sebesar 2,82**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 2,60 – 3,39 dan **dinyatakan cukup diperlukan**. Jika nantinya aktivitas surfing bisa dilakukan di Pantai Mliwis, pengunjung berharap pengelola menyediakan papan selancar, instruktur, dan program “*surfing for beginner*”, sehingga bagi pemula yang ingin mencoba *surfing* untuk pertama kali merasa aman.

“Menyediakan papan selancar, instruktur, dan program surfing for beginner” (K/AV5/R9)

Tabel 4. 32 Nilai Rata-Rata Variabel *Surfing Center* dan Perlengkapannya

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana <i>Surfing Center</i> dan Perlengkapannya	Pembangunan <i>Sufing Center</i>	2,83	Cukup Diperlukan
	Fasilitas <i>Surfing Center</i>	2,80	Cukup Diperlukan
Rata-Rata		2,82	Cukup Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Gambar 4. 18 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana *Surfing Center* dan Perlengkapannya

b. Rencana Perahu Berlantai Kaca (*Glass Bottom Boat*)

Pada variabel rencana perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*), terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pengadaan aktivitas perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*) serta pengalaman wisata perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*). Pada pernyataan “Diperlukan pengadaan perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*) untuk melihat langsung biota laut baik ikan maupun karang” sebanyak 47% responden menyatakan cukup diperlukan, 20% responden menyatakan diperlukan, dan 3% responden menyatakan sangat diperlukan. Namun, terdapat 30% responden menyatakan tidak diperlukan.

Tabel 4. 33 Persepsi Pengunjung Terhadap Pengadaan Aktivitas Perahu Berlantai Kaca (*Glass Bottom Boat*)

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	1	3%
Diperlukan	4	6	20%
Cukup Diperlukan	3	14	47%
Tidak Diperlukan	2	9	30%
Sangat Tidak Diperlukan	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai pengalaman wisata perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*), yaitu “Pengadaan rencana perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*) dapat menambah pengalaman wisata berbasis alam di kawasan pantai” sebanyak 43% responden menyatakan cukup diperlukan, 20% responden menyatakan diperlukan, 7% responden menyatakan sangat diperlukan. Sementara itu, terdapat 30% responden menyatakan tidak diperlukan.

Tabel 4. 34 Persepsi Pengunjung Terhadap Pengalaman Wisata Perahu Berlantai Kaca (*Glass Bottom Boat*)

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	2	7%
Diperlukan	4	6	20%
Cukup Diperlukan	3	13	43%
Tidak Diperlukan	2	9	30%
Sangat Tidak Diperlukan	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

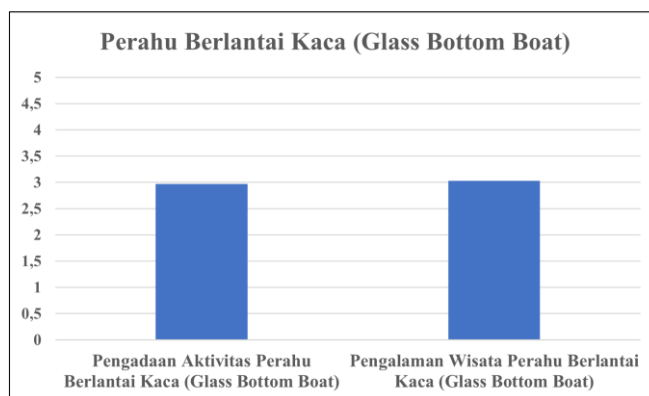
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel rencana perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*) sebesar 3,00**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 2,60 - 3,39 dan **dinyatakan cukup diperlukan**. Pengunjung menilai, bahwa diadakannya aktivitas perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*) akan menjadi suatu wisata edukasi khususnya bagi anak-anak yang ingin mengetahui kehidupan biota laut.

“Bisa dieksplorasi lagi ya, mungkin bisa diadakan untuk keseruan terutama anak-anak” (K/AV6/R2)

Tabel 4. 35 Nilai Rata-Rata Variabel Perahu Berlantai Kaca (*Rencana Perahu Berlantai Kaca (Glass Bottom Boat)*)

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>)	Pengadaan Aktivitas Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>)	2,97	Cukup Diperlukan
	Pengalaman Wisata Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>)	3,03	Diperlukan
Rata-Rata		3,00	Cukup Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Gambar 4. 19 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Perahu Berlantai Kaca (Glass Bottom Boat)

c. Rencana Perahu Wisata

Pada variabel rencana perahu wisata, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pada pernyataan “Diperlukan pengadaan perahu wisata” sebanyak 3% responden menyatakan cukup diperlukan, 77% responden menyatakan tidak diperlukan, dan 20% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 36 Persepsi Pengunjung Terhadap Pengadaan Perahu Wisata

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	0	0%
Cukup Diperlukan	3	1	3%
Tidak Diperlukan	2	23	77%
Sangat Tidak Diperlukan	1	6	20%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai pengalaman wisata rencana Perahu Wisata, yaitu “Pengadaan perahu wisata dapat menambah pengalaman wisata berbasis alam di kawasan pantai” sebanyak 3% responden menyatakan cukup diperlukan, 80% responden menyatakan tidak diperlukan, dan 17% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 37 Persepsi Pengunjung Terhadap Pengalaman Wisata Perahu Wisata

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	0	0%
Cukup Diperlukan	3	1	3%
Tidak Diperlukan	2	24	80%
Sangat Tidak Diperlukan	1	5	17%
Total		30	100%

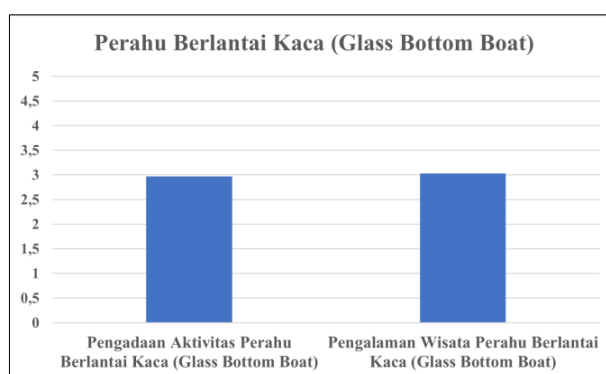
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel rencana perahu wisata sebesar 1,85**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 1,80 – 2,59 dan **dinyatakan tidak diperlukan**.

Tabel 4. 38 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Perahu Wisata

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana Perahu Wisata	Pengadaan Perahu Wisata	1,83	Tidak Diperlukan
	Pengalaman Wisata Perahu Wisata	1,87	Tidak Diperlukan
Rata-Rata		1,85	Tidak Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 20 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Perahu Wisata

4.3.3 Amenitas

a. Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)

Pada variabel kantor pusat informasi wisata (TIC), terdapat dua indikator yang digunakan yaitu keberadaan kantor pusat informasi wisata (TIC) serta Sarana pelengkap kantor pusat informasi wisata (TIC). Pada pernyataan “Keberadaan kantor pusat informasi wisata (TIC) sebagai tempat pengunjung memperoleh informasi wisata, paket, dan peta kawasan, dan sebagainya” sebanyak 20% responden menyatakan setuju, 3% responden menyatakan sangat setuju, dan 40% responden menyatakan netral/cukup setuju. Sementara itu, terdapat 30% responden menyatakan tidak setuju, dan 7% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 39 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	1	3%
Setuju	4	6	20%
Netral/cukup setuju	3	12	40%
Tidak Setuju	2	9	30%
Sangat Tidak Setuju	1	2	7%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai sarana pelengkap kantor pusat informasi wisata (TIC), yaitu “Kantor pusat informasi wisata dilengkapi dengan fasilitas layanan informasi ramah pengunjung, seperti brosur, pemandu, layar digital, dan informasi cuaca serta keamanan laut.” sebanyak 13% responden menyatakan setuju, 33% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 3% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 43% responden menyatakan tidak setuju dan 7% responden menyatakan sangat tidak setuju

Tabel 4. 40 Persepsi Pengunjung Terhadap Sarana Pelengkap Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	1	3%
Setuju	4	4	13%
Netral/cukup setuju	3	10	33%
Tidak Setuju	2	13	43%
Sangat Tidak Setuju	1	2	7%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

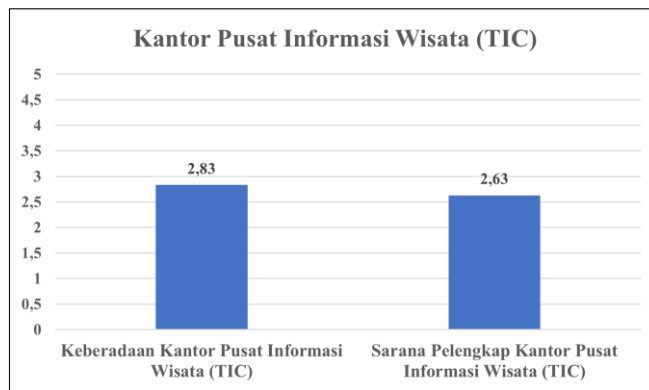
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel kantor pusat informasi wisata (TIC) sebesar 2,73**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 2,60 – 3,39 dan **dinyatakan cukup baik**. Namun, sebaiknya kantor pusat informasi wisata (TIC) dapat ditambah perlengkapan TIC dan papan pusat informasi wisata.

“Penyediaan humas yang memadai yang didukung dengan nomor call center yang dedicated” (K/AMI/R9)

Tabel 4. 41 Nilai Rata-Rata Variabel Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)	Keberadaan Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)	2,83	Cukup Baik
	Sarana Pelengkap Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)	2,63	Cukup Baik
Rata-Rata		2,73	Cukup Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 21 Nilai Rata-Rata Variabel Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)

b. Toilet

Pada variabel toilet, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu ketersediaan toilet serta kebersihan toilet. Pada pernyataan “Toilet di kawasan wisata tersedia dalam jumlah yang cukup.” sebanyak 43% responden menyatakan setuju, 37% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 10% responden menyatakan sangat setuju. Namun, terdapat 10% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 42 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Toilet

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	3	10%
Setuju	4	13	43%
Netral/cukup setuju	3	11	37%
Tidak Setuju	2	3	10%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai kebersihan toilet, yaitu “Toilet bersih dan terawat dengan baik”, 43% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 37% responden menyatakan setuju. Sementara itu, terdapat 20% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 43 Persepsi Pengunjung Terhadap Kebersihan Toilet

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	11	37%
Netral/cukup setuju	3	13	43%
Tidak Setuju	2	6	20%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel toilet sebesar 3,35**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 2,60 – 3,39 dan **dinyatakan cukup baik**. Walaupun toilet sudah dalam kondisi cukup baik, pengunjung menyampaikan bahwa kondisi toilet masih perlu perbaikan terutama untuk kebersihan serta membedakan toilet perempuan dan laki-laki untuk menjaga privasi.

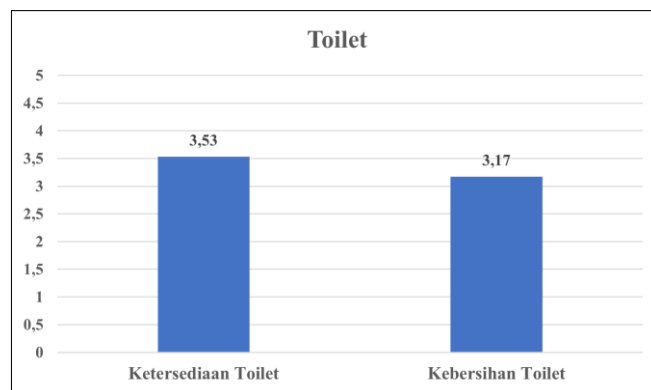
“Kebersihan toilet perlu di perhatikan” (K/AM2/R2)

“Toilet dibedakan jenis kelaminnya” (K/AM2/R28)

Tabel 4. 44 Nilai Rata-Rata Variabel Toilet

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Toilet	Ketersediaan Toilet	3,53	Baik
	Kebersihan Toilet	3,17	Cukup Baik
Rata-Rata		3,35	Cukup Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 22 Nilai Rata-Rata Variabel Toilet

c. Tempat Parkir

Pada variabel tempat parkir, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu luas tempat parkir serta pengelolaan tempat parkir. Pada pernyataan “Luas tempat parkir memadai.” 57% responden menyatakan setuju, 23% responden menyatakan sangat setuju, dan 20% responden menyatakan netral/cukup setuju.

Tabel 4. 45 Persepsi Pengunjung Terhadap Luas Tempat Parkir

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	7	23%
Setuju	4	17	57%
Netral/cukup setuju	3	6	20%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai pengelolaan tempat parkir, yaitu “Tempat parkir dikelola dengan baik dan tertib”, 67% responden menyatakan setuju, 17% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 17% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 46 Persepsi Pengunjung Terhadap Pengelolaan Tempat Parkir

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	5	17%
Setuju	4	20	67%
Netral/cukup setuju	3	5	17%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel tempat parkir sebesar 4,02**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Dapat disimpulkan bahwa luas tempat parkir sudah memadai kebutuhan parkir pengunjung dan pengelolaan tempat parkir oleh petugas sudah tertib dan baik. Apabila pada hari libur mengalami lonjakan pengunjung, pihak pengelola sudah menyediakan lahan parkir tambahan di sebuah area dekat jalan keluar.

“Kalau weekend gini sudah lebar, tetapi kalau untuk libur hari-hari besar mungkin butuh pelebaran” (K/AM3/R2)

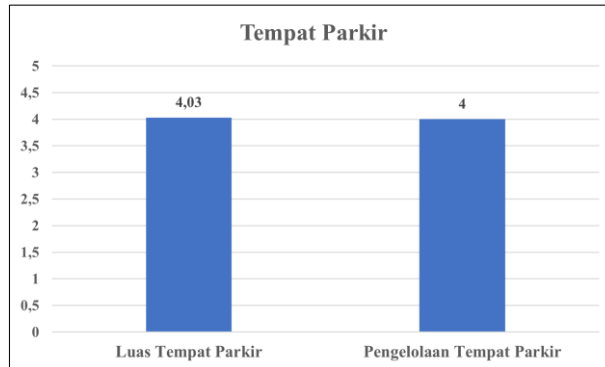
“Sudah layak, tetapi perlu diberikan alternatif parkir yang lebih berkapasitas banyak untuk pengunjung yang melonjak” (K/AM3/R9)

“Permasalahan biasanya kalau masa-masa lebaran itu parkir penuh. Sehingga dari kami untuk parkir biasanya dialokasikan di lahan kosong di sisi atas dekat pintu keluar” (W/AM1/T/3/25 Juli 2025)

Tabel 4. 47 Nilai Rata-Rata Variabel Tempat Parkir

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Tempat Parkir	Luas Tempat Parkir	4,03	Baik
	Pengelolaan Tempat Parkir	4,00	Baik
Rata-Rata		4,02	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 23 Nilai Rata-Rata Variabel Tempat Parkir

d. Tempat Ibadah

Pada variabel tempat ibadah, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu kemudahan akses tempat ibadah serta kondisi tempat ibadah. Pada pernyataan “Terdapat tempat ibadah yang mudah diakses di sekitar kawasan wisata” sebanyak 83% responden menyatakan setuju, 10% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 7% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 48 Kemudahan Akses Tempat Ibadah

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	2	7%
Setuju	4	25	83%
Netral/cukup setuju	3	3	10%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai kondisi tempat ibadah, yaitu “Tempat ibadah di kawasan wisata dalam kondisi bersih dan layak digunakan” terdapat 73% responden menyatakan setuju, 17% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 10% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 49 Persepsi Pengunjung Terhadap Kondisi Tempat Ibadah

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	3	10%
Setuju	4	22	73%
Netral/cukup setuju	3	5	17%

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel tempat ibadah sebesar 3,95**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Hal tersebut didukung oleh keberadaan tempat ibadah yang mudah diakses karena berada di lokasi terdepan setelah tempat parkir. Adapun kondisi tempat ibadah yang bersih dan didukung ketersediaan kelengkapan alat ibadah.

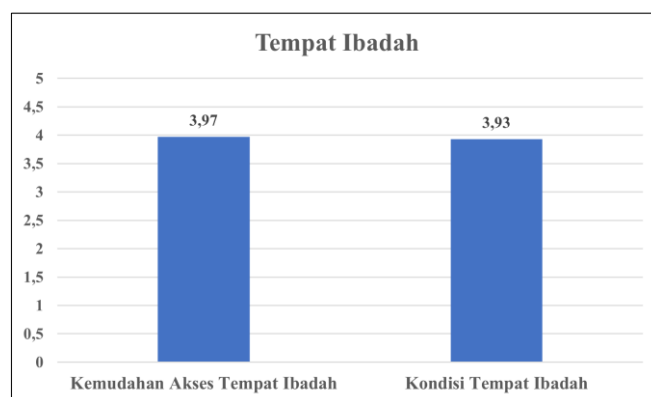
“Disediakan peralatan ibadah seperti mukena dan sarung”

(K/AM4/R27)

Tabel 4. 50 Nilai Rata-Rata Variabel Tempat Ibadah

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Tempat Ibadah	Kemudahan Akses Tempat Ibadah	3,97	Baik
	Kondisi Tempat Ibadah	3,93	Baik
Rata-Rata		3,95	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 24 Nilai Rata-Rata Variabel Tempat Ibadah

e. Fasilitas Mitigasi dan Bencana Alam

Pada variabel fasilitas mitigasi dan bencana alam, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu ketersediaan rambu dan informasi bencana dan perlengkapan tanggap darurat. Pada pernyataan “Tersedia rambu jalur evakuasi, rambu titik kumpul dan papan informasi bencana” sebanyak 40% responden menyatakan setuju, 37% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 7% responden menyatakan sangat setuju. Namun, terdapat 17% responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan.

Tabel 4. 51 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Rambu dan Informasi Bencana

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	2	7%
Setuju	4	12	40%
Netral/cukup setuju	3	11	37%
Tidak Setuju	2	5	17%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai perlengkapan tanggap darurat, yaitu “Terdapat perlengkapan tanggap darurat seperti pelampung, APAR, dan sebagainya”, sebanyak 47% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 33% responden menyatakan setuju. Namun, terdapat 20% responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 52 Persepsi Pengunjung Terhadap Perlengkapan Tanggap Darurat

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	02	0%
Setuju	4	10	33%
Netral/cukup setuju	3	14	47%
Tidak Setuju	2	6	20%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel penataan lanskap sebesar 3,25**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan cukup baik**. Hal tersebut berkaitan dengan belum tersedianya pelampung sebagai alat evakuasi, namun perlu dilengkapi rambu bencana dan papan informasi mengenai bencana sebagai petunjuk atau imbauan mengenai ancaman bencana.

“Perlu diberikan panduan mitigasi bencana kepada pengunjung”

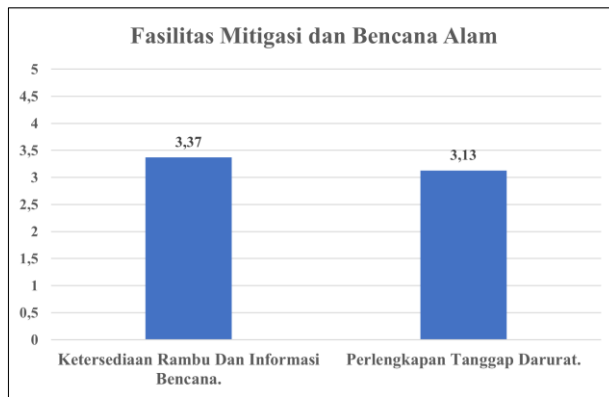
(K/AM5/R8)

“Panduan siaga bencana bersama dengan karcis yang diberikan. Bisa berupa barcode, atau langkah lengkap” (K/AM5/R9)

Tabel 4. 53 Nilai Rata-Rata Variabel Fasilitas Mitigasi Dan Bencana Alam

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Fasilitas Mitigasi Dan Bencana Alam	Ketersediaan Rambu Dan Informasi Bencana.	3,37	Baik
	Perlengkapan Tanggap Darurat.	3,13	Baik
Rata-Rata		3,25	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 25 Nilai Rata-Rata Variabel Fasilitas Mitigasi dan Bencana Alam

f. Fasilitas Kebersihan

Pada variabel fasilitas kebersihan, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu ketersediaan tempat sampah serta keberadaan petugas kebersihan. Pada pernyataan “Tempat sampah tersedia dalam jumlah memadai”, sebanyak 33% responden menyatakan netral/netral/cukup setuju, 10% responden menyatakan setuju dan 7% responden menyatakan sangat setuju, sementara itu, 50% responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 54 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Jumlah Tempat Sampah

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	2	7%
Setuju	4	3	10%
Netral/Cukup	3	10	33%
Tidak Setuju	2	15	50%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai keberadaan petugas kebersihan, yaitu “Tersedia tempat sampah dalam tiga kompartemen terpisah”, terdapat 27% responden menyatakan netral/netral/cukup setuju dan 23% responden menyatakan setuju. Sementara itu, terdapat 40% responden menyatakan tidak setuju dan 10% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 55 Persepsi Pengunjung Terhadap Keberadaan Tempat Sampah Terpilah

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	7	23%
Netral/Cukup	3	8	27%
Tidak Setuju	2	12	40%
Sangat Tidak Setuju	1	3	10%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel fasilitas kebersihan sebesar 2,93**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 2,60 – 3,39 dan **dinyatakan cukup baik**. Hal tersebut didukung oleh ketersediaan tempat sampah yang cukup memadai, namun masih dibutuhkan pengadaan tempat sampah terpilah dikarenakan untuk saat ini tempat sampah yang digunakan yaitu kantong bekas ternak udang.

“Sampah perlu dipisah agar lebih mudah dalam pengangkutan dan pengolahannya” (K/AM6/R8)

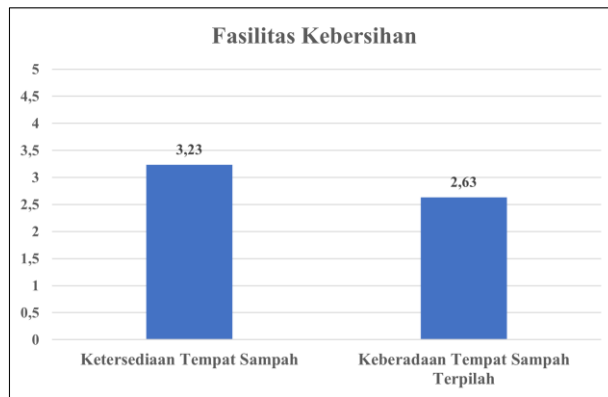
“Penerapan eco-site, antara lain dengan memilah sampah menjadi 3 : 1) dapat didaur ulang; 2) organik; 3) infectious. Bekerja sama dengan aktivis lingkungan dalam menyediakan 3 jenis tempat sampah dan pengolahannya” (K/AM6/R9)

“Yang jelas, untuk sampah kita kelola sendiri. Untuk tempat sampah, kita mnggunakan kantong bekas ternak udang. di pohon-pohon itu banyak cantelan karung-karung. Harapannya sore harinya langsung bisa diangkut, dibuang” (W/AM3/T/5/25 Juli 2025)

Tabel 4. 56 Nilai Rata-Rata Variabel Fasilitas Kebersihan

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Fasilitas Kebersihan	Ketersediaan Tempat Sampah	3,23	Cukup Baik
	Keberadaan Tempat Sampah Terpilah	2,63	Cukup Baik
Rata-Rata		2,93	Cukup Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 26 Nilai Rata-Rata Variabel Fasilitas Kebersihan

g. Penataan Lanskap

Pada variabel penataan lanskap, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu kesesuaian vegetasi serta penataan fasilitas. Pada pernyataan “Tanaman atau vegetasi sesuai dengan ekosistem asli yang tumbuh pada kawasan pariwisata” sebanyak 47% responden menyatakan setuju dan 10% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 30% responden menyatakan netral/cukup setuju, 10% pengunjung menyatakan tidak setuju, dan 3% repsonden menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 57 Persepsi Pengunjung Terhadap Kesesuaian Vegetasi

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	3	10%
Setuju	4	14	47%
Netral/cukup setuju	3	9	30%
Tidak Setuju	2	3	10%
Sangat Tidak Setuju	1	1	3%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai kondisi gazebo, yaitu “Terdapat lampu taman, papan interpretasi, rambu petunjuk arah, bangku taman, dan lain-lain yang tertata rapi”, sebanyak 30% responden menyatakan setuju, 27% responden menyatakan netral/cukup setuju. Namun, terdapat 37% responden menyatakan tidak setuju dan 7% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 58 Persepsi Pengunjung Terhadap Penataan Fasilitas

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	9	30%
Netral/cukup setuju	3	8	27%
Tidak Setuju	2	11	37%

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	2	7%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

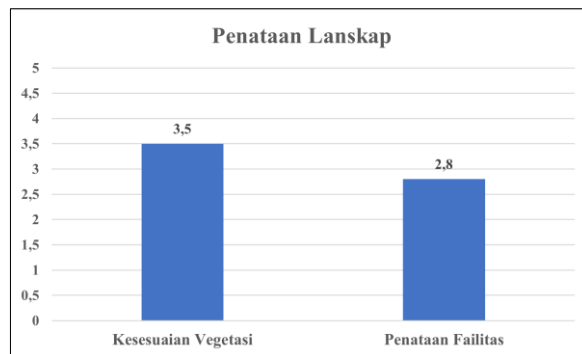
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel penataan lanskap sebesar 3,15**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan cukup baik** namun perlu adanya perbaikan.

“Papan informasi perlu pembaruan dan perbaikan” (K/AM7/R7)

Tabel 4. 59 Nilai Rata-Rata Variabel Penataan Lanskap

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Penataan Lanskap	Kesesuaian Vegetasi	3,50	Baik
	Penataan Fasilitas	2,80	Cukup Baik
Rata-Rata		3,15	Cukup Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 27 Nilai Rata-Rata Variabel Penataan Lanskap

h. Gazebo

Pada variabel gazebo, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu ketersediaan gazebo serta kondisi gazebo. Pada pernyataan “Gazebo tersedia dalam jumlah yang mencukupi” sebanyak 70% responden menyatakan setuju dan 20% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 3% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 60 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Gazebo

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	8	27%
Setuju	4	21	70%
Netral/cukup setuju	3	0	0%
Tidak Setuju	2	1	3%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai kondisi gazebo, yaitu “Diperlukan penataan lampu taman, papan interpretasi, rambu petunjuk arah, bangku taman, dan lain-lain”, sebanyak 57% responden menyatakan setuju, 27% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 7% responden menyatakan sangat setuju. Namun, terdapat 7% responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 61 Persepsi Pengunjung Terhadap Kondisi Gazebo

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	2	7%
Setuju	4	17	57%
Netral/cukup setuju	3	8	27%
Tidak Setuju	2	2	7%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel gazebo sebesar 4,22**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Hal tersebut didukung oleh ketersediaan gazebo yang memadai dan kondisi gazebo yang nyaman digunakan. Namun, terdapat evaluasi terkait proses penyewaan gazebo kepada pengunjung.

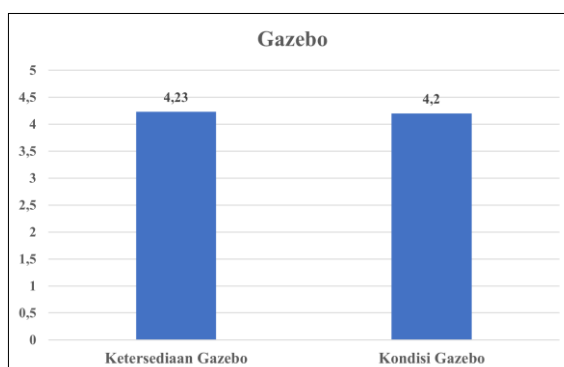
“Berikan informasi lengkap tentang harga sewa dan cara sewa”

(K/AM8/R6)

Tabel 4. 62 Nilai Rata-Rata Variabel Gazebo

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Gazebo	Ketersediaan Gazebo	4,23	Baik
	Kondisi Gazebo	4,20	Baik
Rata-Rata		4,22	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 28 Nilai Rata-Rata Variabel Gazebo

i. Plaza/Area Pengunjung

Pada variabel plaza/area pengunjung, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu lokasi plaza serta fasilitas plaza. Pada pernyataan “Plaza/area pengunjung berada pada lokasi strategis, mudah dilihat dan dijangkau oleh pengunjung”, sebanyak 60% responden menyatakan setuju, 23% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 17% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 63 Persepsi Pengunjung Terhadap Lokasi Plaza

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	5	17%
Setuju	4	18	60%
Netral/cukup setuju	3	7	23%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai fasilitas plaza, yaitu “Plaza/area pengunjung dilengkapi dengan tempat duduk pengunjung atau bangku taman” sebanyak 53% responden menyatakan setuju, 20% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 13% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 10% responden menyatakan tidak setuju dan 3% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 64 Persepsi Pengunjung Terhadap Penataan Plaza

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	4	13%
Setuju	4	16	53%
Netral/cukup setuju	3	6	20%
Tidak Setuju	2	3	10%
Sangat Tidak Setuju	1	1	3%
Total		30	100%

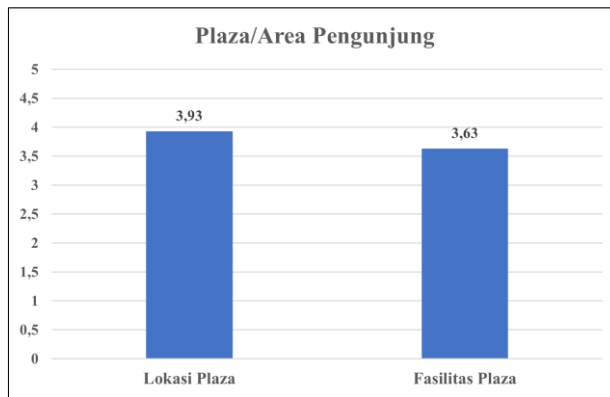
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel plaza/area pengunjung sebesar 3,78**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Hal tersebut didukung oleh kondisi plaza/area pengunjung yang luas dan strategis.

Tabel 4. 65 Nilai Rata-Rata Variabel Plaza/Area Pengunjung

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Plaza/Area Pengunjung	Lokasi Plaza	3,93	Baik
	Fasilitas Plaza	3,63	Baik
Rata-Rata		3,78	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 29 Nilai Rata-Rata Variabel Plaza/Area Pengunjung

j. Plaza Kuliner

Pada variabel plaza kuliner, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pilihan makanan dan lokasi plaza. Pada pernyataan “Terdapat area khusus kuliner dengan berbagai pilihan makanan”, sebanyak 67% responden menyatakan setuju, 17% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 17% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 66 Persepsi Pengunjung Terhadap Pilihan Makanan

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	5	17%
Setuju	4	20	67%
Netral/cukup setuju	3	5	17%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai lokasi plaza, yaitu “Plaza kuliner berada pada lokasi strategis, mudah dilihat dan dijangkau oleh pengunjung” sebanyak 67% responden menyatakan setuju, 13% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 20% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 67 Persepsi Pengunjung Terhadap Lokasi Plaza

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	6	20%
Setuju	4	20	67%
Netral/cukup setuju	3	4	13%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

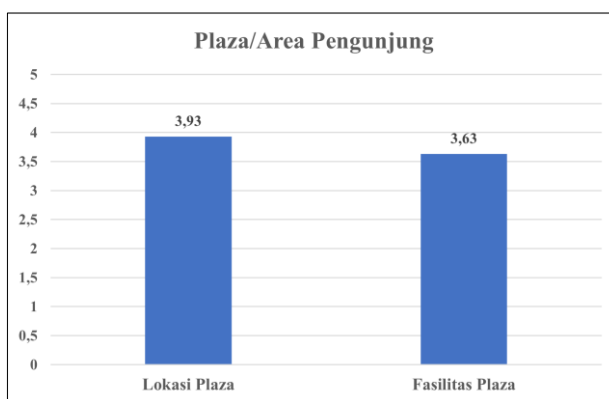
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel plaza kuliner sebesar 4,03**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Hal tersebut didukung oleh kondisi plaza kuliner yang luas dan terdapat banyak pilihan menu makanan.

Tabel 4. 68 Nilai Rata-Rata Variabel Plaza Kuliner

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Plaza Kuliner	Pilihan Makanan	4,00	Baik
	Lokasi Plaza	4,07	Baik
Rata-Rata		4,03	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 30 Nilai Rata-Rata Variabel Plaza Kuliner

k. Kios Cendera Mata

Pada variabel kios cendera mata, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu ketersediaan kios cendera mata serta lokasi kios cendera mata. Pada pernyataan “Terdapat penjualan cendera mata, baik berupa produk makanan dan/atau minuman maupun produk kerajinan/kriya khas yang merupakan hasil karya masyarakat atau komunitas lokal” sebanyak 30% responden menyatakan setuju, 30% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 3% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, 33% responden menyatakan tidak setuju dan 3% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 69 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Kios Cendera Mata

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	1	3%
Setuju	4	9	30%
Netral/cukup setuju	3	9	30%
Tidak Setuju	2	10	33%
Sangat Tidak Setuju	1	1	3%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai lokasi kios cendera mata, yaitu “Kios cendera mata berada pada lokasi strategis, mudah dilihat dan dijangkau oleh pengunjung” sebanyak 33% responden menyatakan setuju, 27% responden menyatakan cukup setuju dan 3% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, 33% responden menyatakan tidak setuju dan 3% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 70 Persepsi Pengunjung Terhadap Lokasi Kios Cendera Mata

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	1	3%
Setuju	4	10	33%
Netral/cukup setuju	3	8	27%
Tidak Setuju	2	10	33%
Sangat Tidak Setuju	1	1	3%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel kios cendera mata sebesar 2,98**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan cukup baik**. Hal tersebut didukung oleh penataan kios khusus oleh-oleh menjadi 1 lokasi khusus. Diperlukan pula pengadaan produk oleh-oleh misalnya produk UMKM khas desa untuk mendukung perekonomian masyarakat setempat.

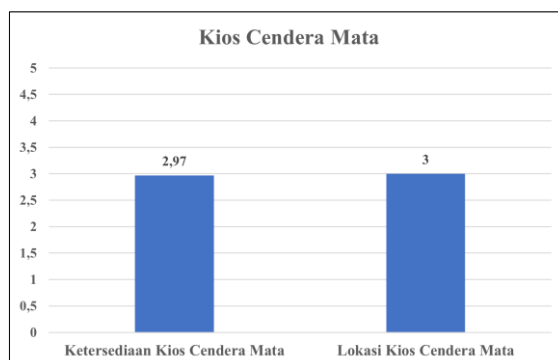
“Bisa dijadikan dalam satu lokasi. Produk yang dijual bisa lebih bervariasi, yang menunjukkan wisata pantai” (K/AM11/R2)

”Diperlukan kios untuk produk UMKM agar lebih berkembang dan dikenal wisatawan” (K/AM11/R8)

Tabel 4. 71 Nilai Rata-Rata Variabel Kios Cendera Mata

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Kios Cendera Mata	Ketersediaan Kios Cendera Mata	2,97	Cukup Baik
	Lokasi Kios Cendera Mata	3,00	Cukup Baik
Rata-Rata		2,98	Cukup Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 31 Nilai Rata-Rata Variabel Kios Cendera Mata

k. Menara Pandang

Pada variabel menara pandang, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu fungsi menara pandang serta lokasi menara pandang. Pada pernyataan “Menara pandang memberikan pengalaman wisata untuk menikmati pemandangan” sebanyak 47% responden menyatakan setuju, 20% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 3% responden menyatakan sangat setuju. Namun, terdapat 30% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 72 Persepsi Pengunjung Terhadap Fungsi Menara Pandang

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	1	3%
Setuju	4	14	47%
Netral/cukup setuju	3	6	20%
Tidak Setuju	2	9	30%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai lokasi menara pandang, yaitu “Lokasi menara pandang strategis dan mudah dijangkau” sebanyak 40% responden menyatakan setuju, 30% responden menyatakan netral/cukup setuju, 3% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 27% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 73 Persepsi Pengunjung Terhadap Lokasi Menara Pandang

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	1	3%
Setuju	4	12	40%
Netral/cukup setuju	3	9	30%
Tidak Setuju	2	8	27%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

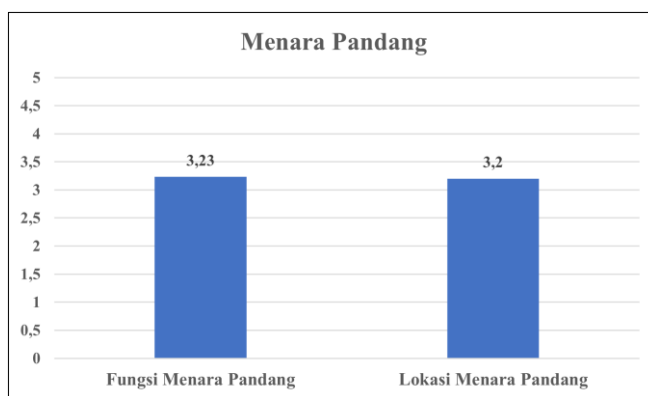
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk variabel **menara pandang sebesar 3,22**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan cukup baik**. Selain difungsikan sebagai fasilitas untuk menikmati keindahan alam secara lebih luas, menara pandang yang juga digunakan sebagai pos pantau terutama pada hari libur saat terjadi lonjakan pengunjung.

Tabel 4. 74 Nilai Rata-Rata Variabel Menara Pandang

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Menara Pandang	Fungsi Menara Pandang	3,23	Cukup Baik
	Lokasi Menara Pandang	3,20	Cukup Baik
Rata-Rata		3,22	Cukup Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 32 Nilai Rata-Rata Variabel Menara Pandang

I. Jaringan Listrik

Pada variabel jaringan listrik, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu Ketersediaan jaringan listrik serta pengadaan fasilitas *charging*. Pada pernyataan “Jaringan listrik tersedia sepanjang kawasan wisata” sebanyak 40% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 13% responden menyatakan netral/cukup setuju. Namun, terdapat 43% responden menyatakan tidak setuju dan 3% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 75 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Jaringan Listrik

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	4	13%
Netral/cukup setuju	3	12	40%
Tidak Setuju	2	13	43%
Sangat Tidak Setuju	1	1	3%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai pengadaan fasilitas *charging*, yaitu “Terdapat fasilitas pengisian daya (*charging*) yang tersedia untuk pengunjung” sebanyak 23% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 7% responden menyatakan netral/cukup setuju. Sementara itu, 57% responden menyatakan tidak setuju dan 13% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 76 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Fasilitas *Charging*

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	2	7%
Netral/cukup setuju	3	7	23%
Tidak Setuju	2	17	57%
Sangat Tidak Setuju	1	4	13%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel jaringan listrik sebesar 3,00**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 2,60 – 3,39 dan **dinyatakan buruk**. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung, dibutuhkan penambahan fasilitas *charging* yang bisa dengan mudah diakses pengunjung.

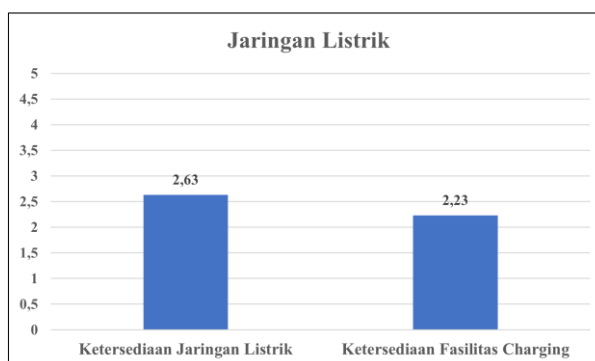
“Bisa disediakan tempat pengisian daya listrik di gazebo atau mushola” (K/AM13/R1)

*“Sebaiknya disediakan tepat *charging*” (K/AM13/R13)*

Tabel 4. 77 Nilai Rata-Rata Variabel Jaringan Listrik

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Jaringan Listrik	Ketersediaan Jaringan Listrik	2,63	Cukup Baik
	Ketersediaan Fasilitas <i>Charging</i>	2,23	Buruk
Rata-Rata		2,43	Buruk

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 33 Nilai Rata-Rata Variabel Jaringan Listrik

m. Jaringan Telekomunikasi

Pada variabel jaringan telekomunikasi, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu ketersediaan sinyal internet serta kemudahan penyebaran informasi. Pada pernyataan “Sinyal internet mudah diakses di kawasan wisata” sebanyak 20% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 7% responden menyatakan netral/cukup setuju. Sementara itu, 47% responden menyatakan tidak setuju dan 27% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 78 Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Sinyal Internet

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	6	20%
Netral/cukup setuju	3	2	7%
Tidak Setuju	2	14	47%
Sangat Tidak Setuju	1	8	27%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai kemudahan penyebaran informasi, yaitu “Saat di lokasi wisata, pengunjung dapat berbagi informasi melalui media sosial dengan mudah.” sebanyak 20% responden menyatakan setuju dan 7% responden menyatakan netral/cukup setuju. Namun, terdapat 57% responden menyatakan tidak setuju dan 17% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 79 Persepsi Pengunjung Terhadap Kemudahan Penyebaran Informasi

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	6	20%
Netral/cukup setuju	3	2	7%
Tidak Setuju	2	17	57%
Sangat Tidak Setuju	1	5	17%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel jaringan telekomunikasi sebesar 2,25**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 1,80 – 2,59 dan **dinyatakan buruk**. Di kawasan pantai sendiri, kekuatan sinyal internet bergantung pada jenis provider yang digunakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola dan pengunjung, sinyal internet lemah sehingga penggunaan internet terbatas.

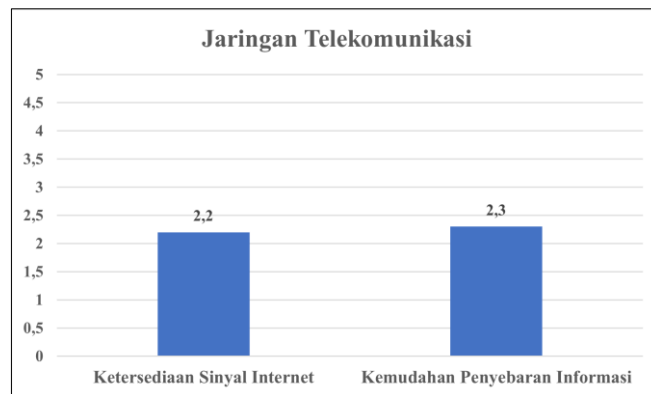
“Sinyal jaringan perlu disediakan karena kalau sudah di pantai dan beristirahat, saat menggunakan internet susah” (K/AM14/R13)

“Untuk sinyal memang masih minim. Ada sinyal, cuma memang masing ngeblok, hanya ada beberapa daerah yang sinyalnya cukup namun belum mencukupi secara keseluruhan” (W/AM6/Mo/8/29 Juli 2025)

Tabel 4. 80 Nilai Rata-Rata Variabel Jaringan Telekomunikasi

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Jaringan Telekomunikasi	Ketersediaan Sinyal Internet	2,20	Buruk
	Kemudahan Penyebaran Informasi	2,30	Buruk
Rata-Rata		2,25	Buruk

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 34 Nilai Rata-Rata Variabel Jaringan Telekomunikasi

1. Rencana Panggung Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater

Pada variabel rencana panggung kesenian/pertunjukan/amfiteater, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pengadaan kesenian/pertunjukan/amfiteater serta fungsi kesenian/pertunjukan/amfiteater. Pada pernyataan kedua yaitu “Diperlukan rencana panggung kesenian/pertunjukan/amfiteater sebagai tempat melaksanakan pertunjukan dan hiburan untuk pengunjung” sebanyak 43% responden menyatakan netral/cukup setuju, 30% responden menyatakan setuju, dan 17% responden menyatakan sangat setuju. Namun, terdapat 7% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 81 Persepsi Pengunjung Terhadap Pengadaan Panggung Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	5	17%
Diperlukan	4	10	30%
Cukup Diperlukan	3	13	43%
Tidak Diperlukan	2	2	7%
Sangat Tidak Diperlukan	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai Fungsi Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater, yaitu “Rencana panggung kesenian/pertunjukan/amfiteater dapat digunakan untuk pertunjukan-pertunjukan yang berbasis budaya masyarakat atau kesenian tradisional” sebanyak 33% responden menyatakan setuju, 47% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 10% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 10% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 82 Persepsi Pengunjung Terhadap Fungsi Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	3	10%
Diperlukan	4	10	33%
Cukup Diperlukan	3	14	47%
Tidak Diperlukan	2	3	10%
Sangat Tidak Diperlukan	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

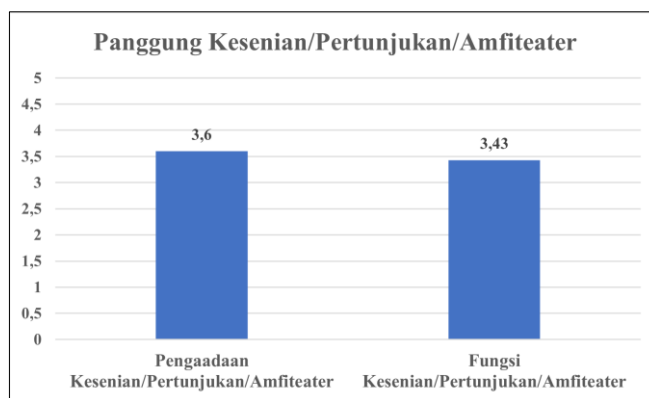
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel rencana panggung kesenian/pertunjukan/amfiteater sebesar 3,52**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan diperlukan**. Hal tersebut dapat dilihat dari rencana atraksi budaya yang perlu dihadirkan sehingga pengadaan panggung kesenian/pertunjukan/amfiteater cukup diperlukan sebagai penunjang atau lokasi terselenggaranya rencana atraksi budaya.

*“Konsep panggung kesenian seperti di Uluwatu, Bali yang dapat menjadi referensi pengembangan panggung eksternal/outdoor”
(KA/AM15/R9)*

Tabel 4. 83 Nilai Rata-Rata Variabel Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana Panggung Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater	Pengadaan Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater	3,60	Diperlukan
	Fungsi Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater	3,43	Diperlukan
Rata-Rata		3,52	Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 35 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Panggung Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater

n. Rencana *Broadwalk*

Pada variabel rencana *broadwalk*, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu penyediaan jalur *broadwalk* serta desain *broadwalk* ramah untuk semua kalangan. Pada pernyataan “Rencana *broadwalk* di kawasan pantai diperlukan untuk memudahkan wisatawan menyusuri pesisir tanpa merusak vegetasi dan ekosistem pantai” sebanyak 17% responden menyatakan setuju dan 30% responden menyatakan cukup diperlukan. Sementara itu, 37% responden menyatakan tidak diperlukan dan 17% responden menyatakan sangat tidak diperlukan dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 84 Persepsi Pengunjung Terhadap Penyediaan Jalur *Broadwalk*

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	5	17%
Cukup Diperlukan	3	9	30%
Tidak Diperlukan	2	11	37%
Sangat Tidak Diperlukan	1	5	17%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai desain *rencana broadwalk* ramah untuk semua kalangan, yaitu “Rencana *broadwalk* perlu didesain ramah bagi semua pengunjung termasuk anak-anak, lansia, dan difabel, dengan pegangan tangan, pencahayaan, dan papan interpretasi” sebanyak 17% responden menyatakan diperlukan dan 27% responden menyatakan cukup diperlukan. Sementara itu, 40% responden menyatakan tidak diperlukan dan 17% responden menyatakan sangat tidak diperlukan dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 85 Persepsi Pengunjung Terhadap Desain *Broadwalk* Ramah Untuk Semua Kalangan

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	5	17%
Cukup Diperlukan	3	8	27%
Tidak Diperlukan	2	12	40%
Sangat Tidak Diperlukan	1	5	17%
Total		30	100%

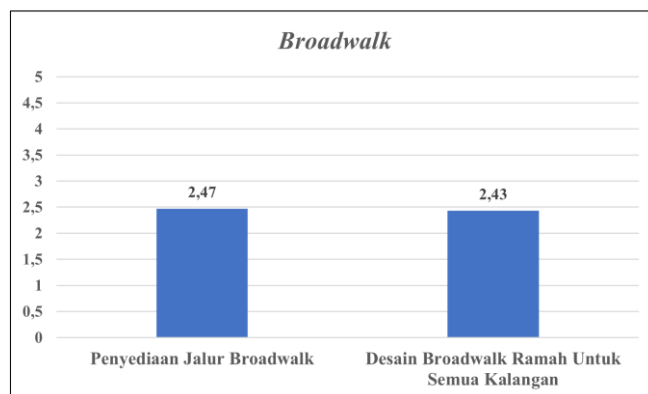
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel rencana *broadwalk* sebesar 2,45**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 1,80 – 2,59 dan **dinyatakan tidak diperlukan**.

Tabel 4. 86 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana *Broadwalk*

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana <i>Broadwalk</i>	Penyediaan Jalur Rencana <i>Broadwalk</i>	2,47	Tidak Diperlukan
	Desain Rencana <i>Broadwalk</i> Ramah Untuk Semua Kalangan	2,43	Tidak Diperlukan
Rata-Rata		2,45	Tidak Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 36 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana *Broadwalk*

o. Rencana Talud

Pada variabel rencana talud, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pengadaan talud serta fungsi talud. Pada pernyataan kedua yaitu “Diperlukan pembangunan talud sebagai dinding pelindung pantai terhadap erosi dan limpasan gelombang ke darat” sebanyak 3% responden menyatakan diperlukan dan 23% responden menyatakan cukup diperlukan. Namun, terdapat 43% responden menyatakan tidak diperlukan dan 30% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 87 Persepsi Pengunjung Terhadap Pengadaan Talud

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	1	3%
Cukup Diperlukan	3	7	23%
Tidak Diperlukan	2	13	43%
Sangat Tidak Diperlukan	1	9	30%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai fungsi rencana talud, yaitu “Keberadaan rencana talud di kawasan wisata pantai akan meningkatkan rasa aman dan kenyamanan saya saat berkunjung” sebanyak 3% responden menyatakan diperlukan dan 23% responden menyatakan cukup diperlukan. Sementara itu, terdapat 47% responden menyatakan tidak diperlukan dan 27% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 88 Persepsi Pengunjung Terhadap Fungsi Talud

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	1	3%
Cukup Diperlukan	3	7	23%
Tidak Diperlukan	2	14	47%
Sangat Tidak Diperlukan	1	8	27%
Total		30	100%

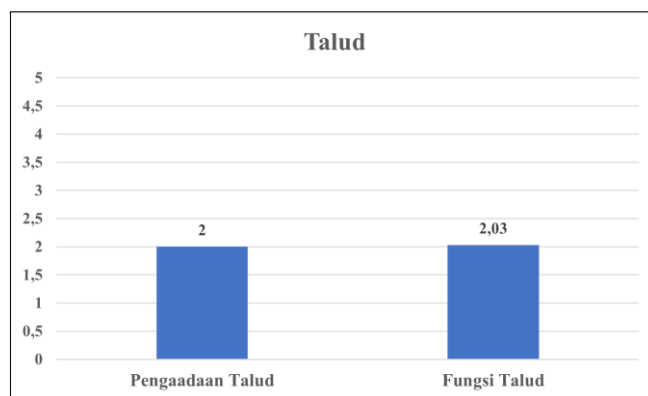
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel rencana talud sebesar 2,02**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 1,80 – 2,59 dan **dinyatakan tidak diperlukan**. Walaupun rencana talud dapat digunakan sebagai dinding penahan gelombang dan abrasi, bagi pengunjung pembangunan talud belum diperlukan.

Tabel 4. 89 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Talud

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana Talud	Pengadaan Rencana Talud	2,00	Tidak Diperlukan
	Fungsi Rencana Talud	2,03	Tidak Diperlukan
Rata-Rata		2,02	Tidak Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 37 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Talud

p. Rencana Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)

Pada variabel rencana titik labuh/singgah kapal layar (yacht), terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pembangunan titik labuh/singgah kapal layar (yacht) serta fasilitas titik labuh/singgah kapal layar (yacht). Pada pernyataan “Diperlukan pembangunan titik labuh/singgah kapal layar (yacht) yang mendukung pergerakan wisatawan yang ingin berekreasi dari satu tempat ke tempat lain pada suatu wilayah perairan” sebanyak 20% responden menyatakan cukup diperlukan. Sementara itu, terdapat 50% responden menyatakan tidak diperlukan dan 30% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 90 Persepsi Pengunjung Terhadap Pembangunan Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	0	0%
Cukup Diperlukan	3	6	20%
Tidak Diperlukan	2	15	50%
Sangat Tidak Diperlukan	1	9	30%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai fasilitas rencana titik labuh/singgah kapal layar (yacht), yaitu “Pada titik labuh/singgah kapal layar (yacht) diperlukan *local assistant* (diutamakan penduduk lokal) yang membantu para pelayar untuk memberikan bantuan pelayanan dan informasi selama tinggal di titik labuh,” sebanyak 17% responden menyatakan cukup diperlukan. Terdapat 57% responden menyatakan tidak diperlukan dan 27% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 91 Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	0	0%
Cukup Diperlukan	3	5	17%
Tidak Diperlukan	2	17	57%
Sangat Tidak Diperlukan	1	8	27%
Total		30	100%

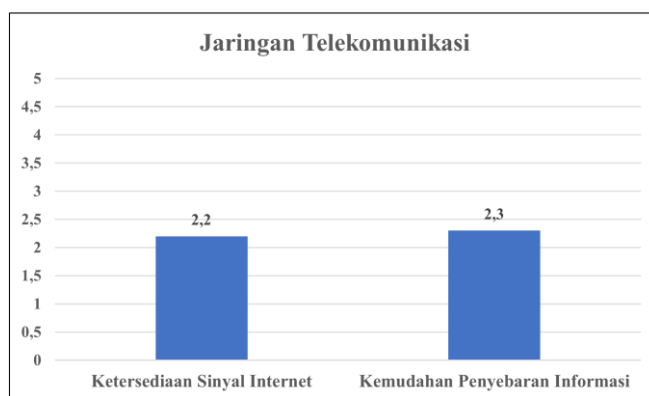
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel rencana titik labuh/singgah kapal layar (yacht) sebesar 1,90**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 1,80 - 2,59 dan **dinyatakan tidak diperlukan**.

Tabel 4. 92 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)	Pembangunan Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)	1,90	Tidak Diperlukan
	Fasilitas Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)	1,90	Tidak Diperlukan
Rata-Rata		1,90	Tidak Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 38 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)

q. Rencana Dermaga Wisata

Pada variabel rencana dermaga wisata, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pembangunan dermaga wisata serta prasarana pelengkap dermaga wisata. Pada pernyataan “Diperlukan pembangunan dermaga wisata sebagai terminal khusus dan/atau terminal untuk kepentingan sendiri untuk menunjang kegiatan pariwisata yang menyediakan tempat, fasilitas, dan aktivitas bertambat kapal wisata di wilayah

perairan” sebanyak 20% responden menyatakan cukup diperlukan. Terdapat 57% responden menyatakan tidak diperlukan, dan 23% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 93 Persepsi Pengunjung Terhadap Pembangunan Dermaga Wisata

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	0	0%
Cukup Diperlukan	3	6	20%
Tidak Diperlukan	2	17	57%
Sangat Tidak Diperlukan	1	7	23%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai prasarana pelengkap dermaga wisata, yaitu “Pembangunan dermaga wisata harus sesuai standar sarana dan prasarana pelengkap (pagar keamanan, peralatan penyelamatan, dan sebagainya)” sebanyak 20% responden menyatakan cukup diperlukan. Sementara itu, terdapat 50% responden menyatakan tidak diperlukan dan 20% responden menyatakan sangat tidak diperlukan.

Tabel 4. 94 Persepsi Pengunjung Terhadap Prasarana Pelengkap Dermaga Wisata

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	0%
Diperlukan	4	0	0%
Cukup Diperlukan	3	6	20%
Tidak Diperlukan	2	15	50%
Sangat Tidak Diperlukan	1	9	30%
Total		30	100%

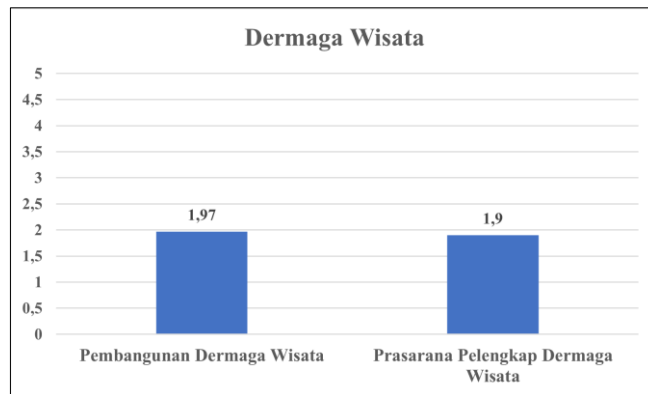
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel rencana dermaga wisata sebesar 1,93**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 1,80 – 2,59 dan **dinyatakan tidak diperlukan**

Tabel 4. 95 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Dermaga Wisata

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana Dermaga Wisata	Pembangunan Dermaga Wisata	1,97	Tidak Diperlukan
	Prasarana Pelengkap Dermaga Wisata	1,90	Tidak Diperlukan
Rata-Rata		1,93	Tidak Diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4.39 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Dermaga Wisata

4.3.4 Aksesibilitas

a. Jaringan Jalan

Pada variabel jaringan jalan, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu kondisi permukaan jalan serta kenyamanan penggunaan jalan. Pada pernyataan “Jaringan jalan menuju kawasan wisata pantai sudah memadai untuk dilalui kendaraan wisatawan.”, sebanyak 43% responden menyatakan setuju, 43% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 3% responden menyatakan sangat setuju. Namun, 10% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.96 Persepsi Pengunjung Terhadap Kondisi Permukaan Jalan

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	1	3%
Setuju	4	13	43%
Netral/cukup setuju	3	13	43%
Tidak Setuju	2	3	10%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai kenyamanan penggunaan jalan, yaitu “Kondisi jalan (permukaan, lebar, dan rambu) mendukung kenyamanan serta keamanan wisatawan saat berkunjung” sebanyak 63% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 33% responden menyatakan setuju. Sementara itu, 3% responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan di atas.

Tabel 4.97 Persepsi Pengunjung Terhadap Kenyamanan Penggunaan Jalan

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	10	33%
Netral/cukup setuju	3	19	63%

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Tidak Setuju	2	1	3%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

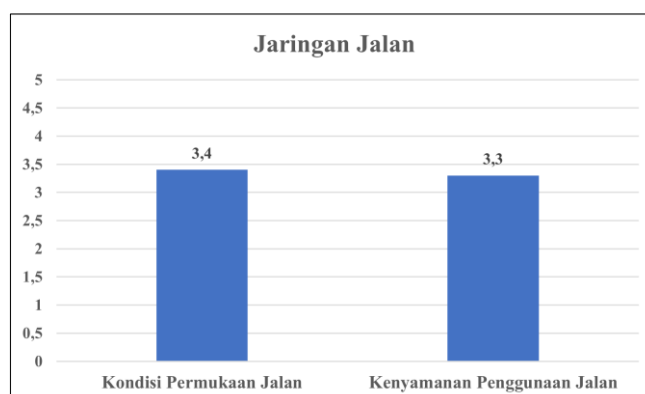
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel jaringan jalan sebesar 3,35**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Dari beberapa titik akses jalan menuju kawasan wisata sudah dikatakan baik dan nyaman digunakan. Pada saat penulis melakukan pengambilan data kuesioner, untuk akses jalan yang berasal dari arah Kantor Kecamatan Ambal masih cenderung buruk. Namun, saat ini pada bulan Oktober 2025 telah dilakukan perbaikan.

Tabel 4. 98 Nilai Rata-Rata Variabel Jaringan Jalan

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Jaringan Jalan	Kondisi Permukaan Jalan	3,40	Baik
	Kenyamanan Penggunaan Jalan	3,30	Baik
Rata-Rata		3,35	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 40 Nilai Rata-Rata Variabel Jaringan Jalan

b. Rencana Moda Transportasi Umum

Pada variabel rencana moda transportasi umum, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pengadaan transportasi umum serta integrasi transportasi umum dengan rute wisata. Pada pernyataan “Diperlukan moda transportasi umum (seperti angkutan desa, bus wisata, *shuttle*) ke kawasan ini”, sebanyak 20% responden menyatakan diperlukan, 13% responden menyatakan cukup diperlukan dan 3% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, 57% responden menyatakan tidak diperlukan dan 7% responden menyatakan sangat tidak diperlukan dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 99 Persepsi Pengunjung Terhadap Pengadaan Transportasi Umum

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	0	3%
Diperlukan	4	6	20%
Cukup Diperlukan	3	4	13%
Tidak Diperlukan	2	17	57%
Sangat Tidak Diperlukan	1	2	7%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai integrasi transportasi umum dengan rute wisata, yaitu “Perlu adanya integrasi moda transportasi umum dengan rute wisata yang mudah diakses oleh pengunjung” sebanyak 23% responden menyatakan diperlukan, 13% responden menyatakan netral/cukup setuju, dan 7% responden menyatakan sangat diperlukan. Sementara itu, 57% responden menyatakan tidak diperlukan dengan pernyataan di atas.

Tabel 4. 100 Persepsi Pengunjung Terhadap Integrasi Transportasi Umum dengan Rute Wisata

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Diperlukan	5	2	7%
Diperlukan	4	7	23%
Cukup Diperlukan	3	4	13%
Tidak Diperlukan	2	17	57%
Sangat Tidak Diperlukan	1	0	0%
Total		30	100%

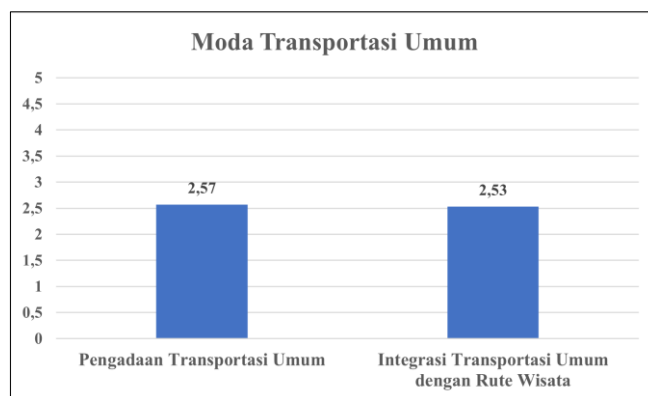
Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel rencana moda transportasi umum sebesar 2,55**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 1,80 – 2,59 dan **dinyatakan tidak diperlukan**. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung, disampaikan bahwa pengadaan moda transportasi umum tidak diperlukan dan tidak menjadi urgensi dikarenakan pengunjung lebih nyaman menggunakan kendaraan milik pribadi.

Tabel 4. 101 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Moda Transportasi Umum

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Rencana Moda Transportasi Umum	Pengadaan Transportasi Umum	2,57	Cukup Diperlukan
	Integrasi Transportasi Umum dengan Rute Wisata	2,53	Tidak diperlukan
Rata-Rata		2,55	Tidak diperlukan

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 41 Nilai Rata-Rata Variabel Rencana Moda Transportasi Umum

4.3.5 Attitude (Sikap)

a. Sikap pengelola wisata

Pada variabel sikap pengelola wisata, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu pengelola ramah dan sopan serta pelayanan yang dirasakan pengunjung. Pada pernyataan “Pengelola desa wisata dan masyarakat (pelaku usaha) bersikap ramah, sopan, dan membantu selama kunjungan saya” sebanyak 40% responden menyatakan setuju, 40% responden menyatakan sangat setuju dan 20% responden menyatakan netral/cukup setuju.

Tabel 4. 102 Persepsi Pengunjung Terhadap Kondisi Wisata Bersih dan Sejuk

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	12	40%
Setuju	4	12	40%
Netral/cukup setuju	3	6	20%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai pelayanan yang dirasakan pengunjung, yaitu “Saya merasa dilayani dengan baik oleh pengelola desa wisata maupun masyarakat (pelaku usaha) selama berkunjung” sebanyak 53% responden menyatakan setuju, 23% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 23% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 103 Persepsi Pengunjung Terhadap Wisata Tertib dan Aman

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	7	23%
Setuju	4	16	53%
Netral/cukup setuju	3	7	23%

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

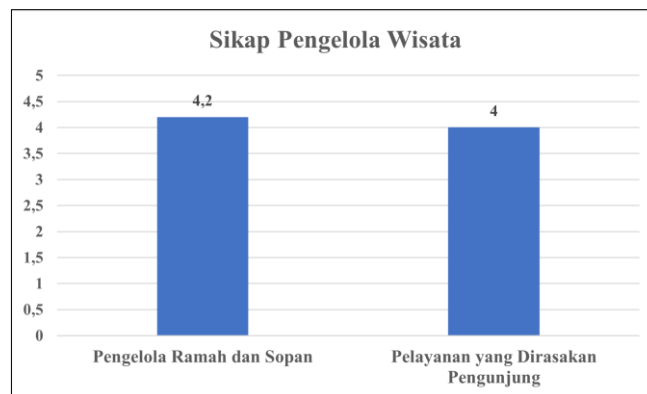
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel informasi wisata sebesar 4,10**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Hal tersebut didukung dengan sikap ramah pengelola wisata yang diterima oleh pengunjung.

“Untuk pelaku usaha sudah kita lakukan untuk selalu berkoordinasi dan berkomunikasi. Setiap 6 bulan itu kami lakukan evaluasi dan monitoring. Kami selalu menanamkan kepada pelaku usaha bahwasanya tempat usaha di disini merupakan tempat untuk mencari penghidupan tetapi tetap menanamkan rasa tanggungjawab”
(W/AI1/Mo/11/7 Agustus 2025)

Tabel 4. 104 Nilai Rata-Rata Variabel Sikap Pengelola Wisata

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Sikap Pengelola Wisata	Pengelola Ramah dan Sopan	4,20	Baik
	Pelayanan yang Dirasakan Pengunjung	4,00	Baik
Rata-Rata		4,10	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 42 Nilai Rata-Rata Variabel Sikap Pengelola Wisata

4.3.6 Ambience (Suasana)

a. Suasana di Lokasi Wisata

Pada variabel suasana di lokasi wisata, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu kondisi wisata bersih dan sejuk serta wisata tertib dan aman. Pada pernyataan “Lingkungan wisata bersih, sejuk, dan indah sehingga memberikan kenyamanan selama berkunjung” sebanyak 53% responden menyatakan setuju, 30% responden

menyatakan sangat setuju dan 13% responden menyatakan netral/cukup setuju. Sementara itu, 3% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 105 Persepsi Pengunjung Terhadap Kondisi Wisata Bersih dan Sejuk

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	9	30%
Setuju	4	16	53%
Netral/cukup setuju	3	4	13%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	3%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai wisata tertib dan aman, yaitu “Suasana wisata tertib dan aman didukung oleh pengelola wisata dan masyarakat sekitar, memberikan kesan positif kepada wisatawan yang datang” sebanyak 70% responden menyatakan netral/cukup setuju, 13% responden menyatakan setuju dan 13% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, terdapat 1 orang responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 106 Persepsi Pengunjung Terhadap Wisata Tertib dan Aman

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	4	13%
Setuju	4	21	70%
Netral/cukup setuju	3	4	13%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	1	3%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

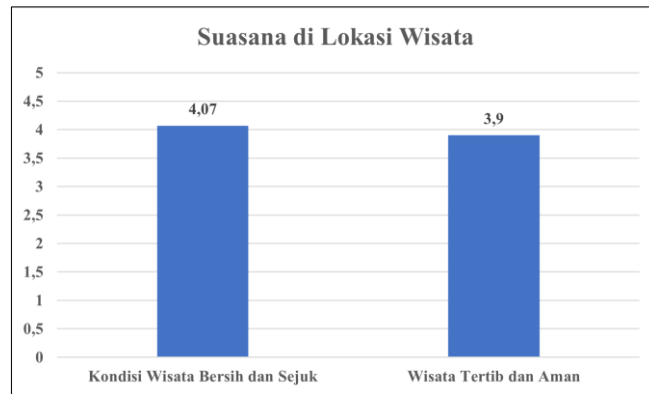
Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel suasana di lokasi wisata sebesar 3,98**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Hal tersebut didukung dengan tersedia kantong-kantong sampah dalam jumlah yang memadai dan didukung rasa tertib dan aman pengunjung oleh pengelola wisata.

“Infonya dari pengunjung, pengunjung merasa nyaman. Space khusus untuk pengunjung itu teduh sehingga nyaman untuk bersantai, dan tidak adanya pengamen, dan tidak ada pengemis yang beroperasi di Pantai Mliwis” (W/AB1/Ma/12/25 Juli 2025)

Tabel 4. 107 Nilai Rata-Rata Variabel Suasana di Lokasi Wisata

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Suasana di Lokasi Wisata	Kondisi Wisata Bersih dan Sejuk	4,07	Baik
	Wisata Tertib dan Aman	3,90	Baik
Rata-Rata		3,98	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 43 Nilai Rata-Rata Variabel Suasana di Lokasi Wisata

4.3.7 Akselerator

a. Informasi Wisata

Pada variabel informasi wisata, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu kemudahan memperoleh informasi wisata serta kelengkapan informasi wisata. Pada pernyataan “Informasi tentang kawasan wisata mudah ditemukan secara *online* (*website*, media sosial, dan sebagainya)” sebanyak 47% responden menyatakan netral/cukup setuju setuju, 37% responden menyatakan setuju dan 10% responden menyatakan sangat setuju. Sementara itu, 7% responden menyatakan tidak setuju.

Tabel 4. 108 Persepsi Pengunjung Terhadap Kemudahan Memperoleh Informasi Wisata

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	3	10%
Setuju	4	11	37%
Netral/cukup setuju	3	14	47%
Tidak Setuju	2	2	7%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai kelengkapan informasi wisata, yaitu “Informasi yang tersedia memuat penjelasan lengkap mengenai fasilitas, tiket, dan akses kawasan wisata” sebanyak 63% responden menyatakan netral/cukup setuju, 33% responden menyatakan setuju dan 3% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4. 109 Persepsi Pengunjung Terhadap Kelengkapan Informasi Wisata

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	1	3%
Setuju	4	10	33%
Netral/cukup setuju	3	19	63%
Tidak Setuju	2	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel informasi wisata sebesar 3,45**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 3,40 – 4,19 dan **dinyatakan baik**. Informasi wisata mudah ditemui di media sosial dan cukup lengkap seperti daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas wisata. Penyebaran informasi wisata selain dilakukan oleh pengelola Pantai Mliwis, juga dibantu oleh pengunjung/*influencer* dan pemerintah daerah.

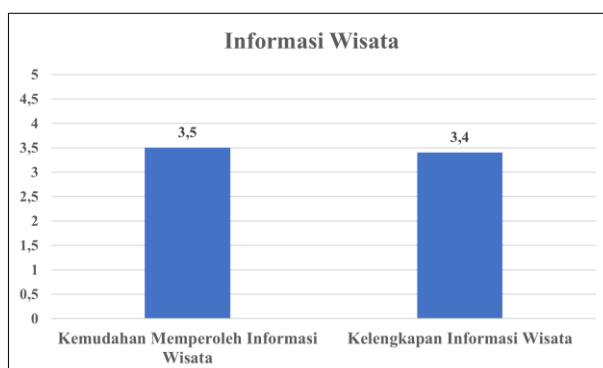
“Kalau untuk promosi kami ada mbak, instagramnya di @pantaimliwisofficial. Tetapi memang belum terkelola dengan baik”
(W/AC1/Ma/13/25 Juli 2025)

“Biasanya justru untuk promosi itu dibantu dari pengunjung yang posting, seperti di Instagram. Nah biasanya itu posting dan tag Instagram Pantai Mliwis” (W/AC1/T/13/25 Juli 2025)

Tabel 4. 110 Nilai Rata-Rata Variabel Informasi Wisata

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Informasi Wisata	Kemudahan Memperoleh Informasi Wisata	3,50	Baik
	Kelengkapan Informasi Wisata	3,40	Baik
Rata-Rata		3,45	Baik

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 44 Nilai Rata-Rata Variabel Informasi Wisata

b. Bentuk Promosi

Pada variabel bentuk promosi, terdapat dua indikator yang digunakan yaitu upaya promosi wisata serta dampak promosi terhadap minat berwisata. Pada pernyataan “Kawasan wisata dipromosikan secara aktif melalui *digital* marketing (media sosial, brosur, iklan *digital*)” sebanyak 40% responden menyatakan netral/cukup setuju dan 10% responden menyatakan setuju. Sementara itu, 37% responden menyatakan tidak setuju dan 13% responden menyatakan sangat setuju pernyataan di atas.

Tabel 4. 111 Persepsi Pengunjung Terhadap Promosi Wisata Melalui *Digital Marketing*

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	3	10%
Netral/cukup setuju	3	12	40%
Tidak Setuju	2	11	37%
Sangat Tidak Setuju	1	4	13%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Pada pernyataan kedua mengenai dampak promosi terhadap minat berwisata, yaitu “Promosi desa wisata melibatkan kerja sama dengan pihak lain (pemerintah daerah, agen perjalanan, komunitas wisata, dan sebagainya)” sebanyak 33% responden menyatakan setuju dan 7% responden menyatakan setuju. Sementara itu, terdapat 40% responden menyatakan tidak setuju dan 20% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 112 Persepsi Pengunjung Terhadap Kerja Sama *Stakeholder* untuk Promosi

Persepsi	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	0	0%
Setuju	4	2	7%
Netral/cukup setuju	3	10	33%
Tidak Setuju	2	12	40%
Sangat Tidak Setuju	1	6	20%
Total		30	100%

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan perhitungan dari kedua indikator, didapatkan nilai rata-rata untuk **variabel bentuk promosi sebesar 2,34**. Nilai tersebut berada pada kelompok interval 1,80 – 2,59 dan **dinyatakan cukup buruk**. Hal tersebut didukung dengan tersedianya platform media sosial Instagram yang dikelola oleh Pokdarwis dan dukungan promosi dan pemasaran oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kabupaten Kebumen. Namun, hal tersebut masih dinilai belum baik, karena informasi tersebut belum maksimal untuk sampai ke pengunjung.

“Perlu di promosikan di media elektronik” (K/AC2/R2)

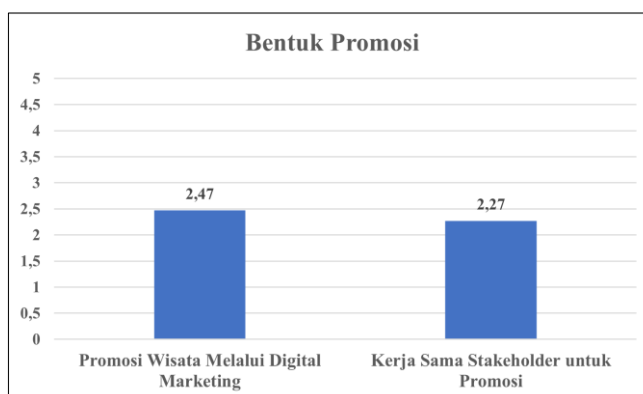
“Media sosial, travel agent, pemda dapat dioptimalkan” (K/AC2/R9)

“Kami memang fokus ketika memang ada momen harus posting. Kalau enggak ya enggak. Jadi relatif. Mungkin itu bisa jadi hambatan. Tetapi sesungguhnya itu menjadi kebijakan kami. Tahun 2025 ini kita bikin bisa level ketiganya. Level pertamanya kan @disparbud.kebumenkab. Level kedua @plesirbumen. Nah, level ketiganya ada namanya @kondobumen, ini media sosial yang kita kembangkan versi sekarang, tetapi dia memang sasarannya adalah content creator. Jadi kalau paling utama yang sifatnya kebijakan itu kita posting di @disparbud.kebumenkab. Kalau ajakan para wisata itu di @plesirbumen. Nah, kalau konten yang seru-seruan itu di @kondobumen” (W/AC2/L/14/7 Agustus 2025)

Tabel 4. 113 Nilai Rata-Rata Variabel Bentuk Promosi

Variabel	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
Bentuk Promosi	Promosi Wisata Melalui Digital Marketing	2,47	Buruk
	Kerja Sama Stakeholder untuk Promosi	2,27	Buruk
Rata-Rata		2,37	Buruk

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 45 Nilai Rata-Rata Variabel Bentuk Promosi

4.4 Temuan Studi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa pengembangan Pantai Mliwis yang berada di Desa Wisata Kenoyojayan mengacu pada tujuh aspek pengembangan pariwisata belum optimal. Melalui hasil perhitungan kuesioner, ditemukan temuan studi didapatkan nilai rata-rata variabel yang dapat dilihat pada **Tabel 4.117**. Untuk variabel eksisting yang dilakukan pengembangan yaitu variabel dengan keterangan sangat buruk, buruk dan cukup baik. Sementara itu, untuk variabel rencana yang akan dilakukan perencanaan yaitu variabel dengan keterangan cukup diperlukan, diperlukan dan sangat diperlukan. Namun, dari hasil tersebut, perlu dilakukan kompilasi dan pertimbangan dengan hasil analisis penulis, hasil kuesioner responden, hasil wawancara dengan *stakeholder* terkait, dan Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2022.

Tabel 4. 114 Hasil Perhitungan Kuesioner Untuk Variabel Eksisting

Aspek	Variabel	Indikator	Rata-Rata Indikator	Rata-Rata Variabel	Keterangan
Atraksi	Keindahan Alam	Pemandangan Alam	3,57	3,57	Baik
		Pengalaman Wisata	3,57		
	Spot Foto	Ketersediaan Spot Foto	3,57	3,45	Baik
		Lokasi Spot Foto	3,33		
Aktivitas	ATV Ride	Ketersediaan ATV Ride	3,93	3,88	Baik
		Jalur ATV Ride	3,83		
	Horse Riding	Ketersediaan Horse Riding	4,07	3,95	Baik
		Jalur Horse Riding	3,83		
	Berenang	Fasilitas Pendukung Berenang	4,00	3,93	Baik
		Lokasi Berenang	3,87		
Amenitas	Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)	Keberadaan Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)	2,83	2,73	Cukup Baik
		Sarana Pelengkap Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)	2,63		
	Toilet	Ketersediaan Toilet	3,53	3,35	Cukup Baik
		Kebersihan Toilet	3,17		

Aspek	Variabel	Indikator	Rata-Rata Indikator	Rata-Rata Variabel	Keterangan
	Tempat Parkir	Luas Tempat Parkir	4,03	4,02	Baik
		Pengelolaan Tempat Parkir	4,00		
	Tepat Ibadah	Kemudahan Akses Tempat Ibadah	3,97	3,95	Baik
		Kondisi Tempat Ibadah	3,93		
	Fasilitas Mitigasi dan Bencana Alam	Ketersediaan Rambu Dan Informasi Bencana.	3,37	3,25	Cukup Baik
		Perlengkapan Tanggap Darurat.	3,13		
	Fasilitas Kebersihan	Ketersediaan Tempat Sampah	3,23	2,93	Cukup Baik
		Keberadaan Tempat Sampah Terpilah	2,63		
	Penataan Lanskap	Kesesuaian Vegetasi	3,50	3,15	Cukup Baik
		Penataan Fasilitas	2,80		
	Gazebo	Ketersediaan Gazebo	4,23	4,22	Baik
		Kondisi Gazebo	4,20		
	Plaza/Area Pengunjung	Lokasi Plaza	3,93	3,78	Baik
		Fasilitas Plaza	3,63		
	Plaza Kuliner	Pilihan Makanan	4,00	4,03	Baik
		Lokasi Plaza	4,07		
	Kios Cendera Mata	Ketersediaan Kios Cendera Mata	2,97	2,98	Cukup Baik
		Lokasi Kios Cendera Mata	3,00		
	Menara Pandang	Fungsi Menara Pandang	3,23	3,22	Cukup Baik
		Lokasi Menara Pandang	3,20		
	Jaringan Listrik	Ketersediaan Jaringan Listrik	2,63	2,43	Buruk
		Ketersediaan Fasilitas Charging	2,23		
	Jaringan Telekomunikasi	Ketersediaan Sinyal Internet	2,20	2,25	Buruk
		Kemudahan Penyebaran Informasi	2,30		

Aspek	Variabel	Indikator	Rata-Rata Indikator	Rata-Rata Variabel	Keterangan
Aksesibilitas	Jaringan Jalan	Kondisi Permukaan Jalan	3,40	3,35	Baik
		Kenyamanan Penggunaan Jalan	3,30		
Attitude (Sikap)	Sikap Pengelola Wisata	Pengelola Ramah dan Sopan	4,20	4,10	Baik
		Pelayanan yang Dirasakan Pengunjung	4,00		
Ambience (Suasana)	Suasana di Lokasi Wisata	Kondisi Wisata Bersih dan Sejuk	4,07	3,98	Baik
		Wisata Tertib dan Aman	3,90		
Akselerator	Informasi Wisata	Kemudahan Memperoleh Informasi Wisata	3,50	3,45	Baik
		Kelengkapan Informasi Wisata	3,40		
	Bentuk Promosi	Promosi Wisata Melalui Digital Marketing	2,47	2,37	Buruk
		Kerja Sama Stakeholder untuk Promosi	2,27		

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan hasil rata-rata perhitungan variabel eksising, aspek atraksi yang terdiri dari variabel keindahan alam dan spot foto menunjukkan hasil yang sudah baik. Pemandangan alam yang tersaji indah dan menarik sehingga memberikan pengalaman wisata yang memuaskan. Spot foto yang disediakan bertuliskan “Pantai Mliwis” dengan latar belakang pasir hitam eksotis dan deburan ombak menawarkan pesona alami yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Aspek aktivitas di dalamnya terdapat 3 variabel yaitu *ATV ride*, *horse riding*, dan berenang di berenang yang disewakan pelaku usaha setempat. Untuk ketiga variabel aktivitas mendapatkan nilai baik. Namun, terdapat usulan oleh pengunjung bahwasanya penyewaan ATV masih perlu ditingkatkan kualitasnya dengan memperpanjang lintasan ATV.

Terdapat 12 variabel pada aspek amenitas wisata, 4 diantaranya bernilai baik, 6 bernilai cukup baik, dan 2 bernilai buruk. Fasilitas bernilai baik diantaranya tempat parkir, tempat ibadah, gazebo, plaza kuliner dan plaza/area pengunjung. Tempat parkir dinilai sudah cukup menampung kendaraan pengunjung. Apabila terjadi kepadatan pengunjung pada hari libur, sudah disediakan tempat parkir tambahan di sisi atas dekat dengan pintu keluar oleh

pengelola wisata. Fasilitas tempat ibadah berada pada lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh pengunjung. Di dalamnya dilengkapi dengan toilet, tempat wudu, dan perlengkapan ibadah baik untuk laki-laki maupun perempuan. Fasilitas lain dengan nilai baik yaitu gazebo. Gazebo di Pantai Mliwis ini tersedia kurang lebih sebanyak 30 gazebo dengan kondisi baik dan nyaman digunakan. Plaza kuliner tersedia dengan banyak pilihan makanan dan terdapat dalam satu zonasi. Fasilitas selanjutnya yang memiliki nilai baik yaitu plaza/area pengunjung. Plaza/area pengunjung dilengkapi dengan bangku taman yang tersebar merata dan tidak dipungut biaya apabila pengunjung ingin bersantai dan menggunakannya. Apabila pengunjung datang untuk *family gathering* atau dalam kelompok besar, dapat pula menyewa tikar sehingga dapat dengan nyaman bersantai. Fasilitas bernilai cukup baik diantaranya kantor pusat informasi wisata (TIC), toilet, fasilitas mitigasi dan bencana alam, fasilitas kebersihan, dan menara pandang. Untuk fasilitas kantor pusat informasi wisata (TIC) dinilai cukup baik karena lokasinya yang strategis sehingga mudah dicapai oleh pengunjung. Di sisi lain, kantor pusat informasi wisata (TIC) masih diperlukan perbaikan diantaranya membenahi fasilitas pelengkap kantor seperti sistem keamanan CCTV, peralatan pertama kecelakaan, dan *call center* apabila ditemukan kejadian yang membutuhkan urgensi untuk cepat ditangani. Toilet juga sudah bernilai cukup baik karena jumlahnya memadai. Namun, ke depannya dilakukan pengembangan seperti memperhatikan privasi dengan memisahkan toilet untuk laki-laki dan perempuan. Tersedia fasilitas mitigasi dan bencana alam berupa pelampung dan *life jacket*. Untuk fasilitas kebersihan, disediakan tempat sampah berupa kantong-kantong yang tersebar merata di plaza/area pengunjung dan plaza kuliner. Penataan lanskap bernilai cukup baik karena penataan vegetasi yang baik namun perlu adanya perbaikan papan informasi wisata. Di Pantai Mliwis ini juga dilengkapi dengan menara pandang yang juga difungsikan sebagai pos pantau keamanan. Fasilitas bernilai buruk yaitu jaringan listrik dan jaringan telekomunikasi. Ketersediaan jaringan listrik sudah bisa diakses di wisata ini, namun hanya diperuntukkan untuk kebutuhan operasional, sehingga belum tersedia fasilitas listrik yang bisa diakses pengunjung seperti fasilitas *charging*. Sementara itu, untuk jaringan telekomunikasi juga dinilai buruk karena tidak tersedianya sinyal internet di lokasi wisata. Hal tersebut menyebabkan pengunjung kesulitan untuk mengakses atau berbagi informasi melalui internet.

Aspek aksesibilitas yaitu jaringan jalan. Jaringan jalan menuju Pantai Mliwis bernilai baik, dilihat dari kondisi jalan yang baik dan dapat dilalui kendaraan dengan muatan besar. Untuk jalan di dalam kawasan pantai juga sudah baik karena mudah diakses dan berfungsi menghubungkan antar fasilitas di dalam kawasan wisata. Sikap pengelola wisata bernilai

baik dilihat dari pelayanan yang diterima oleh pengunjung. Suasanya di kawasan wisata juga baik didorong oleh atmosfer wisata yang sejuk dan rindang sehingga membuat suasana nyaman. Aspek akselerator terdiri dari 2 variabel yaitu informasi wisata dan bentuk promosi yang dilakukan oleh pengelola. Informasi wisata dinilai baik karena diukur dari kemudahan pengunjung memperoleh informasi wisata di media sosial. Informasi yang tersaji cukup lengkap karena berisi mengenai daya tarik, fasilitas, hingga aksesibilitas menuju lokasi wisata. Sedangkan untuk variabel bentuk promosi dinilai buruk. Walaupun sudah banyak informasi mengenai Pantai Mliwis, promosi yang dilakukan oleh pengelola mengenai Desa Wisata Kenoyojan belum cukup baik. Hal ini dapat dilihat melalui pengelolaan media sosial oleh pengelola wisata yang belum terorganisir dan belum terjalannya upaya promosi dengan agen wisata maupun pihak swasta.

Tabel 4. 115 Hasil Perhitungan Kuesioner Untuk Variabel yang Direncanakan

Aspek	Variabel	Indikator	Rata-Rata Indikator	Rata-Rata Variabel	Keterangan
Atraksi	Rencana atraksi budaya	Pertunjukkan Berkala	3,50	3,57	Diperlukan
		Pengemasan Pertunjukkan Menarik dan Edukatif	3,63		
Aktivitas	Rencana <i>Dive center</i> dan Perlengkapannya	Pembangunan Dive Center	2,33	2,37	Tidak Diperlukan
		Fasilitas Dive Center	2,40		
	Rencana <i>Surfing Center</i> dan Perlengkapannya	Pembangunan Surfing Center	2,83	2,82	Cukup Diperlukan
		Fasilitas Surfing Center	2,80		
	Rencana Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>)	Pengadaan Aktivitas Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>)	2,97	3,00	Cukup Diperlukan
		Pengalaman Wisata Perahu Berlantai Kaca (<i>Glass Bottom Boat</i>)	3,03		
	Rencana Perahu Wisata	Pengadaan Rencana Perahu Wisata	1,83	1,85	Tidak Diperlukan
		Pengalaman Wisata Perahu	1,87		

Aspek	Variabel	Indikator	Rata-Rata Indikator	Rata-Rata Variabel	Keterangan
		Wisata			
Amenitas	Rencana Panggung Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater	Pengadaan Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater	3,60	3,52	Diperlukan
		Fungsi Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater	3,43		
	Rencana <i>Broadwalk</i>	Penyediaan Jalur Rencana <i>Broadwalk</i>	2,47	2,45	Tidak Diperlukan
		Desain Rencana <i>Broadwalk</i> Ramah Untuk Semua Kalangan	2,43		
	Rencana Talud	Pengadaan Rencana Talud	2,00	2,02	Tidak Diperlukan
		Fungsi Rencana Talud	2,03		
	Rencana Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)	Pembangunan Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)	1,90	1,90	Tidak Diperlukan
		Fasilitas Titik Labuh/Singgah Kapal Layar (Yacht)	1,90		
	Rencana Dermaga Wisata	Pembangunan Rencana Dermaga Wisata	1,97	1,93	Tidak Diperlukan
		Prasarana Pelengkap Dermaga Wisata	1,90		
Aksesibilitas	Rencana Moda Transportasi Umum	Pengadaan Transportasi Umum	2,57	2,55	Tidak diperlukan
		Integrasi Transportasi Umum dengan Rute Wisata	2,53		

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

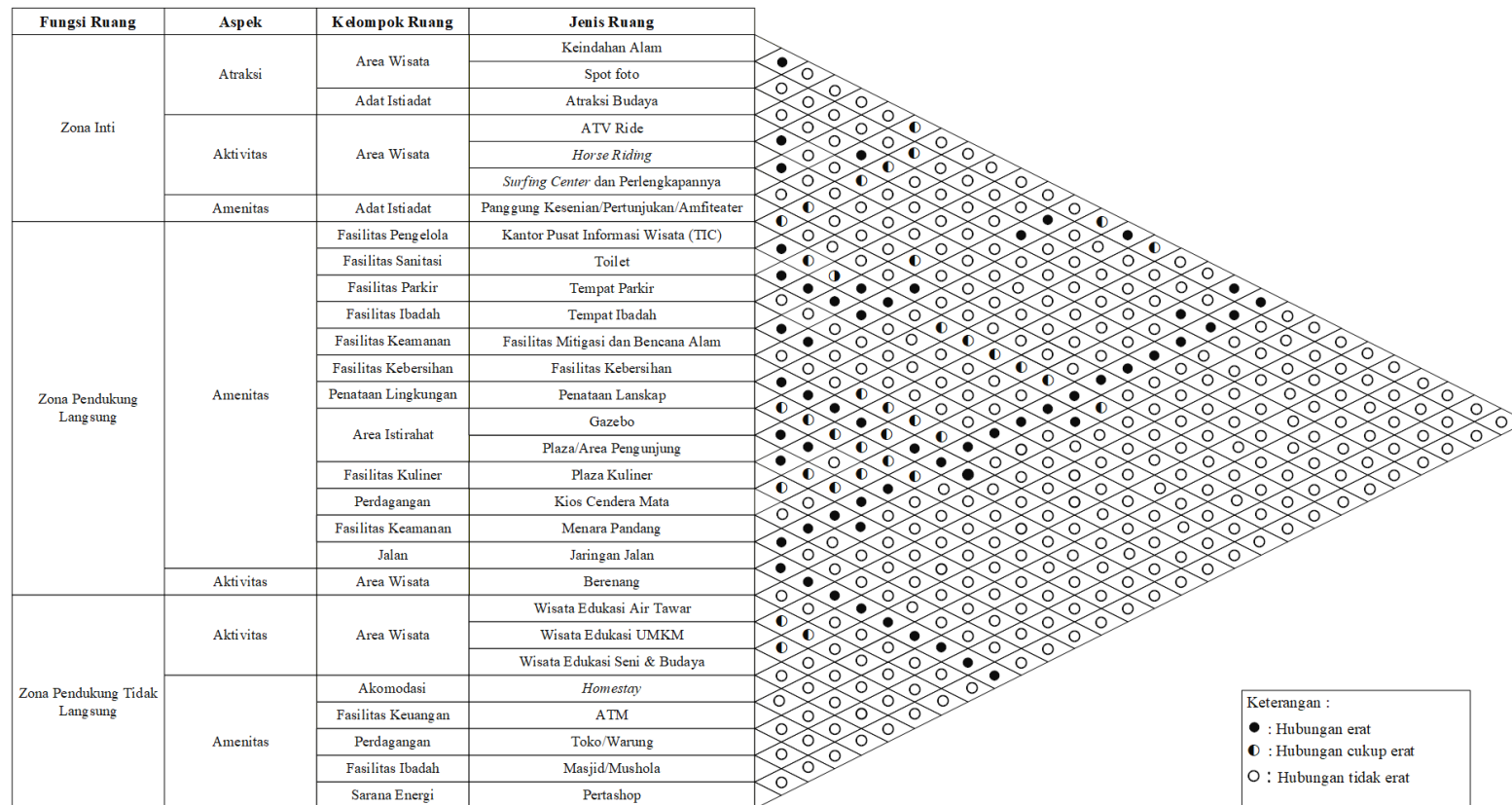
Perhitungan kuesioner juga dilakukan untuk menghitung rata-rata variabel yang direncanakan. Terdapat 11 variabel yang dikelompokkan ke dalam 4 aspek pengembangan pariwisata. Dari 11 variabel, ditemukan 2 variabel diperlukan, 2 variabel cukup diperlukan,

dan 7 variabel tidak diperlukan. Daya tarik berupa rencana atraksi budaya dinilai diperlukan karena belum adanya rencana atraksi budaya yang dilakukan secara rutin. Dengan diadakannya rencana atraksi budaya, diharapkan dapat menjadi daya tarik khususnya dapat menginterpretasikan budaya setempat melalui seni dan budaya. Variabel lain yang bernilai diperlukan yaitu panggung kesenian/pertunjukan/amfiteater, hal ini relevan dengan diperlukannya rencana atraksi budaya. Selain mendukung terlaksananya rencana atraksi budaya, rencana Panggung Kesenian/Pertunjukan/Amfiteater juga dapat difungsikan untuk kegiatan lain yang membutuhkan kapasitas ruang yang besar. Rencana *surfing center* dan perlengkapannya menjadi aktivitas yang diperlukan di kawasan ini. Hal ini dapat dipengaruhi karena masih terbatasnya aktivitas olahraga air di Kabupaten Kebumen. Berdasarkan hasil kuesioner, variabel rencana perahu berlantai kaca (*glass bottom boat*) bernilai cukup diperlukan. Namun jika melihat kondisi perairan pantai selatan Kabupaten Kebumen memiliki karakteristik gelombang tinggi dan terdapat *rip currents* atau arus retas, juga disebut arus balik yang cukup berbahaya (Wicaksono, 2023).

Di sisi lain, rencana perahu wisata, rencana broadwalk , rencana talud, rencana titik labuh/singgah kapal layar (yacht), dan rencana dermaga wisata dinilai tidak diperlukan karena dianggap kurang cocok dengan kondisi eksisiting Pantai Mliwis. Rencana lain terhadap aspek aksesibilitas yaitu rencana moda transportasi umu juga dinilai tidak diperlukan. Hal ini dilatarbelakangi pada perkembangan zaman, di mana banyak masyarakat memilih menggunakan pribadi daripada menggunakan transportasi umum karena dianggap lebih efektif dan mudah untuk mencapai lokasi wisata.

4.5 Analisis Hubungan Ruang

Hubungan antar ruang menunjukkan kedekatan dari setiap ruang pada kelompok kegiatan di suatu kawasan. Hal ini disebabkan oleh aktivitas pengunjung dan keterkaitan antar fungsi. Berikut merupakan matriks hubungan ruang di kawasan Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan.



Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Gambar 4. 46 Diagram Keterhubungan Antarruang/Menu Kegiatan Kawasan Wisata

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.

Berikut masing-masing keterhubungan antar ruang pada tiap zona kawasan wisata Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan yaitu :

1. Zona Inti

a. Keindahan Alam

Jenis ruang keindahan alam memiliki keterhubungan erat dengan jaringan jalan, spot foto, menara pandang, dan gazebo karena menjadi tempat yang digunakan pengunjung untuk menikmati keindahan alam (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Probolinggo, 2021).

b. Spot Foto

Ruang spot foto berhubungan erat dengan jaringan jalan karena harus berada pada lokasi yang mudah diakses pengunjung, berhubungan erat dengan keindahan alam dan menara pandang karena lokasinya yang menghadap langsung pada pemandangan laut (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Probolinggo, 2021).

c. Rencana atraksi budaya

Aktivitas rencana atraksi budaya memiliki hubungan erat dengan jaringan jalan, dan rencana panggung kesenian/pertunjukkan/amfiteater karena menjadi wadah dalam melaksanakan kegiatan budaya.

“Bisa dibuat panggung budaya misalnya tampilan tarian—tarian tiap weekend menarik juga” (K/AT3/R7).

d. ATV ride dan horse riding

ATV ride memiliki hubungan erat dengan jaringan jalan dan horse riding dikarenakan keduanya memiliki ruang lintasan yang sama. Untuk lintasannya sendiri, berada pada area sisi selatan gazebo atau dekat dengan garis pantai agar tidak merusak vegetasi dan mengganggu keselamatan pengunjung.

“Untuk pengunjung sendiri, kami ada jalur motor ATV dan kuda” (W/AK1/T/2/25 Juli 2025).

e. Rencana Panggung Kesenian/Pertunjukkan/Amfiteater

Panggung kesenian/pertunjukkan/amfiteater memiliki hubungan erat dengan jaringan jalan, dan rencana atraksi budaya karena pelaksanaannya dapat dilakukan pada jenis ruang ini. Panggung kesenian/pertunjukkan/amfiteater memiliki hubungan cukup erat dengan fasilitas kebersihan dan toilet sebagai sarana untuk sanitasi serta fasilitas mitigasi dan bencana alam sebagai pelengkap keamanan berdirinya suatu bangunan (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022).

2. Zona Pendukung Langsung

a. Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)

Bangunan TIC memiliki hubungan erat dengan toilet dan tempat ibadah. Kantor pusat informasi wisata (TIC) juga berhubungan cukup erat dengan fasilitas kebersihan, fasilitas mitigasi dan bencana alam, kios cendera mata, plaza/area pengunjung, dan tempat parkir. Pengadaan kantor pusat informasi wisata (TIC) menyediakan informasi mengenai kepariwisataan Pantai Mliwis, sehingga lokasinya harus strategis, dekat dengan fasilitas lain dan mudah diakses wisatawan (Mukarrama dkk., 2025).

b. Toilet

Toilet memiliki hubungan erat dengan jaringan jalan karena berada pada lokasi yang mudah diakses pengunjung. Selain itu, toilet juga memiliki hubungan erat dengan fasilitas kebersihan karena toilet umum sebaiknya dilengkapi dengan tempat sampah (Ardiansyah & Suparwoko, 2019). Toilet juga memiliki hubungan erat dengan kantor pusat informasi wisata (TIC), tempat ibadah, berenang, *homestay*, dan masjid karena menjadi bagian di dalam bangunan tersebut. Untuk jenis ruang yang memiliki hubungan cukup erat dengan toilet yaitu tempat parkir, fasilitas mitigasi bencana alam, plaza/area pengunjung, kios cendera mata (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022).

c. Tempat Parkir

Tempat parkir berhubungan erat dengan toilet, tempat ibadah, dan jaringan jalan. Sementara itu, tempat parkir berhubungan cukup erat dengan kantor pusat informasi wisata (TIC) fasilitas mitigasi dan bencana alam, serta fasilitas

kebersihan (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022).

d. Tempat Ibadah

Tempat ibadah memiliki hubungan erat dengan jaringan jalan, toilet, tempat parkir, dan kantor pusat informasi wisata (TIC). Hubungan cukup erat tempat ibadah dengan fasilitas lain yaitu fasilitas mitigasi bencana alam, plaza/area pengunjung, kios cendera mata, fasilitas kebersihan, plaza/area pengunjung, kios cendera mata, rencana panggung kesenian/pertunjukkan/amfiteater, dan rencana *surfing center* dan perlengkapannya. Hal ini didukung dengan keberadaan tempat ibadah yang digunakan sebagai sarana beribadah di sela-sela kegiatan yang dilakukan di lokasi wisata (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Probolinggo, 2021).

e. Fasilitas Mitigasi dan Bencana Alam

Fasilitas mitigasi dan bencana alam memiliki hubungan yang erat dengan jaringan jalan. Selain itu, fasilitas mitigasi dan bencana alam memiliki hubungan tidak erat dengan fasilitas kebersihan, *horse riding*, *ATV ride*, rencana atraksi budaya, dan keindahan alam karena tidak saling mempengaruhi. Sementara itu, fasilitas mitigasi dan bencana alam memiliki hubungan cukup erat dengan fasilitas yang belum disebutkan karena pada sarana tersebut merupakan tempat yang dapat digunakan pengunjung untuk berkumpul sehingga disarankan memiliki fasilitas mitigasi dan bencana alam untuk. Keselamatan dan keamanan wisatawan merupakan aspek penting dengan menyediakan rambu-rambu dan fasilitas mitigasi (Arianto dkk., 2022).

f. Penataan Lanskap

Penataan Lanskap yang meliputi penataan tanaman, lampu taman, dan papan informasi memiliki hubungan erat dengan jaringan jalan dan fasilitas kebersihan. Sementara itu, memiliki hubungan cukup erat dengan keindahan alam, gazebo, plaza/area pengunjung, plaza kuliner, kios cendera mata, dan merara pandang karena lokasinya yang berdekatan (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022).

g. Gazebo

Gazebo memiliki hubungan erat dengan plaza/area pengunjung dan jaringan jalan karena keberadaannya harus mudah diakses pengunjung. Sementara itu, gazebo memiliki hubungan cukup erat dengan plaza kuliner, fasilitas kebersihan dan fasilitas mitigasi dan bencana alam. Hal ini dikarenakan gazebo merupakan salah satu pilihan tempat berkumpul dan melakukan kegiatan santai bersama pengunjung sehingga keamanan, kenyamanan, dan kebersihan menjadi faktor yang harus diperhatikan (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Probolinggo, 2021)

h. Plaza/Area Pengunjung

Plaza/area pengunjung berhubungan erat dengan jaringan jalan, kios cendera mata, fasilitas kebersihan, dan gazebo. Beberapa fasilitas yang memiliki hubungan cukup erat dengan plaza/area pengunjung seperti fasilitas mitigasi dan bencana alam, toilet, tempat ibadah, dan kantor pusat informasi wisata (TIC). Hal ini dikarenakan plaza/area pengunjung merupakan area untuk aktivitas sosial pengunjung sehingga terjadi interaksi sesama pengunjung (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Probolinggo, 2021).

“Sangat diperlukan plaza agar pengunjung bisa mengadakan kegiatan seperti family gathering” (K/AM9/R9).

i. Plaza Kuliner

Plaza Kuliner memiliki hubungan erat dengan plaza/area pengunjung, gazebo, fasilitas kebersihan, berenang (kolam renang) dan jaringan jalan. Hal ini dikarenakan pengunjung dapat menerima makanan yang dipesan tanpa harus berada di plaza kuliner. Sementara itu, plaza kuliner berhubungan cukup erat dengan penataan lanskap, fasilitas mitigasi dan bencana alam, kantor pusat informasi wisata (TIC), dan kios cendera mata karena lokasinya yang berdekatan.

j. Kios Cendera Mata

Kios cendera mata memiliki hubungan yang erat dengan jaringan jalan dan plaza/area pengunjung karena lokasinya yang berdekatan dan saling mempengaruhi. Sementara itu, kios cendera mata memiliki hubungan yang cukup erat dengan fasilitas kebersihan, fasilitas mitigasi dan bencana alam, tempat ibadah, tempat parkir, kantor pusat informasi wisata (TIC), dan toilet (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor

3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022)

k. Menara Pandang

Menara pandang berhubungan erat dengan jaringan jalan sebagai aksesibilitas pengunjung. Menara pandang juga berhubungan erat dengan spot foto dan keindahan alam karena pengunjung dapat melihat panorama *sunrise* dan *sunset* sehingga pada menjadi waktu yang tepat untuk berfoto (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Probolinggo, 2021). Sementara itu, menara pandang memiliki hubungan cukup erat dengan fasilitas kebersihan dan fasilitas mitigasi dan bencana alam karena menjadi ruang yang digunakan pengunjung, sehingga untuk sanitasi dan keamanan perlu diperhatikan (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022)

l. Jaringan Jalan

Jenis ruang jaringan jalan dalam penelitian ini merupakan jaringan jalan menuju kawasan wisata dan jaringan jalan dalam kawasan wisata sebagai akses untuk menghubungkan sarana di Pantai Mliwis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa jaringan jalan memiliki keterkaitan erat dengan semua jenis ruang yang ada dalam kawasan wisata ini (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, 2022).

m. Berenang

Berenang yang berada dekat dengan plaza kuliner memiliki hubungan erat dengan plaza kuliner dan toilet, hal ini dikarenakan keberadaan berenang juga diikuti dengan ketersediaan kamar bilas/toilet.

“Mungkin wahana lain untuk anak-anak bisa juga berenang karena sepanjang pantai juga banyak dari pemilik warung itu menyediakan berenang” (W/AK1/T/2/25 Juli 2025)

3. Zona Pendukung Tidak Langsung

Terdapat wisata edukasi ikan air tawar, wisata edukasi UMKM, dan wisata edukasi seni dan budaya yang memiliki hubungan cukup erat karena memiliki keterkaitan sebagai aktivitas wisata. Ketiga aktivitas wisata tersebut memiliki hubungan erat dengan jaringan jalan sebagai aksesibilitas di area wisata.

4.6 Analisis Kebutuhan Ruang

Pada analisis kebutuhan ruang, dilakukan identifikasi fungsi ruang, kelompok ruang, jenis ruang, jenis kegiatan, karakteris subjek pengguna ruang, kapasitas ruang, jumlah pengunjung, standar kebutuhan ruang, hingga luas kebutuhan ruang. Klasifikasi fungsi ruang didasarkan pada teori Smith (1980) dalam (Fadhlurrachman dkk., 2022) yang membagi kawasan wisata menjadi tiga zona. Standar dalam penentuan kebutuhan ruang mengacu pada kompilasi dan pertimbangan dengan hasil analisis penulis, hasil kuesioner responden, hasil wawancara dengan *stakeholder* terkait, dan Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 3 Tahun 2022. Semetara itu, penentuan jumlah pengunjung harian rata-rata ini didapat melalui jumlah pengunjung Pantai Mliwis pada tahun 2023 yang didapatkan melalui telaah dokumen Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen kemudian dibagi dengan jumlah hari dalam rentang 1 tahun sebagai berikut.

Jumlah pengunjung Pantai Mliwis = $\frac{652.862}{365} = 1.789$ pengunjung/hari. Kebutuhan ruang dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Mliwis

Desa Wisata Kenoyojayan dapat dilihat pada **Tabel 4.119**

Tabel 4. 116 Kebutuhan Ruang Pengembangan Desa Wisata Kenoyojayan

Fungsi Ruang	Aspek	Kelompok Ruang	Jenis Ruang	Jenis Kegiatan	Karakt estik	Kapasitas	Jumlah Pengunjung	Luas/Unit (m ²)	Jumlah Unit	Total Luas (m ²)	Sumber Acuan	Keterangan
Zona Inti	Atraksi	Area Wisata	Keindahan Alam	Menikmati Pemandangan	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	-	-	-	-	Eksisting (mencukupi)
			Spot Foto	Berfoto	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	-	-	91 m ²	-	Eksisting (mencukupi)
		Adat Istiadat	Rencana atraksi budaya	Pertunjukan Kesenian	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	-	-	-	-	Rencana
	Aktivitas	Area Wisata	ATV Ride	Bermain ATV	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	-	-	2.952 m ²	-	Eksisting (tidak mencukupi)
			Horse Riding	Menunggang Kuda	Anak-Anak	-	1.789	-	-	2.952 m ²	-	Eksisting (tidak mencukupi)

Fungsi Ruang	Aspek	Kelompok Ruang	Jenis Ruang	Jenis Kegiatan	Karakt estik	Kapasitas	Jumlah Pengunjung	Luas/Unit (m ²)	Jumlah Unit	Total Luas (m ²)	Sumber Acuan	Keterangan
			Rencana <i>Surfing Center</i> dan perlengkapannya	Berolahraga	Dewasa	-	1.789	154 m ²	1	154 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Rencana
	Amenitas	Adat Istiadat	Rencana Panggung Kesenian/ Pertunjukan /Amfiteater	Pertunjukan Kesenian	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	• Plaza Amfiteater : 177,56 m² • Amfiteater : 207 m² • Panggung Kesenian/ • Pertunjukan : 28,9 m² • Bangunan (ruang ganti/ruang tunggu, ruang kontrol, dan gudang) : 9 m²	1	422,46 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Rencana
Zona Pendukung Langsung	Amenitas	Fasilitas Pengelola	Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)	Mendapatkan Informasi	Dewasa	10	1.789	150 m ²	1	150 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (tidak mencukupi)
		Fasilitas Sanitasi	Toilet	Sanitasi	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	46 m ²	15	690 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (tidak mencukupi)
		Fasilitas Parkir	Tempat Parkir	Parkir Kendaraan	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	Mobil (20 m ²) Motor (2 m ²)	Mobil (300) Motor (200)	6.400 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022 & Asumsu	Eksisting (mencukupi)
		Fasilitas Ibadah	Tempat Ibadah	Ibadah	Anak-Anak & Dewasa	50	1.789	91 m ²	1	91 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (mencukupi)

Fungsi Ruang	Aspek	Kelompok Ruang	Jenis Ruang	Jenis Kegiatan	Karakteristik	Kapasitas	Jumlah Pengunjung	Luas/Unit (m ²)	Jumlah Unit	Total Luas (m ²)	Sumber Acuan	Keterangan
		Fasilitas Keamanan	Fasilitas Mitigasi dan Bencana Alam	Keamanan	Anak-Anak & Dewasa	2000	1.789	Titik Kumpul 0,3 m ² /Orang	1	600 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (tidak mencukupi)
		Fasilitas Kebersihan	Fasilitas Kebersihan	Kebersihan	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	(1,04 m x 0,4 m)/fasilitas	26	10,816 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (tidak mencukupi)
		Penataan Lingkungan	Penataan Lanskap	Estetika dan Informasi	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	-	-	-	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (mencukupi)
		Area Istirahat	Gazebo	Bersantai	Anak-Anak & Dewasa	4	1.789	6 m ²	39	300 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (mencukupi)
			Plaza/Area Pengunjung	Menikmati Pemandangan, Bersantai	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	400 m ²	2	800 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (mencukupi)
		Fasilitas Kuliner	Plaza Kuliner	Makan & Minum	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	578 m ²	2	1.156 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (mencukupi)
		Perdagangan	Kios Cendera Mata	Berbelanja	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	9 m ²	10	90 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (tidak mencukupi)
		Fasilitas Keamanan	Menara Pandang	Menikmati Pemandangan,	Anak-Anak & Dewasa	5	1.789	108 m ²	1	108 m ²	Permenparekraf No 3 Tahun 2022	Eksisting (tidak mencukupi)
		Fasilitas Listrik	Jaringan Listrik	Mangisi daya telephone	Dewasa	-	1.789	-	-	-	Kuesioner	Eksisting (tidak mencukupi)
		Fasilitas Komunikasi	Jaringan Telekomunikasi	Mengakses internet	Dewasa	-	1.789	-	-	-	Kuesioner	Eksisting (tidak mencukupi)
	Aksesibilitas	Jalan	Jaringan Jalan	Transportasi	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	-	-	-	-	Eksisting (mencukupi)
	Aktivitas	Area Wisata	Berenang	Berenang	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	125 m ²	(12)	1.500 m ²	Asumsi	Eksisting (mencukupi)

Fungsi Ruang	Aspek	Kelompok Ruang	Jenis Ruang	Jenis Kegiatan	Karakt estik	Kapasitas	Jumlah Pengunjung	Luas/Unit (m ²)	Jumlah Unit	Total Luas (m ²)	Sumber Acuan	Keterangan
Zona Pendukung Tidak Langsung (Desa Wisata)	Aktivitas	Area Wisata	Rencana Wisata Edukasi Air Tawar	Kegiatan Edukasi	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	3.500 m ²	2	7.000 m ²	Pokdarwis & Pemerintah Desa	Rencana
			Wisata Edukasi UMKM	Kegiatan Edukasi	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	100 m ²	3	300 m ²	Asumsi	Eksisting (mencukupi)
			Wisata Edukasi Seni & Budaya	Kegiatan Edukasi	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	100 m ²	1	100m ²	Asumsi	Eksisting (mencukupi)
	Amenitas	Akomodasi	Homestay	Istirahat	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	200 m ²	3	200 m ²	Standar Internasional	Eksisting (mencukupi)
		Fasillitas Keuangan	ATM	Tarik/Setor Uang	Dewasa	-	1.789	4 m ²	1	4 m ²	Asumsi	Eksisting (mencukupi)
		Perdagangan	Toko/Warung	Jual/Beli	Anak-Anak & Dewasa	-	1.789	50 m ²	14	700 m ²	SNI 03-1733-2004	Eksisting (mencukupi)
		Fasilitas Ibadah	Masjid/Mushola	Ibadah	Anak-Anak & Dewasa	50	1.789	300 m ²	4	1.200 m ²	SNI 03-1733-2004	Eksisting (mencukupi)
		Sarana Energi	Pertashop	Bahan Bakar Kendaraan	Dewasa	-	1.789	50 m ²	1	50 m ²	Asumsi	Eksisting (mencukupi)
Total Luas						18667,28 m ² atau 1,8667 ha						

*kode warna abu-abu merupakan variabel rencana

Sumber : Hasil Analisis Penulis, 2025

Berdasarkan keterangan yang didapatkan dari pengelola wisata, Pantai Mliwis memiliki luas 9,7 hektar. Dari hasil kebutuhan ruang yang dilakukan penulis, didapatkan total luas 1,8667 hektar dalam pengembangannya. Sehingga luas area yang dimiliki masih sangat memungkinkan untuk pengembangan objek wisata. Perhitungan kebutuhan jenis ruang berdasarkan zona yang telah ditentukan, terdapat 3 keterangan jenis ruang dengan pertimbangan hasil perbandingan kondisi eksisting dan Permenparekraf No 3 Tahun 2022, usulan dari hasil pernyataan terbuka responden, hasil wawancara dengan *stakeholder*, dan hasil analisis penulis yaitu :

1. Jenis ruang yang sudah tersedia dan tidak dilakukan pengembangan

Jenis ruang yang sudah ada pada kondisi eksisting tidak memerlukan pengembangan lebih lanjut karena sudah sesuai dengan kebutuhan pada objek wisata, seperti spot foto, tempat parkir, tempat ibadah, plaza/area pengunjung, plaza kuliner, gazebo, berenang, jaringan jalan, wisata edukasi UMKM, seni & budaya, *homestay*, ATM, toko/warung, masjid, dan pertashop.

2. Jenis ruang yang ditambahkan atau dikembangkan

Jenis ruang yang perlu dilakukan pengembangan diantaranya *ATV ride*, *horse riding*, kantor pusat informasi wisata (TIC), toilet, fasilitas mitigasi dan bencana alam, fasilitas kebersihan, kios cendera mata, menara pandang, jaringan listrik, dan jaringan telekomunikasi.

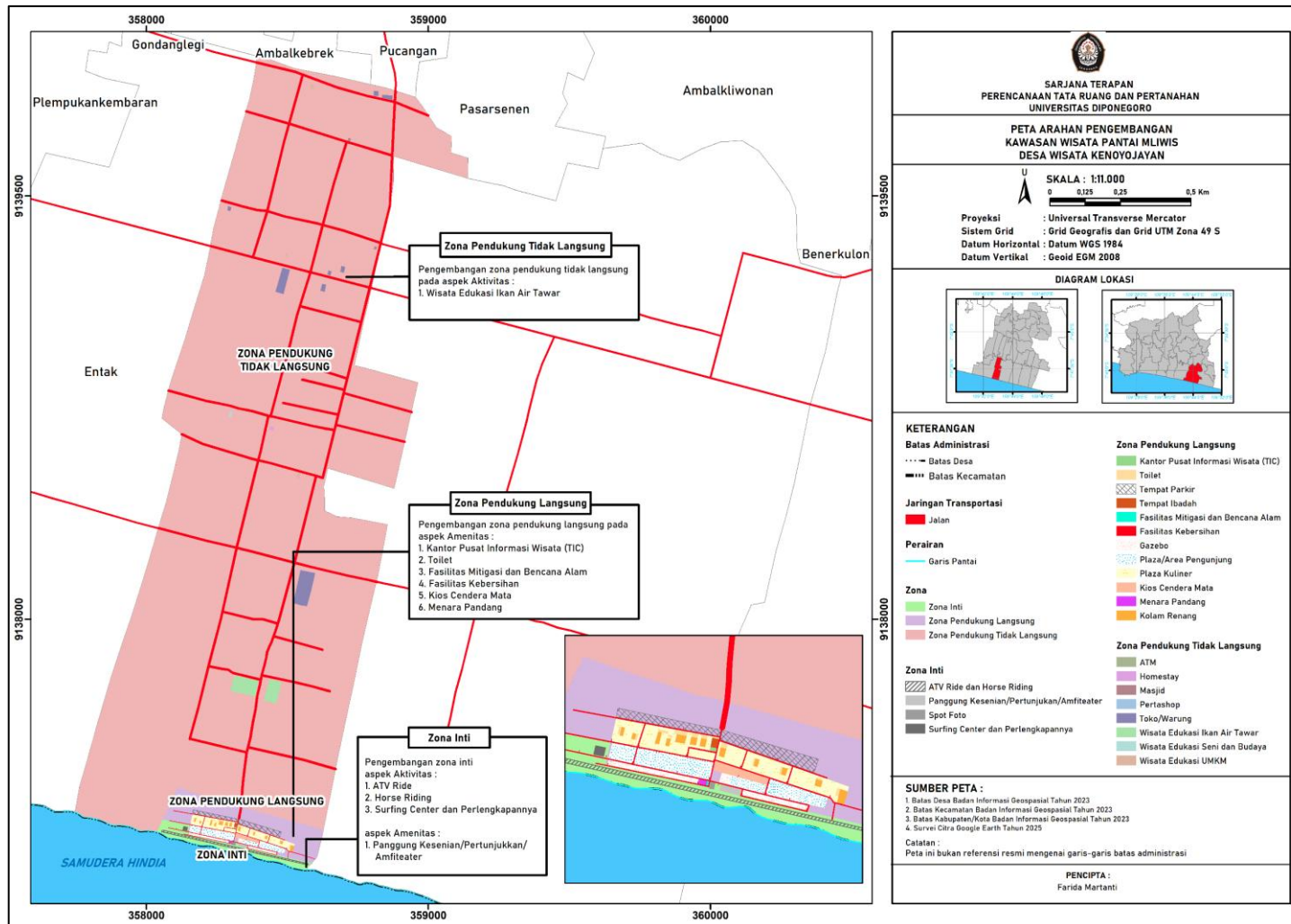
3. Jenis ruang yang direncanakan

Jenis ruang yang direncanakan pada kawasan wisata ini yaitu rencana atraksi budaya, rencana panggung kesenian/pertunjukan/amfiteater, rencana *surfing center* dan perlengkapannya, serta rencana wisata edukasi air tawar.

4.7 Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Mliwis Desa Wisata

Kenoyojayan

Rencana pengembangan kawasan wisata Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan dikelompokkan berdasarkan sistem zonasi yang terbagi menjadi tiga klasifikasi. Menggunakan teori Smith (1980) dalam (Fadhurrachman dkk., 2022), pembagian zona pariwisata tersebut yaitu zona inti, zona pendukung langsung, dan zona pendukung tidak langsung. Konsep pengembangan wisata bahari didasari oleh potensi kelautan yang dimiliki oleh Pantai Mliwis. Peta arahan zonasi pengembangan kawasan Wisata Pantai Mliwis dapat dilihat pada **Gambar 4.47**.



Sumber : Hasil Analisis, 2025

Gambar 4. 47 Peta Arahkan Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan

Dalam mengoptimalkan potensi wisata, dilakukan pembagian fokus aktivitas atau kegiatan pada tiap zona. Arahan yang telah dihasilkan berdasarkan tiap zona yang telah ditentukan yaitu sebagai berikut :

a. Zona Inti

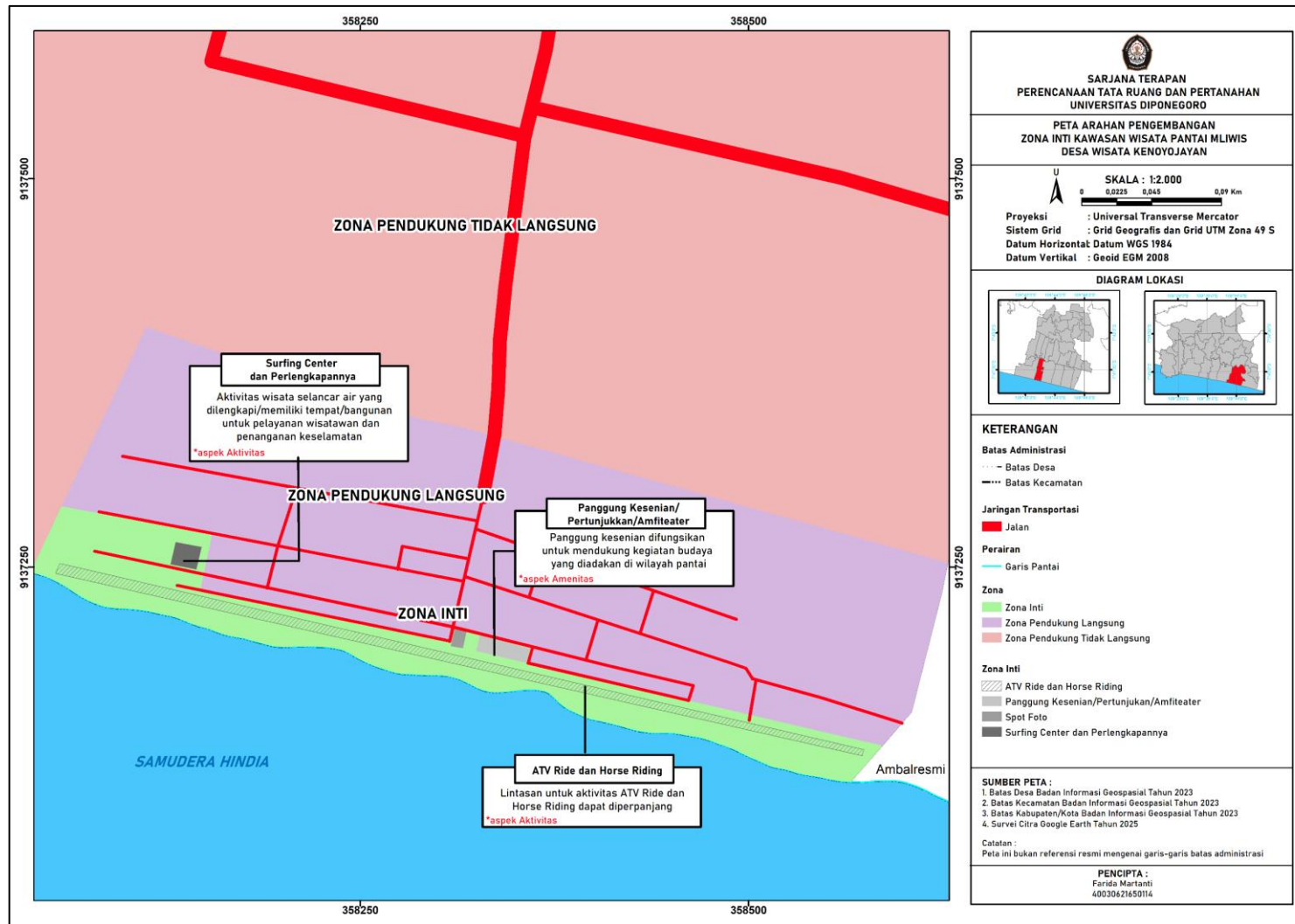
Zona inti merupakan kawasan utama yang difungsikan sebagai daya tarik wisata. Pada area utama ini, untuk menikmati keindahan alam dan aktivitas pengunjung dengan pengembangan aktivitas wisata, daya tarik budaya dan olahraga air. Pada zona inti dilakukan pengembangan ruang aspek atraksi berupa rencana atraksi budaya, aspek aktivitas berupa *ATV ride* dan *horse riding* serta rencana *surfing center* dan perlengkapannya, sedangkan untuk aspek amenities penambahan fasilitas rencana panggung kesenian/pertunjukan/amphiteater. Arahan yang tepat untuk pengembangan pada zona inti dapat dilihat pada **Gambar 4.48** dan **Tabel 4.120**.

b. Zona Pendukung Langsung

Zona pendukung langsung, merupakan kawasan yang menyediakan fasilitas dan layanan penunjang pariwisata seperti untuk sanitasi, beribadah, makan, dan area bersantai. Pada zona pendukung langsung dilakukan pengembangan aspek amenities untuk kantor pusat informasi wisata (TIC), toilet, fasilitas mitigasi dan bencana alam, fasilitas kebersihan, kios cendera mata, menara pandang, jaringan listrik, dan jaringan telekomunikasi. Arahan yang tepat untuk pengembangan pada zona pendukung langsung dapat dilihat pada **Gambar 4.49** dan **Tabel 4.121**.

c. Zona Pendukung Tidak Langsung

Zona pendukung tidak langsung, merupakan kawasan yang secara tidak langsung berfungsi sebagai destinasi wisata, tetapi tetap merasakan dampak dari aktivitas wisata. Pada zona pendukung tidak langsung dilakukan perencanaan pembangunan aspek aktivitas yaitu rencana wisata edukasi ikan air tawar dan pengembangan aspek akselerator yaitu informasi wisata dan bentuk promosi. Arahan pengembangan zona pendukung tidak langsung tertuang pada **Gambar 4.50** dan **Tabel 4.122**.



Sumber : Hasil Analisis, 2025

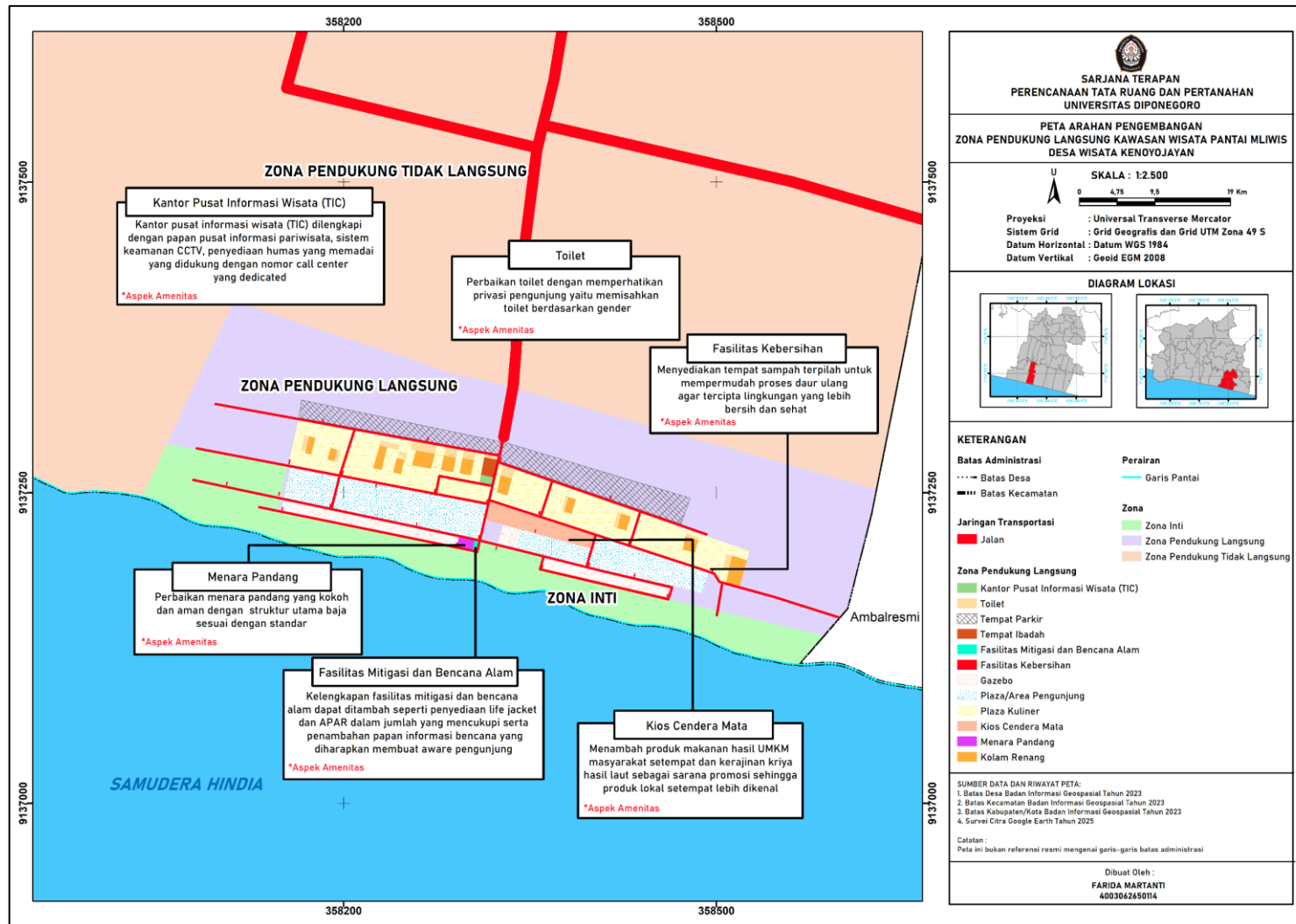
Gambar 4. 48 Peta Arahan Pengembangan Zona Inti Kawasan Wisata Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan

Tabel 4. 117 Arahana Pengembangan Zona Inti Kawasan Wisata Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan

No	Variabel	Variabel	Fungsi	Arahana Pengembangan
1	Atraksi	Rencana atraksi budaya	Pengadaan rencana atraksi budaya secara rutin sebagai penguatan identitas wisata	Mengacu pada hasil wawancara dengan Pokdarwis dan kuesioner pengunjung : • Menampilkan rencana atraksi budaya berupa tarian daerah setempat secara rutin
2	Aktivitas	ATV <i>ride</i> dan <i>horse riding</i>	Aktivitas yang memacu adrenalin sembari pengunjung dapat menikmati keindahan Pantai Mliwis	Mengacu pada hasil pengambilan data kuesioner pengunjung : • Memperluas lintasan/<i>track</i> dengan memaksimalkan ruang yang ada. • Menyediakan alat keselamatan berupa helm untuk memberikan rasa aman bagi pengunjung.
3	Aktivitas	Rencana surfing center dan perlengkapannya	Aktivitas olahraga air di sekitar pantai yang dapat dilengkapi dengan bangunan/memiliki tempat untuk pelayanan wisatawan.	Mengacu pada Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 : • Memiliki ruang pengelola, ruang informasi, ruang ganti/bilas, ruang pelatihan, dan ruang penyewaan alat <i>surfing</i>. • Menyediakan peralatan yang dibutuhkan peselancar seperti pakaian surfing, <i>leash</i> atau tali kaki, dan <i>first aid for surfers</i>. • Memiliki sistem internet, sistem keamanan, dan alat pemadam kebakaran.

No	Variabel	Variabel	Fungsi	Arahan Pengembangan
4	Amenitas	Rencana panggung kesenian/pertunjukan/amfiteater	Tempat melaksanakan pertunjukan atau hiburan, mempromosikan budaya dan kegiatan dari suatu pariwisata, atau melakukan kegiatan yang membutuhkan kapasitas besar.	Mengacu pada Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 : • Panggung didesain terbuka • Menyediakan <i>hydrant</i>, tempat sampah, stop kontak, handrails, <i>signage</i> rencana panggung kesenian/pertunjukan/amfiteater yang menjelaskan informasi lokasi dan peta destinasi pariwisata, dan print-out yang menjelaskan mengenai pertunjukan yang ditampilkan. • Aspek amfiteater disusun miring sehingga seminimal mungkin melakukan <i>cut and fill</i> lahan

Sumber : Hasil Analisis, 2025



Sumber : Hasil Analisis, 2025

Gambar 4. 49 Peta Arahana Pengembangan Zona Pendukung Langsung Kawasan Wisata Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan

Tabel 4. 118 Arahan Pengembangan Zona Pendukung Langsung Kawasan Wisata Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan

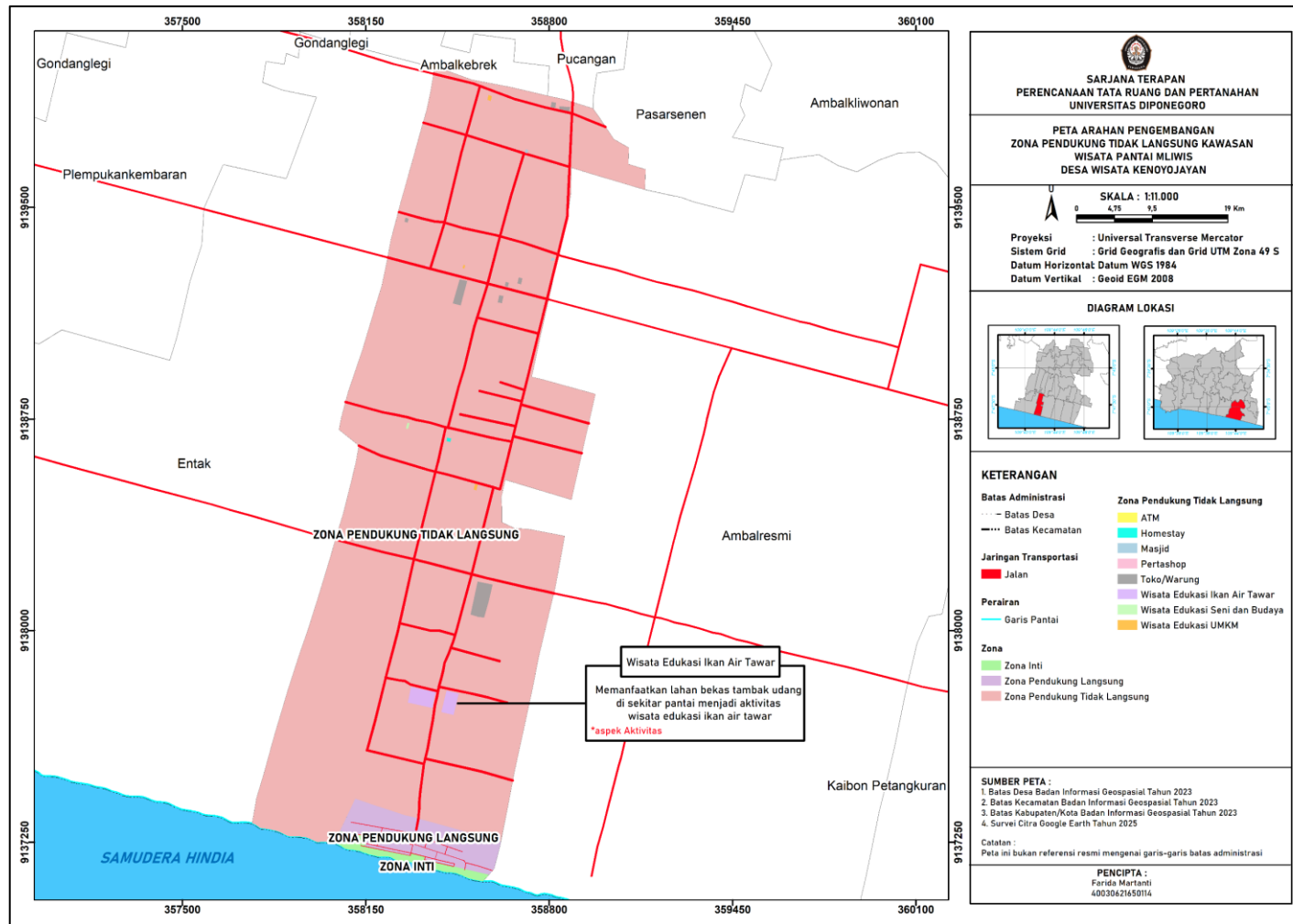
No	Variabel	Variabel	Fungsi	Arahan Pengembangan
1	Amenitas	Kantor Pusat Informasi Wisata (TIC)	Fasilitas yang menyediakan fasilitas layanan informasi pariwisata di kawasan wisata	Mengacu pada Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 dan kuesioner : • Berada pada lokasi strategis dan mudah dijangkau pengunjung • Area pelayanan informasi bagi pengunjung dilengkapi dengan papan pusat informasi pariwisata, sistem keamanan CCTV, peralatan pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K) dan alat pemadam api ringan (APAR). • Penyediaan humas yang memadai yang didukung dengan nomor <i>call center</i> yang <i>dedicated</i>. dan komputer yang terhubung dengan internet
2	Amenitas	Toilet	Toilet berfungsi sebagai tempat buang air besar, air kecil, tempat cuci tangan dan muka, mandi, dan berganti pakaian.	Mengacu pada Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 dan kuesioner : • Berada pada lokasi strategis dan mudah dijangkau pengunjung • Memperhatikan privasi dan keamanan pengunjung dengan membuat toilet terpisah berdasarkan gender

No	Variabel	Variabel	Fungsi	Arahan Pengembangan
				• Dekat dengan sumber air bersih atau memiliki jaringan perpipaan untuk mendapatkan air bersih. • Toilet dilengkapi dengan penanda yang jelas dan informatif. • Menyediakan toilet untuk penyandang disabilitas.
3	Amenitas	Fasilitas Mitigasi Dan Bencana Alam	Fasilitas yang digunakan sebagai upaya mengurangi risiko bencana	Mengacu pada Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 : • Menyediakan papan informasi bencana dan rambu bencana sebagai petunjuk ataupun imbauan mengenai ancaman bencana. • Menambah peralatan evakuasi seperti penyediaan life jacket dan APAR pada tiap bangunan atau tersebar di banyak titik. • Menyediakan sirene tsunami yang berperan penting untuk menyampaikan peringatan tsunami dan alat komunikasi berupa HT.
4	Amenitas	Fasilitas Kebersihan	Fasilitas kebersihan dapat berupa tempat sampah, kendaraan pengumpul sampah, atau bangunan TPS yang berfungsi mengakomodir proses pembuangan sampah.	Mengacu pada Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 : • Mengubah alat pembuangan sampah berupa kantong menjadi tempat sampah yang memiliki 3 kompartemen terpisah.

No	Variabel	Variabel	Fungsi	Arahan Pengembangan
5	Amenitas	Kios Cendera Mata	Kios cendera mata difungsikan sebagai pusat penyediaan penjualan cendera mata, baik berupa produk makanan maupun produk kerajinan khas masyarakat setempat.	Mengacu pada Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022 dan kuesioner : • Berada pada lokasi strategis dan mudah dijangkau pengunjung. • Dilakukan penataan kios cendera mata dengan merancang ulang sehingga menyenangkan secara visual dengan penggunaan material lokal dan menerapkan ornamen budaya lokal sebagai identitas. • Menambah produk makanan hasil UMKM masyarakat setempat dan kerajinan kriya hasil laut sebagai sarana promosi sehingga produk lokal setempat lebih dikenal.
6	Amenitas	Menara Pandang	• Menciptakan pengalaman lebih kepada pengunjung dengan adanya aktivitas sightseeing untuk menikmati kawasan dalam <i>birdview</i>. • Sebagai pos penjagaan atau atau pos observasi untuk melihat keseluruhan area	Mengacu pada Permenparekraf Nomor 3 Tahun 2022: • Berada pada lokasi strategis dan mudah dijangkau pengunjung. • Bangunan dibuat dengan konstruksi kuat, efektif, dan biaya yang efisien dan dapat dilengkapi dengan alat komunikasi tambahan seperti teropong pandang dan pengeras suara

No	Variabel	Variabel	Fungsi	Arahan Pengembangan
7	Amenitas	Jaringan Listrik	Fungsi utama jaringan listrik yaitu menyalurkan energi listrik untuk memenuhi kebutuhan energi ke pengguna	Mengacu pada hasil kuesioner : Menyediakan fasilitas <i>charging</i> di berbagai titik yang bisa dengan mudah diakses oleh pengunjung
8	Amenitas	Jaringan Telekomunikasi	Jaringan telekomunikasi berfungsi memfasilitasi pertukaran informasi jarak jauh	Mengacu pada hasil kuesioner : Diperlukan kolaborasi dengan provider telekomunikasi untuk memastikan kawasan wisata memiliki jaringan internet yang kuat dan stabil

Sumber : Hasil Analisis, 2025



Sumber : Hasil Analisis, 2025

Gambar 4. 50 Peta Arahana Pengembangan Zona Pendukung Tidak Langsung Kawasan Wisata Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan

Tabel 4. 119 Arahan Pengembangan Zona Pendukung Tidak Langsung Kawasan Wisata Pantai Mliwis Desa Wisata Kenoyojayan

No	Variabel	Variabel	Fungsi	Arahan Pengembangan
1	Aktivitas	Wisata edukasi ikan air tawar	Edukasi interaktif budidaya ikan air tawar juga menjadi peluang ekonomi	Mengacu pada hasil wawancara dengan Pokdarwis dan Kepala Desa Kenoyojayan : Direncanakan pengadaan wisata edukasi ikan air tawar dengan memaksimalkan lahan bekas tambak udang
2	Akselerator	Informasi Wisata	Mempermudah wisatawan mencari informasi lengkap Desa Wisata Kenoyojayan & membuka peluang mendapatkan dukungan program pemerintah	Mengacu pada hasil observasi pada kondisi eksisiting : Mendaftarkan Desa Kenoyojayan pada Jejaring Desa Wisata (jadesta) yang dikelola oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai ajang promosi, pengembangan dan pemberdayaan sehingga pengelolaan desa wisata mendapatkan pendampingan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
3	Akselerator	Bentuk promosi	Menciptakan peluang kolaborasi dan mejangkau target pasar lebih luas	Mengacu pada hasil observasi pada kondisi eksisiting dan kuesioner : • Penyewaan <i>homestay</i> bisa dilakukan dengan kolaborasi dengan <i>travel agent</i> seperti <i>traveloka</i>, <i>tiket.com</i>, <i>agoda</i> dan lainnya • Perluasan jaringan promosi melalui papan informasi khusus untuk Desa Wisata Kenoyojayan yang dilakukan oleh pengelola dan pemerintah serta bekerjasama dengan agen perjalanan wisata sehingga memaksimalkan paket desa wisata yang tersedia. Papan informasi dapat ditempatkan di kawasan pantai sehingga pengunjung di area pantai mengetahui paket desa wisata yang tersedia

Sumber : Hasil Analisis, 2025