

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan dijelaskan bahwa kepariwisataan merupakan segala jenis aktivitas perjalanan wisata yang didorong dengan berbagai fasilitas dan pelayanan yang telah disediakan pemangku kepentingan. Pariwisata juga merupakan sektor yang dinamis karena semakin pesatnya perkembangan pariwisata akibat meningkatnya kebutuhan manusia untuk berwisata (Basorudin et al., 2021: 89). Pariwisata termasuk salah satu dari banyak sektor terbesar dan terkuat dalam perekonomian dunia sehingga menjadi salah satu penyokong utama perekonomian dunia karena memberikan sumbangan devisa yang cukup besar bagi negara di dunia, dan memperluas suatu lapangan kerja serta memberikan peluang untuk memperkenalkan budaya dari masing-masing negara (Sabon et al., 2018: 164).

Industri pariwisata memberikan kontribusi dan nilai yang penting, baik dari segi ekonomi, politik, sosial-budaya, lingkungan dan kewilayahan. Dari segi ekonomi, kontribusi yang diberikan oleh sektor pariwisata berupa pendapatan devisa, pendapatan asli daerah (PAD) hingga menyerap tenaga kerja di bidang pariwisata. Secara langsung pengembangan pariwisata dapat memberikan dampak pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal pada masing-masing destinasi wisata (dalam Abdillah, 2016: 45). Penelitian tahunan terbaru WTTC, dalam hubungannya

dengan *Oxford Economics*, menunjukkan bahwa sektor Perjalanan dan Pariwisata pada tahun 2019 mengalami pertumbuhan 3,5% mampu melampaui pertumbuhan ekonomi global sebesar 2,5% untuk tahun kesembilan berturut-turut. Satu dari empat pekerjaan baru telah mampu diciptakan oleh sektor ini dalam kurun waktu lima tahun (2014-2019) sehingga menjadikan sektor pariwisata sebagai mitra terbaik bagi pemerintah untuk menghasilkan lapangan pekerjaan. Pada tahun 2019, dampak langsung, tidak langsung, dan induksi dari Perjalanan dan Pariwisata mencakup US\$ 8,9 triliun kontribusi terhadap PDB dunia (WTTC, 2020).

Wilayah ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) mempunyai kekayaan yang melimpah sehingga kerap disebut sebagai surga industri perjalanan di Kawasan Asia, terutama dari sisi potensi industri pariwisata, termasuk Indonesia. Indonesia sebagai negara terluas ke-2 di Asia dan ke-7 di dunia mempunyai luas daratan 1/3 bagian, luas lautan 2/3 bagian sehingga disebut dengan negara kepulauan terluas di dunia. Negara Indonesia juga mempunyai 17.504 pulau dengan garis pantai hampir di setiap pulau Indonesia dengan panjang kurang lebih 81.000 km sehingga memungkinkan mempunyai potensi wisata alam yang beragam, salah satunya wisata pantai (Abdillah, 2016: 45; Okezon.com, 2021).

Saat ini Indonesia merupakan salah satu negara yang ada di dunia yang terkenal dengan sektor pariwisatanya. Keanekaragaman yang ada seperti budaya, adat istiadat, suku dan tradisi menarik minat banyak wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berwisata ke Indonesia. Pada acara *World Tourism Day 2019* Kepala Biro

Komunikasi Publik, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Kemenpar) mengatakan bahwa daya saing pariwisata Indonesia pada tahun 2019 tembus pada ranking 40 dunia dari 141 negara (travel.okezone, 2019). Hal ini menandakan bahwa pariwisata Indonesia telah mampu bersaing dengan wisata dunia dengan perolehan ranking yang cukup memuaskan. Pada tahun 2014 Indonesia berada pada ranking 70, tahun 2017 Indonesia berada pada ranking 42 dan tahun 2019 pariwisata Indonesia sudah bertengger di posisi 40 dunia.

Indonesia juga terkenal dengan keindahannya yang beragam, baik dari segi keindahan alam dan budaya maupun peninggalan sejarahnya. Wisatawan lokal maupun mancanegara dapat mengunjungi tempat wisata karena terdapat banyak destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu berbagai kerajinan tangan dan seni lukis hasil karya warga Indonesia juga tidak kalah menariknya untuk dinikmati. Dengan kondisi tersebut, menjadikan Indonesia memiliki potensi yang sangat besar di sektor pariwisata. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia dalam kurun waktu 2015-2019.



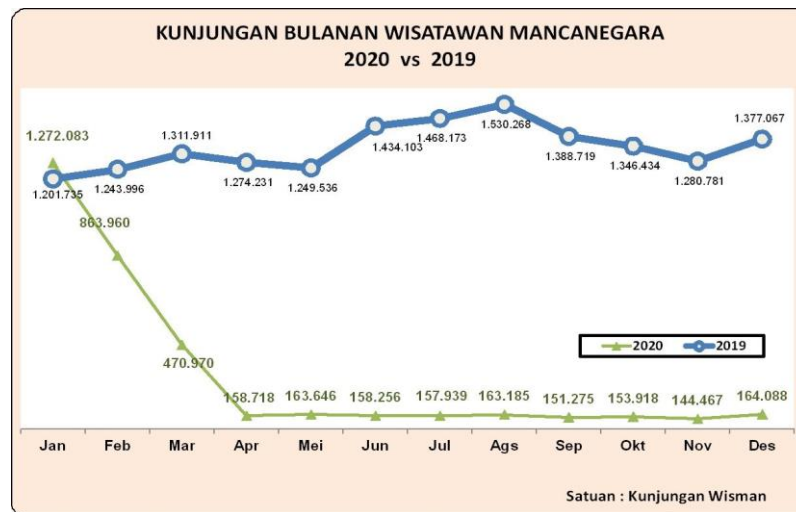
Gambar 1.1 Kedatangan Wisatawan Mancanegara, 2015-2019

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019

Dilihat dari Gambar 1.1 di atas, disimpulkan bahwa dalam kurun waktu 2019 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara merupakan periode tertinggi dalam kurun waktu lima tahun tersebut. Selama tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai sebesar 16,11 juta kunjungan atau naik sebesar 1,88% dibandingkan jumlah kunjungan selama tahun 2018 yang tercatat sebesar 15,81 juta kunjungan. Diharapkan peningkatan pertumbuhan kunjungan dari wisatawan ini dapat terus meningkat dan konsisten untuk tahun-tahun berikutnya sehingga dapat memberikan pemasukan devisa bagi Indonesia.

Perkembangan sektor pariwisata mengalami kemajuan yang pesat di beberapa tahun belakangan ini, sebelum munculnya pandemi Covid-19. Hadirnya teknologi komunikasi yang dapat memudahkan akses untuk memperoleh informasi mengenai wisata sehingga pemerintah memanfaatkan situasi ini untuk ikut serta secara rutin

dalam mempromosikan berbagai jenis destinasi wisata di Indonesia. Meningkatnya jumlah pergerakan wisatawan domestik dan mancanegara sebelum pandemi merupakan cerminan dari keberhasilan kinerja sektor pariwisata (Masful et al., 2020: 77). Pada tahun 2019, BPS mencatat dalam tahun 2014 – 2018 rata-rata pertumbuhan kunjungan dari para wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai hingga 14% per tahun.



Gambar 1.2 Statistik Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Sumber : kemenparekraf.go.id, 2020

Setelah pandemi, berdasarkan Gambar 1.2 kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melewati seluruh pintu masuk tahun 2020 mencapai 4.052.923 kunjungan atau menurun sebesar 74,84% bila dibandingkan tahun 2019 dengan jumlah 16.108.600 kunjungan. Hal ini menandakan bahwa pada tahun 2020 jumlah

kunjungan wisman menurun drastis jika dibandingkan tahun sebelumnya. Terlihat pada statistik tahun 2020 dari bulan Januari – April mengalami penurunan jumlah kunjungan yang sangat drastis. Dari bulan April – Desember mengalami kenaikan yang lambat. Kepala BPS Suhariyanto, mengatakan bahwa penurunan kunjungan tersebut terjadi karena kondisi Covid-19 sehingga banyak negara yang melarang warga negaranya bepergian ke luar negeri, termasuk Indonesia yang juga melarang atau membatasi WNA untuk masuk ke Indonesia. Kunjungan wisman ke Indonesia secara kumulatif dari Januari – September 2020 dalam BPS tercatat mencapai 3,56 juta dan mengalami penurunan pada Januari – September 2019. Jika melihat dari data ini keadaan pariwisata Indonesia membutuhkan waktu untuk pulih dan bangkit di tengah pandemi Covid-19 (Kumparan, 2020).

Namun demikian, meskipun dengan keadaan yang serba sulit saat sekarang ini beberapa provinsi di Indonesia masih tetap optimis dalam melakukan pengembangan pariwisatanya. Berbagai strategi disusun agar pariwisata tetap eksis meski dalam keadaan sulit. Seperti wilayah Provinsi Sumatera Barat yang menjadi salah satu bagian dari wilayah Indonesia yang terkena imbas sepiunya kunjungan wisatawan pada destinasi wisata. Walaupun demikian, sektor pariwisata di Sumatera Barat masih dapat memberikan kontribusi karena jumlah kunjungan wisatawan masih cukup ramai, meskipun tidak seramai biasanya. Berdasarkan data dari BPS Sumatera Barat, jumlah wisatawan domestik yang mengunjungi Sumatera Barat masih tergolong ramai di tahun 2020, yakni sekitar 8,1 juta (Sumbar.antaraneews, 2020).

Tabel 1.1
Kunjungan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat
Tahun 2017 – 2019

Wilayah	Kunjungan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat (orang)		
	2017	2018	2019
Sumatera Barat (Provinsi)	7 783 876	8 073 070	8 169 147
Kepulauan Mentawai	578 778	467 694	994 655
Pesisir Selatan	1 288 000	779 553	971 989
Kab.Solok	270 784	310 077	601 244
Sijunjung	5 734	7 187	12 434
Tanah Datar	339 138	370 137	627 057
Padang Pariaman	1 960 765	2 131 244	307 316
Agam	291 342	338 547	756 750
Lima Puluh Kota	166 710	251 053	639 840
Pasaman	12 621	11 713	101 141
Solok Selatan	14 542	34 107	68 084
Dharmasraya	427	1 350	9 745
Pasaman Barat	2 107	7 153	28 603
Padang	1 725 000	1 877 312	843 296
Kota Solok	47 495	228 572	120 411
Sawahlunto	403 420	461 960	237 490
Padang Panjang	104 399	119 548	166 364
Bukittinggi	478 400	547 976	933 609
Payakumbuh	84 613	96 892	298 479
Pariaman	9 600	30 993	450 640

Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, disimpulkan bahwa kunjungan wisatawan nusantara ke Provinsi Sumatera Barat menurut Kabupaten/Kota dari tahun 2017 – 2019 selalu mengalami peningkatan jumlah pengunjung. Kunjungan wisata ke Kabupaten/Kota pun juga mengalami peningkatan di tiga tahun tersebut. Hal ini

membuktikan pariwisata yang ada pada Kabupaten/Kota di Sumatera Barat mampu tetap eksis menarik wisatawan untuk berkunjung karena potensi wisata yang ada memiliki paket lengkap mulai dari pulau, bukit, gunung, lembah, kuliner, adat istiadat bahkan wisata pantai yang indah. Banyak wisata pantai yang ada di Sumatera Barat di antaranya Pantai Caroline yang berada di Bungus, Padang; Pantai Mapaddegat di Kepulauan Mentawai yang merupakan surga bagi para peselancar kelas dunia; Pantai Air Manis Padang yang terkenal dengan patung kisah Malin Kundang. Tidak hanya itu, ada Pantai Kata yang terletak di Desa Taluak di pantai paling selatan Kota Pariaman. Daya tarik alam Pantai Kata, yaitu memiliki pantai yang landai, kondisi ombak sedang, pemandangan *landscape* menarik, lingkungan pantai yang relatif terawat, pohon rindang dan dekat perkampungan nelayan.

Wisata Pantai Cermin yang berjarak 1,5 km ke selatan Kota Pariaman di Desa Karan Aur. Arena wisata ini sering dimanfaatkan untuk tempat piknik oleh pengunjung karena memiliki lokasi yang sejuk dan luas. Pada destinasi wisata ini mempunyai sebuah taman yang dihadiahkan untuk seorang tokoh daerah bernama Anas Malik. Taman ini terlihat begitu cantik dan menyejukkan karena dihiasi hamparan rumput yang hijau dan pohon kelapa yang tidak terlalu tinggi (Pariamankota, 2020). Wisata pantai yang tak kalah menarik dan ramai kunjungan di Kota Pariaman adalah Pantai Gandorih yang merupakan pusat objek wisata Kota Pariaman dan juga merupakan wisata populer karena merupakan tempat untuk transit ke objek wisata lain, seperti ke pulau-pulau kecil yang ada di lepas Pantai Gandorih.

Di sepanjang jalan terdapat banyak penjual kuliner khas Kota Pariaman yang dikenal dengan nasi sebungkus kenyang (Nasi Sek), gorengan dari berbagai makanan laut dan es kelapa muda. Selain itu, juga terkenal dengan makanan Sala Lauak yang sudah menjadi menu utama dan pilihan bagi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Gandoriah (Pariamankota, 2020). Tidak hanya itu, kunjungan wisatawan ke Pantai Gandoriah mampu memberikan sumbangan yang cukup besar pada PAD Kota Pariaman. Berikut data kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD Kota Pariaman dari tahun 2017 – 2021 ditunjukkan melalui tabel di berikut ini.

Tabel 1.2
Target dan Realisasi Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PAD Kota
Pariaman
Tahun 2017 – 2021

Tahun	Target	Realisasi	Persentase
2017	550.000.000	307.3000.000	55,9%
2018	750.000.000	389.760.000	52%
2019	1.053.000.000	328.380.000	31%
2020	500.000.000	330.850.000	50,2%
2021	2.253.000.000	686.416.000	30,47%

Sumber : Disparbud Kota Pariaman, 2021

Dari Tabel 1.2 di atas, kontribusi pariwisata terhadap PAD Kota Pariaman tertinggi dicapai pada tahun 2017 sebesar 55,9% dan terendah adalah pada tahun 2021 sebesar 30,47%. Penurunan dan kenaikan yang terjadi disebabkan karena penurunan dan kenaikan pendapatan dari pariwisata yang ada di Kota Pariaman. Pada

tahun 2017 kenaikan persentase disebabkan karena kenaikan jumlah kunjungan wisatawan sehingga pendapatan sektor pariwisata juga meningkat. Hal ini disebabkan karena adanya ajang *sport tourism* bertajuk Pariaman Triathlon 2017 sehingga wisata Kota Pariaman ramai kunjungan. Di tahun 2021 penurunan persentase disebabkan oleh menurunnya kunjungan wisatawan ke tempat wisata di Kota Pariaman. Menurunnya jumlah kunjungan ini karena pasca penerapan PPKM oleh pemerintah setempat sehingga kunjungan wisatawan di sejumlah objek wisata Pariaman hanya 200 orang per hari dan karena banyaknya desa wisata bermunculan yang lebih menarik minat pengunjung. Namun, kunjungan wisatawan masih berpusat di Pantai Gandoriah karena merupakan objek wisata utama Kota Pariaman. Sejak diberlakukannya biaya masuk ke wisata Pantai Gandoriah kunjungan wisatawan semakin menurun sehingga pendapatan sektor pariwisata di tahun 2021 yang umumnya berasal dari Pantai Gandoriah juga mengalami penurunan.

Sudah banyak penelitian yang dilakukan terkait pengembangan pariwisata pantai dengan berbagai topik yang dibahas. Misalnya, Pengembangan Wisata Bahari di Pesisir Pantai Teluk Lampung oleh Abdillah (2016). Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa masih terdapat sarana dan prasarana masih belum baik, kurangnya ketersediaan air bersih terutama di Pantai Ringgung di Teluk Lampung yang dikategorikan belum baik, serta kualitas dari sumber daya manusia pariwisatanya dan masyarakat dalam penelitian belum dapat dikatakan baik. Penelitian tentang Pengembangan Wisata Bahari Pantai Mulut Seribu Sebagai Daya Tarik Wisata

Berkelanjutan di Kabupaten Rote oleh Nugraha & Lussie (2020), mengungkapkan bahwa kesadaran akan wisata sejauh ini belum diterapkan dengan sepenuhnya di Mulut Seribu, padahal Wisata Mulut Seribu memiliki potensi istimewa. Pihak pengelola pun masih belum mengelola destinasi wisata dengan baik sehingga diperlukan edukasi tentang sadar wisata untuk masyarakat. Dalam penelitian ini juga disebutkan bahwa di daerah penduduk terdapat tumpukan sampah dan limbah yang tidak enak dipandang mata.

Dalam penelitian mengenai Dampak Pengembangan Objek Wisata Pantai Tiram di Kabupaten Padang Pariaman Terhadap Perekonomian Masyarakat oleh Syafarini & Adnan (2021), terdapat beberapa permasalahan seperti jalur jalan masuk objek wisata yang masih kecil sehingga wisatawan yang berkunjung susah untuk masuk ke lokasi destinasi wisata, transportasi menuju destinasi wisata masih minim, pengelolaan sarana dan prasarana wisata yang masih belum baik, gerbang masuk objek wisata tidak terawat dan kumuh, serta pemerintah daerah yang kurang mengencangkan promosi objek Wisata Pantai Tiram ini. Penelitian selanjutnya tentang Strategi Pemerintah dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Mileura di Desa Lakarinta, Provinsi Sulawesi Tenggara oleh Adelisna (2019), dalam penelitian ini dijelaskan bahwa belum maksimalnya pemerintah daerah memperbaiki kualitas potensi wisata seperti sarana dan prasarana, masih minimnya promosi sehingga belum banyak dikenal oleh banyak orang, kurang terpeliharanya lingkungan objek wisata oleh pengelola pariwisata, serta ketersediaan pemandu wisata yang kurang memahami

bahasa asing. Dalam penelitian tentang Pengembangan Objek Wisata Pantai Gandorah Kota Pariaman oleh Jayanti (2019) menjelaskan bahwa pengembangan dan pengelolaan wisata ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pelaku usaha di destinasi wisata dan menawarkan solusi kepada Disparbud Kota Pariaman. Dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa pengembangan wisata Pantai Gandorah sudah membaik dan Pemerintah Kota Pariaman sudah mempunyai perencanaan yang matang dilakukan mulai tingkat desa.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu di atas, meskipun terdapat lokasi penelitian yang sama seperti yang dilakukan oleh Jayanti (2019) namun pembahasan penelitian ini berbeda karena penelitian ini melihat dan menganalisis potensi daya tarik dan kondisi daya tarik wisata serta merumuskan strategi pengembangan wisata Pantai Gandorah. Penelitian yang dilakukan oleh Jayanti (2019) membahas mengenai pengembangan wisata Pantai Gandorah beserta kendala dalam pengembangannya. Penelitian mengenai strategi pengembangan pariwisata Pantai Gandorah ini menjadi penelitian yang sangat menarik dan penting dalam merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangannya karena merupakan destinasi wisata unggulan serta penyumbang pendapatan terbesar pada sektor pariwisata Kota Pariaman. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Gandorah Kota Pariaman.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi permasalahan berdasarkan latar belakang di atas adalah kondisi dari sektor pariwisata belakangan ini mengalami penurunan jumlah wisatawan baik wisnus maupun wisman yang merupakan sumber pendapatan bagi negara. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini karena adanya virus Covid-19 yang melanda Indonesia sehingga pembatasan dalam segala kegiatan terpaksa dilakukan termasuk dalam hal kegiatan berwisata. Jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia sejak bulan Februari tahun 2020 hanya sebesar 4.052 juta orang atau sekitar 25% dari jumlah wisatawan yang masuk pada tahun 2019 ke Indonesia. Dilihat dari data tersebut sektor pariwisata Indonesia membutuhkan waktu untuk pulih dan bangkit dari kelesuan.

Tidak hanya masalah sepiunya kunjungan yang diakibatkan oleh Covid-19, kelesuan sektor pariwisata juga diakibatkan dari kurang maksimalnya pemerintah dan pengelola pariwisata dalam melakukan pengembangan wisata. Berdasarkan dari penelitian terdahulu masih banyak objek-objek wisata yang perlu perhatian pemerintah, perlunya kelengkapan dari atraksi wisata, sarana dan prasarana, perlunya penguatan kualitas sumber daya manusia pariwisata dan penataan wisata yang masih perlu perhatian lebih agar minat masyarakat terhadap wisata meningkat sehingga menimbulkan kenaikan pada pendapatan daerah dan juga negara. Untuk itu perlunya dirumuskan strategi pengembangan wisata yang baik dan tepat guna meningkatkan

kualitas pariwisata agar mampu bertahan dalam menopang pendapatan daerah dan negara.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja potensi dan daya tarik serta kondisi dari daya tarik wisata Pantai Gandorih Kota Pariaman?
2. Bagaimana strategi pengembangan wisata Pantai Gandorih Kota Pariaman?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan dan menganalisis apa saja potensi dan daya tarik serta kondisi DTW Pantai Gandorih sebagai destinasi wisata.
2. Merumuskan strategi pengembangan wisata Pantai Gandorih Kota Pariaman dalam meningkatkan kualitas objek wisata.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan akademik, yaitu memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan pariwisata pada strategi pengembangan wisata pantai.

2. Kegunaan praktis, yaitu menjadi masukan bagi Pemerintah Daerah dan Pengelola Wisata Pantai Gandorih dalam merumuskan dan mengembangkan wisata.
3. Kegunaan sosial, yaitu meningkatkan pengetahuan masyarakat untuk lebih sadar akan potensi wisata pantai yang dimiliki dalam membantu mengembangkan Wisata Pantai Gandorih.

1.6 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian Razak, dkk (2017: 277-284) meneliti tentang Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Malalayang Kota Manado, Sulawesi Utara, bertujuan untuk menentukan strategi dalam mengembangkan wisata bahari Pantai Malalayang. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata bahari Pantai Malalayang berada di antara peluang eksternal dan kekuatan internal, artinya berada di posisi kuadran I sehingga strategi yang tepat adalah ikut melestarikan dan menjaga lingkungan sekitar, mengembangkan sarana dan prasarana objek wisata, penataan sabua bulu sebagai tempat kuliner.

Penelitian Bibin & Ardian (2020: 72-78) meneliti tentang Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Songka di Kota Palopo, bertujuan

merancang strategi pengembangan objek wisata Pantai Songka serta merumuskan strategi yang tepat dalam mengembangkan Pantai Songka agar bermanfaat lebih optimal. Hasil dari penelitian tersebut bahwa pada strategi pengembangan kawasan wisata Pantai Songka berfokus pada beberapa hal, yaitu: (1) membuat peta kesesuaian wisata, (2) menghitung daya dukung kawasan wisata, (3) pengelolaan kawasan wisata berbasis masyarakat, (4) meningkatkan kerjasama antar aktor, (5) meningkatkan sarana dan prasarana wisata, (6) meningkatkan akses transportasi, (7) peningkatan pelatihan dan pembinaan masyarakat, (8) promosi wisata menggunakan sosial media, (9) mengadakan *event-event* wisata, (10) meningkatkan keamanan lokasi wisata, dan (11) menjaga kebersihan lokasi wisata.

Penelitian Bahiyah, dkk (2018: 95-103) meneliti tentang Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo, bertujuan merancang strategi pengembangan pariwisata yang tepat untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Analisis yang digunakan, yaitu analisis SWOT dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa dalam mengembangkan objek wisata Pantai Duta, strategi yang digunakan, antara lain: (1) pentingnya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk sadar wisata dengan cara memberikan sosialisasi dan pemberdayaan, (2) melakukan koordinasi dengan pihak swasta, (3) melakukan pengembangan

atraksi wisata, (4) melakukan perbaikan sarana dan prasarana destinasi wisata, (5) mengadakan aksesibilitas pariwisata.

Penelitian Mulyana & Yulianto (2019: 39-47) meneliti tentang Strategi Pengembangan Pesisir Pantai Selatan Sebagai Objek Pariwisata Kabupaten Kulon Progo, bertujuan mengembangkan pariwisata dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada Pesisir Pantai Selatan. Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa pengembangan wisata Pantai Pesisir Selatan berada pada posisi di antara tingginya perkembangan pasar karena semakin meningkatnya minat wisata dan banyaknya objek wisata yang memiliki posisi bersaing yang kuat. Hal ini karena telah ada objek-objek wisata yang saat ini telah berdiri di sekitarnya. Oleh karena itu, Pantai Pesisir Selatan berada di kuadran I yang cenderung cocok dalam menerapkan strategi seperti pelatihan manajerial usaha bagi pengusaha.

Penelitian Arif & Syam (2017: 191-200) meneliti tentang Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang, Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan, bertujuan menganalisis strategi dalam mengembangkan wisata Pantai Sumedang. Hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa dalam mengembangkan objek wisata Pantai Sumedang strategi yang digunakan, antara lain: (1) meningkatkan kesadaran masyarakat setempat dengan melakukan sosialisasi dan pemberdayaan mengenai pentingnya kesadaran wisata, (2) menjalin kerjasama dengan pihak swasta, (3) melakukan pengembangan pada

atraksi wisata, (4) membenahi fasilitas sarana dan prasarana destinasi wisata, (5) memperbaiki aksesibilitas pariwisata.

Penelitian Mongi, dkk (2015: 89-95) meneliti tentang Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen Jawa Tengah, bertujuan untuk menganalisis potensi daya tarik wisata alam di Pantai Suwuk, profil dan persepsi pengunjung, tingkat kepuasan wisatawan, kepedulian lingkungan dan merumuskan strategi pengembangan wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi daya tarik Pantai Suwuk adalah wisata alam dan buatan dengan sembilan atraksi wisata. Tingkat kepuasan pengunjung berada pada kategori puas dan kepedulian terhadap lingkungan berada pada kategori sangat peduli. Strategi prioritas dan alternatif pengembangan wisata, yaitu pengembangan keterampilan, pengembangan fasilitas, melibatkan masyarakat, penguatan kerjasama, penguatan pemahaman lingkungan, penguatan peran kelembagaan, penguatan konsep wisata alam, dan pengembangan wisata edukasi, termasuk pengelolaan sampah dan kebersihan.

Penelitian Tambunan, dkk (2013: 356-362) meneliti tentang Kajian Kualitas Lingkungan dan Kesesuaian Wisata Pantai Tanjung Pesona Kabupaten Bangka, bertujuan mengkaji kualitas perairan dan kesesuaian wisata Pantai Tanjung Pesona. Hasil dari penelitian ditemukan bahwa perairan Pantai Tanjung Pesona tidak berbau dan memiliki nilai Ph antar 7 – 7,1; suhu berkisar 29,2 – 30,15⁰C; salinitas antara 30,25 – 31 ‰; kekeruhan 1, 84 NTU – 2,805 NTU; oksigen

terlarut 6,33 mg/l – 6,56 mg/l; kecerahan 1,4 m – 2,9 m dan BOD₅ 0,725 mg/l – 1,61 mg/l sehingga tidak ada lapisan minyak atau debu yang mengapung di permukaan. Wisata Pantai Tanjung Pesona berdasarkan indeks kesesuaian sangat sesuai untuk kegiatan rekreasi karena kesesuaian wisata Pantai Tanjung Pesona ditentukan berdasarkan perolehan nilai total yang dibandingkan dengan indeks kesesuaian wisata sehingga sangat sesuai untuk kegiatan rekreasi dan berenang serta pengembangan wisata dengan kategori berperahu, *banana boat* dan jet ski.

Penelitian Pramono & Ida Hayu (2017: 280-292) meneliti tentang Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Gunungkidul, bertujuan menentukan upaya apa yang telah dilakukan untuk meningkatkan sumber daya yang sudah ada dalam pengembangan wisata pantai dan kendala apa saja yang muncul di destinasi wisata pantai Kabupaten Gunungkidul. Fokus dari penelitian ini adalah strategi peningkatan sektor pariwisata khususnya wisata pantai dengan menggunakan analisis SWOT sebagai instrumen utama untuk mengukur lingkungan dan memperoleh analisis kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dibutuhkan dalam proses pengembangan wisata pantai. Hasil penelitian ditemui bahwa pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul masih ada indikator yang belum berhasil, terlihat dari belum meratanya sebaran pembangunan di beberapa destinasi unggulan dan masih minimnya kehadiran wisata asing yang berkunjung.

Penelitian Parzych (2017: 41-46) meneliti tentang *The Use Of European Funds For Tourism Development In Coastal Communes On The Baltic Coast*, bertujuan menganalisis penggunaan sumber daya keuangan dari dana Eropa untuk pengembangan pariwisata di Pantai Baltik Polandia. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tingkat dana Eropa jelas terkait dengan ukuran penyelesaian. Komune pesisir dengan jumlah penduduk yang lebih banyak, seperti Gdansk, Gdynia, Kolobrzeg dan Swinoujscie, memiliki jumlah yang jauh lebih tinggi termasuk dana yang dialokasikan untuk proyek-proyek yang berkaitan dengan peningkatan daya tarik dan pembangunan pariwisata.

Penelitian Gier, dkk (2017: 153-166) meneliti tentang *Community Perceptions of Scuba Dive Tourism Development in Bien Unido, Bohol Island, Philippines*, bertujuan menganalisis sudut pandang masyarakat saat ini tentang pengembangan wisata selam di Bien Unido. Hasil dari penelitian mengungkapkan secara keseluruhan anggota komunitas Bien Unido kemungkinan akan menyambut pengunjung ke komunitas mereka karena manfaat yang diharapkan terlepas dari eksternalitas lingkungan dan sosial negatif lainnya seperti peningkatan tekanan sumber daya dan hilangnya tradisi. Empat kota tambahan dipilih sebagai "situs pariwisata yang dikembangkan" untuk mengeksplorasi lebih lanjut dampak negatif dan positif dari wisata selam. Temuan ini mengungkapkan tantangan yang tidak disebutkan dalam wawancara

Bien Unido atau dalam survei wilayah termasuk perubahan harga dan investor swasta yang mengendalikan keputusan masyarakat.

Penelitian Udiyana, dkk (2018: 851-860) meneliti tentang *Advancement Strategy the Development of Competitiveness of Eco-Based Coastal Tourism Destination, Management Organization and Quality of Services*, bertujuan mengidentifikasi kondisi faktor *intern* dan *extern*, serta perumusan strategi inovasi pengembangan daya saing destinasi wisata pantai berbasis ekonomi, organisasi pengelola dan kualitas pelayanan. Hasil dari penelitian menerangkan bahwa kondisi faktor kekuatan yang menunjukkan kondisi alam pantai berpasir putih, air biru yang tenang dan dukungan masyarakat yang kuat. Organisasi dan pengelola Desa Pakraman diberikan kewenangan dan tanggung jawab penuh untuk mengelola destinasi wisata pantai ini.

Penelitian Marasinghe, dkk (2021: 100- 135) meneliti tentang *Nature Based Tourism Development In Coastal Wetlands Of Sri Lanka: An Importance Performance Analysis At Maduganga Mangrove Estuary*, bertujuan memahami kepuasan pengunjung untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang pengalaman pariwisata berbasis alam di destinasi wisata pesisir Muara Mangrove Maduganga. Analisis data menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian menerangkan bahwa pengunjung Muara Mangrove Maduganga umumnya puas dengan pengalaman berwisata mereka. Namun, atribut yang berkaitan dengan kualitas lingkungan

alam, persepsi keselamatan pengunjung, dan kualitas interpretasi yang diberikan oleh pemandu wisata masih kurang. Untuk itu perlunya menekankan pentingnya perlindungan lingkungan sambil memfasilitasi pengalaman rekreasi dan pariwisata.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagaimana terlampir di atas, penulis menemukan beberapa kesamaan fokus penelitian namun tidak menemukan kesamaan lokus penelitian. Kesamaan yang ditemukan antara lain beberapa penelitian terdahulu sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan wisata dan beberapa penelitian menggunakan alat analisis yang sama, yaitu analisis SWOT dalam merumuskan strategi pengembangan wisata. Beberapa perbedaan meliputi penelitian sebelumnya yang tidak membahas tentang potensi dan daya tarik wisata serta kondisi dari potensi daya tarik wisata, teori yang digunakan, lokasi penelitian dan metode yang digunakan dalam penelitian sehingga penelitian yang dilakukan penulis dapat dikatakan berbeda dan belum pernah dilakukan pada penelitian sebelumnya. Namun, dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan dalam hal kedalaman penulis menganalisis potensi dan daya tarik wisata, belum adanya menyinggung mengenai kendala dalam pengembangan wisata serta melibatkan stakeholder secara khusus dalam pengembangan wisata. Untuk itu diharapkan keberlanjutan dari penelitian ini yang membahas dengan topik penelitian yang sama, namun dengan fokus pembahasan yang lebih komplis dan tentunya berbeda.

1.6.2 Administrasi Publik

1.6.2.1 Definisi Administrasi Publik

Menurut Caiden (dalam Revida et al., 2020: 3) administrasi publik merupakan suatu komponen memutuskan, mengatur, merumuskan tujuan dan sasaran, bekerja sama dengan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan organisasi kemasyarakatan lainnya guna mendapatkan dukungan dari rakyat serta dana bagi program pemerintah, membangun dan menyelesaikan perubahan organisasi, komunikasi, kepemimpinan, pengelolaan dan lain sebagainya yang dilaksanakan oleh lembaga eksekutif dan lembaga pemerintahan lainnya, sedangkan menurut Pasolong (dalam Revida et al., 2020: 3) administrasi publik merupakan sekelompok orang atau lembaga yang bekerja sama dalam rangka melaksanakan tugas pemerintahan untuk memenuhi semua kebutuhan masyarakat secara maksimal. Menurut Ibrahim (dalam Revida et al., 2020: 3) administrasi publik adalah kegiatan manajemen pemerintah seperti merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengelola dengan adanya mekanisme kerja serta dukungan sumber daya manusia dalam upaya penyelenggaraan pemerintahan.

Menurut Caiden (dalam Mindarti, 2016: 3) administrasi publik adalah seluruh aktivitas administrasi untuk segenap urusan publik (*administration for the public affairs*). Menurut pendapat Pfiffner & Presthus (dalam Banga, 2018: 83-84) administrasi publik, yaitu (1) kebijakan pemerintah yang

diimplementasikan di mana kebijakan tersebut sudah ditentukan oleh badan-badan perwakilan politik, (2) sebagai kerjasama upaya-upaya perorangan maupun kelompok guna mengimplementasikan kebijakan pemerintah, (3) proses yang berkaitan dengan pelaksanaan kebijakan, pengarahan kecakapan dan memberikan arahan kepada sejumlah orang.

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan, disimpulkan bahwa administrasi publik merupakan sekelompok orang atau lembaga yang bekerja sama untuk mencapai tujuan publik, yaitu berorientasi kepada pelayanan masyarakat. Administrasi publik berhubungan dengan strategi pengembangan pariwisata karena juga merupakan bentuk kerjasama antar lembaga pemerintah dalam meningkatkan kualitas dari pariwisata untuk memberikan manfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar tempat wisata.

1.6.2.2 Ruang Lingkup Administrasi Publik

Menurut Nicholas Henry (dalam Keban, 2014: 8) ruang lingkup administrasi publik diamati melalui unsur-unsur berikut:

1. Organisasi publik, berkaitan mengenai perilaku dari birokrasi dan model organisasi.

2. Manajemen publik, berkaitan tentang sistem manajemen, yakni manajemen sumber daya manusia (SDM), anggaran program, produktivitas SDM, serta evaluasi program.
3. Implementasi, berkaitan dengan kebijakan publik dan implementasinya.

Menurut Pasolong (2010: 21) ruang lingkup administrasi publik di antaranya: (1) manajemen publik, (2) administrasi kepegawaian, (3) kepemimpinan, (4) kinerja dan etika administrasi publik, (5) birokrasi, (6) kebijakan publik, (7) serta pelayanan publik. Berdasarkan pemahaman mengenai ruang lingkup administrasi publik tersebut, strategi pengembangan pariwisata memiliki keterkaitan dengan ruang lingkup administrasi publik. Pengembangan pariwisata juga dilaksanakan oleh unsur-unsur dari organisasi publik, bagaimana perilaku dari Disparbud dalam menyikapi pengembangan pariwisata. Unsur manajemen publik untuk bagaimana mengelola pengembangan wisata agar berjalan dengan baik sesuai perencanaan serta berkaitan juga dengan pengelolaan anggaran program dan sumber daya manusia pariwisata. Unsur implementasi untuk mengimplementasikan strategi pengembangan yang sudah dirancang secara matang.

1.6.3 Manajemen Publik

Menurut Lynn (dalam Wijaya & Danar, 2014: 2) manajemen publik sebagai kegiatan kreatif yang dilakukan para praktisi yang tidak dapat dipelajari dengan cara

‘dihitung’, yang berarti bahwa manajemen publik merupakan kegiatan yang mempunyai tingkat fleksibilitas tinggi dan sangat bergantung pada situasi dan kondisi saat beroperasi. Menurut Mc Kevitt & Lawton (dalam Sudarmanto et al., 2020: 19-20) manajemen publik merupakan penelitian interdisipliner aspek umum organisasi perpaduan dari perencanaan, pengorganisasian, pengendalian fungsi manajemen dengan manajemen sumber daya manusia, sumber daya politik, informasi fisik dan keuangan. Manajemen publik juga merupakan penggabungan sumber daya manusia yang kompeten, skill dan keuangan dengan fungsi-fungsi manajemen, yaitu *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling*. Manajemen publik berkaitan dengan strategi pengembangan sebuah pariwisata karena dalam pengembangan wisata diperlukan adanya penggabungan sumber daya manusia yang kompeten, skill dan fungsi-fungsi manajemen agar tujuan pengembangan wisata dapat terwujud.

1.6.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menilai faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam spekulasi bisnis. Analisis SWOT juga merupakan alat yang terbentuk secara sistematis untuk mengelompokkan faktor yang digunakan untuk menentukan strategi perusahaan. Pendekatan SWOT didasarkan pada pemikiran logis yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Faktor-faktor yang diputuskan kemudian diterapkan dalam bentuk matriks SWOT, di mana aplikasinya menurut Fatimah (2016: 8):

- a. Bagaimana kekuatan dapat memanfaatkan peluang yang ada.
- b. Bagaimana cara mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada.
- c. Bagaimana menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman.
- d. Bagaimana mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman.

Menurut Kotler & Armstrong (dalam Chismastianto, 2017: 136) analisis SWOT adalah penilaian secara keseluruhan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan sumber daya yang ada, peluang eksternal dan ancaman yang dihadapi (Hartono dalam Chismastianto, 2017: 136) Menurut Farrel & Harline (dalam Setiawan, 2016) fungsi dari analisis SWOT, yakni untuk memperoleh suatu informasi dari analisis keadaan dan memisahkannya ke dalam pokok permasalahan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok permasalahan eksternal (peluang dan ancaman).

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor menurut Suarto (2017: 54) :

- a. *Strength* (kekuatan)

Kekuatan (*strength*) adalah kondisi kekuatan yang dimiliki suatu organisasi, proyek atau konsep bisnis saat ini. Kekuatan yang dianalisis adalah faktor yang dimiliki dalam organisasi itu sendiri, yakni kekuatan apa yang ada pada pariwisata sehingga pariwisata bisa dikembangkan menjadi lebih kuat hingga mampu bertahan dan bersaing untuk perkembangan pariwisata selanjutnya.

b. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan (*weakness*) merupakan kelemahan yang ada dalam organisasi, nantinya akan dianalisis sehingga dapat mengetahui semua faktor merugikan atau yang tidak memberikan manfaat bagi pengembangan objek wisata.

c. *Opportunities* (peluang)

Peluang (*opportunities*) adalah kondisi peluang yang terjadi dan berkembang di masa depan, kondisi yang terjadi merupakan peluang yang berasal dari luar pariwisata tersebut.

d. *Threats* (ancaman)

Ancaman (*threats*) merupakan keadaan yang mengancam pengembangan pariwisata yang berasal dari lingkungan luar. Ancaman ini bisa mengganggu suatu pengembangan atau kemajuan dari pariwisata.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Faktor internal ini dimasukkan ke dalam matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) dan faktor eksternal dimasukkan ke dalam matriks EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*). Setelah matriks dari faktor internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yakni matriks SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif. Matriks SWOT ini dapat mengilustrasikan peluang

dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal. Adapun hasilnya adalah empat alternatif strategi, yaitu:

1. *Strength – Opportunities* (SO Strategies), merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mempergunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang.
2. *Strength – Threats* (ST Strategies), merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mempergunakan kekuatan internal untuk mengurangi dampak ancaman dari luar.
3. *Weakness – opportunities* (WO Strategies), merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mengatasi kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang.
4. *Weakness – Threats* (WT Strategies), merupakan strategi yang dilakukan dengan cara mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal (Rahim & Enny, 2017: 11-12).

1.6.5 Pariwisata

Istilah pariwisata erat hubungannya dengan perjalanan wisata, yakni perpindahan sementara pada tempat tinggal seseorang di luar tempat tinggalnya karena bertujuan untuk tidak melakukan aktivitas yang menghasilkan uang. Oleh karena itu, perjalanan wisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih bertujuan memperoleh kesenangan dan ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga

dikatakan karena memiliki suatu kebutuhan yang ada hubungannya dengan kegiatan olahraga, konvensi, keagamaan dan keperluan usaha lainnya (Gamal dalam Mulyana et al., 2019: 42). Menurut Damanik & Weber, 2006; Attar et. al., 2013 (dalam Arif et al., 2017: 191-192) pariwisata adalah suatu kegiatan rekreasi atau perjalanan di luar tempat tinggal yang bertujuan mencari suasana baru. Pariwisata juga berperan penting dalam proses pembangunan nasional karena selain dapat memperoleh pendapatan sekaligus juga dapat menghasilkan devisa (Rani dalam Arif et al., 2017: 192).

Selanjutnya menurut Suwanto (dalam Rahmi, 2016: 77; Jayanti, 2019: 142) pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh perorangan maupun kelompok dari satu tempat menuju tempat lain yang sifatnya sementara dan berada di luar tempat tinggalnya. Diadakannya pariwisata karena terdapat berbagai kepentingan yang terlibat di dalamnya dengan tujuan memperoleh kesenangan. Menurut A.J Burkat (dalam Herdiana, 2019: 66-67) pariwisata didefinisikan sebagai berpindahnya orang-orang sementara dengan batasan waktu yang pendek menuju tujuan di luar tempat tinggal, tempat bekerja dan aktivitas mereka selama menetap di tempat tujuan tersebut. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata merupakan semua bentuk kegiatan wisata oleh wisatawan di mana kegiatan tersebut disokong dengan layanan wisata dan segala fasilitas yang sudah disediakan pemangku kepentingan pariwisata.

Menurut Primadany (dalam Kadarisman, 2021: 271) terdapat empat kriteria yang harus dipenuhi pariwisata, antara lain:

1. Perpindahan satu tempat menuju ke tempat lain, hal ini dilakukan di luar tempat tinggal dan menetap orang tersebut.
2. Perjalanan bertujuan hanya untuk mendapatkan kesenangan, bukan melakukan kegiatan yang dapat menghasilkan uang pada tempat tujuan wisata yang dikunjungi.
3. Wisatawan membawa uang dari negara asalnya untuk dibelanjakan, bukan didapatkan dari hasil usaha dalam melakukan perjalanan wisata.
4. Perjalanan tersebut dilakukan minimal satu hari atau lebih.

1.6.6 Pengembangan Pariwisata

Menurut Suwanto (dalam Pramono & Ida Hayu, 2017: 4) pengembangan berarti memperbaiki dan menyempurnakan yang sudah ada dalam rangka untuk mengembangkan produk dan jasa yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Adapun pengembangan pariwisata menurut Suwardjoko (dalam Jayanti, 2019: 142) adalah serangkaian usaha-usaha untuk mencapai suatu keterpaduan dan memanfaatkan berbagai macam sumber daya pariwisata, mengkoordinasikan semua unsur yang ada di luar pariwisata, baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung guna berlangsungnya pengembangan pariwisata.

Menurut Yoeti (dalam Jayanti, 2019: 143) ada tiga faktor kesuksesan dalam mengembangkan pariwisata sebagai suatu industri, antara lain:

1. Objek wisata dan atraksi wisata; keindahan alam, hasil kebudayaan, tata cara hidup masyarakatnya, serta festival adat dan upacara keagamaan.
2. Adanya aksesibilitas; sarana dan prasarana yang memungkinkan destinasi wisata dikunjungi oleh wisatawan.
3. Adanya amenities; sarana pada wisata berupa pemberian layanan kepada pengunjung selama dalam perjalanan wisata.

Menurut Suwanto (dalam Ismail, 2020: 61) dalam pengembangan suatu pariwisata harus dilakukan beberapa hal melalui:

- a. Promosi, merupakan upaya pemasaran yang perlu dilakukan secara terus menerus, baik dari dalam negeri maupun luar negeri,
- b. Aksesibilitas, salah satu unsur yang berperan penting menyokong wisata karena terkait pada pengembangan lintas sektor dan kawasan wisata.

Menurut Buhalis (dalam Chaerunnissa & Tri Yuningsih, 2020: 6-7) bahwa komponen pengembangan pariwisata terdiri dari:

1. Atraksi, merupakan segala hal yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata.

2. Aksesibilitas, merupakan fasilitas sarana dan prasarana yang diperlukan wisatawan untuk menuju destinasi wisata.
3. Amenitas, merupakan segala fasilitas pendukung yang diperlukan wisatawan untuk menunjang kenyamanan dan kesenangan dalam berkegiatan di destinasi wisata.
4. Akomodasi, merupakan penginapan/tempat singgah untuk beristirahat yang ada di lokasi wisata.
5. Aktivitas, merupakan kegiatan yang berhubungan dengan destinasi wisata yang akan memberikan pengalaman bagi wisatawan.
6. Layanan pendukung, merupakan dukungan yang difasilitasi oleh organisasi, pemerintah daerah, pengelola wisata dalam rangka menyelenggarakan kegiatan wisata (Cooper et al dalam Chaerunnissa & Tri Yuningsih, 2020: 7).

1.6.7 Wisata Pantai

Menurut Sobari wisata pantai adalah bentuk aktivitas wisata yang biasanya memanfaatkan sumber daya pantai (dalam Bibin et al., 2020: 73). Salah satu jenis wisata pantai, yaitu rekreasi pantai yang juga memanfaatkan sumber daya pantai seperti pasir putih, pemandangan, bentangan laut, dan perairan tepi laut (Yulianda et al dalam Bibin et al., 2020: 73). Rekreasi pantai bertujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan serta mengurangi perasaan stress dengan bersantai di pantai (Nugraha et al dalam Bibin et al., 2020: 74). Wisata pantai juga didefinisikan sebagai

wisata yang memanfaatkan keberadaan potensi sumber daya alam pantai beserta komponen pendorongnya, baik alami atau buatan maupun gabungan di antara keduanya.

Elemen fisik dari pantai yang bisa dijadikan sebagai lokasi untuk melakukan kegiatan wisata disebut sebagai objek wisata pantai yang terdiri dari:

- a. Pantai, merupakan area yang berada antara daratan dan lautan serta merupakan pemanfaatan potensi objek wisata mulai dari kegiatan pasif maupun aktif.
- b. Permukaan laut, terdapat ombak dan angin sehingga permukaan laut mempunyai potensi yang bersifat rekreatif dan bermanfaat.
- c. Daratan sekitar pantai, area yang berfungsi sebagai tempat rekreasi sehingga membuat pengunjung akan lebih lama menikmatinya.

1.6.8 Potensi Wisata

Menurut Marotti (dalam Arianti, 2019: 134) potensi wisata merupakan segala sesuatu yang ada pada daerah tujuan wisata dan menarik minat wisatawan mengunjungi destinasi tersebut. Pendit (dalam Paramitha, 2022: 3) potensi wisata adalah semua yang ada pada daerah wisata dan memiliki manfaat untuk pengembangan pariwisata daerah tersebut baik berupa situasi, kondisi, benda maupun jasa. Potensi wisata adalah segala hal dalam keadaan baik yang nyata dan tidak dapat diraba yang digarap, disediakan dan diatur sedemikian rupa sehingga dapat

bermanfaat dalam pengembangan pariwisata, baik berupa suasana, kejadian, benda maupun jasa-jasa (Heryati, 2019: 62). Potensi wisata juga merupakan segala yang ada di daerah yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata (Darmadjarti dalam Nugraha, 2020: 29). Potensi wisata menurut Yoeti dibagi menjadi tiga jenis, yaitu (Nugraha, 2020: 30-31):

- a. Potensi alam, yaitu suatu daya tarik wisata yang berupa keanekaragaman hayati, misalnya bukit, sawah, hutan dan pantai. Di wilayah geografis keanekaragaman hayati dan hewani tidak sama dengan yang lainnya karena masing-masing mempunyai manfaat dan keunikan sehingga potensi alam sering kali menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata.
- b. Potensi budaya, yaitu setiap karsa, karya, dan ciptaan masyarakat setempat yang merupakan warisan budaya turun temurun seperti kain adat, adat istiadat, norma, seni lukis, seni tari, kerajinan tangan dan semua peninggalan-peninggalan masa lalu, baik benda yang berwujud maupun tidak berwujud.
- c. Potensi wisata buatan, bentuk dari wisata buatan bergantung pada karakteristik suatu daerah dan adat istiadatnya. Namun, juga bergantung pada kemajuan, dorongan dan kreativitas masyarakat dalam mengembangkan destinasi wisatanya.

1.6.9 Daya Tarik Wisata

Menurut Yoeti (dalam Yenida & Saad, 2018: 70) istilah daya tarik wisata berasal dari kata *tourist attractions* yang berarti sebagai suatu hal yang menarik dan indah untuk dinikmati wisatawan bila berkunjung pada destinasi wisata. Menurut Witt (dalam Basiyah & Hasan, 2012; Yenida & Saad, 2018: 70) daya tarik wisata merupakan sebuah motivasi utama bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, bahwa daya tarik wisata adalah semua yang unik, mudah dan bernilai berupa keragaman pada kekayaan alam, budaya dan karya buatan manusia yang menjadi alasan berkunjungnya wisatawan. Daya tarik wisata merupakan semua hal yang unik, asli, indah yang menjadi motivasi bagi pengunjung untuk mengunjunginya (Sammeng dalam Wiradipoetra & Erlangga, 2016: 131). Daya tarik wisata juga merupakan unsur utama yang harus ada dalam produk wisata (Pitana dalam Wiradipoetra & Erlangga, 2016: 131). Menurut Nyoman (dalam Nurlestari, 2016: 2) daya tarik wisata merupakan semua yang menarik untuk dilihat dan dikunjungi. Destinasi wisata diklasifikasikan ke dalam empat daya tarik, sebagai berikut:

1. *Natural attraction*; berupa bentang alam seperti, laut dan daratan
2. *Building attraction*; berupa arsitektur dan bangunan bersejarah, modern, dan monumen serta peninggalan arkeologi.

3. *Managed visitor attraction*; area wisata yang dikelola pemerintah dan pihak swasta.
4. *Cultural attraction*; festival budaya, museum, musik, tarian tradisional, dan kampung budaya (Witt dalam Basiya & Hasan, 2012; Nurlestari, 2016: 2-3).

Terdapat tiga syarat daerah wisata untuk dijadikan sebagai destinasi wisata sehingga mempunyai daya tarik untuk dikunjungi oleh pengunjung potensial menurut Triyono (2018), yaitu:

- a. Daerah itu harus memiliki “ sesuatu untuk dilihat “, artinya daerah tujuan wisata harus mempunyai sebuah daya tarik khusus, mempunyai atraksi wisata yang bisa dijadikan sebagai *entertainments* untuk menarik pengunjung berkunjung.
- b. Daerah itu harus memiliki “ sesuatu untuk dilakukan “, artinya tidak hanya untuk dinikmati keindahannya, tetapi juga disertai fasilitas rekreasi yang membuat wisatawan nyaman.
- c. Daerah itu harus memiliki “ sesuatu untuk dibeli “, artinya destinasi wisata perlu menyediakan sarana untuk berbelanja, terutama untuk kerajinan masyarakat dan *souvenir*. Selain itu, perlu adanya fasilitas bank, kantor pos, dan lain-lain.

1.7 Operasionalisasi Konsep

1.7.1 Potensi Wisata dan Daya Tarik Wisata

Potensi wisata merupakan semua sumber daya yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata tertentu yang bisa dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata dan dapat memberikan keuntungan bagi ekonomi masyarakat dengan memperhatikan aspek-aspek lainnya, sedangkan daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang unik yang dimiliki oleh destinasi wisata sehingga menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata. Dengan demikian, potensi dan daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang sifatnya unik, asli yang dimiliki destinasi wisata dan dapat dikembangkan menjadi sebuah daya tarik wisata sehingga wisatawan mempunyai keinginan untuk berkunjung. Potensi dan daya tarik wisata dapat dilihat dari 3 (tiga) komponen pariwisata, yaitu:

- a. Atraksi wisata,** merupakan sebuah komponen dari pariwisata yang berkaitan dengan daya tarik wisata. Fungsi dari daya tarik wisata ini untuk menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata melalui atraksi wisata yang ditawarkan.
- b. Amenitas,** merupakan berbagai sarana dan prasarana penunjang yang harus disediakan oleh pihak pengelola objek wisata dan menunjang kenyamanan wisatawan selama melakukan kegiatan wisata pada objek wisata.

- c. **Aksesibilitas**, merupakan berbagai bentuk sarana transportasi dan infrastruktur penunjang yang menjamin kemudahan bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata. Keberadaan aksesibilitas berperan penting dalam wisata karena mendukung mobilitas pengunjung untuk berwisata.

1.7.2 Strategi Pengembangan Wisata

Strategi pengembangan adalah satu kesatuan rencana atau upaya yang dilakukan dan bersifat komprehensif serta terpadu untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi pariwisata pada destinasi wisata. Terdapat dua faktor dalam pengembangan wisata pantai, yaitu:

a. Faktor internal

Faktor ini terdiri dari faktor kekuatan (*strength*) dan faktor kelemahan (*weakness*). Faktor kekuatan adalah kekuatan apa saja yang dimiliki oleh daerah wisata sehingga daerah wisata tersebut bisa dikembangkan menjadi lebih kuat hingga sanggup bertahan dan bersaing demi perkembangan daerah wisata selanjutnya, sedangkan faktor kelemahan adalah kekurangan yang ada pada wisata yang dapat menghambat pengembangan wisata selanjutnya.

b. Faktor eksternal

Faktor ini terdiri dari faktor peluang (*opportunities*) dan faktor ancaman (*threats*). Faktor peluang adalah kesempatan di masa depan yang dapat menjadi peluang bagi pengembangan wisata, sedangkan faktor ancaman merupakan suatu keadaan yang mengancam pengembangan pariwisata dari luar. Ancaman ini bisa menghambat pengembangan wisata yang akan berlangsung nantinya.

Dalam merumuskan strategi pengembangan wisata pantai ini menggunakan analisis SWOT yang membandingkan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Faktor internal ini kemudian dimasukkan ke dalam matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) dan faktor eksternal dimasukkan ke dalam matriks EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*). Setelah matriks dari faktor internal dan eksternal selesai disusun, selanjutnya hasil dimasukkan dalam model kuantitatif, yakni matriks SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sehingga dapat menghasilkan empat strategi pengembangan.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian kegiatan penelitian dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang telah diperoleh tersebut untuk menjadi sebuah informasi. Dalam suatu penelitian memiliki suatu rancangan penelitian untuk

dapat menggambarkan tahapan yang harus dilalui oleh peneliti meliputi waktu, tempat penelitian, teknik mengumpulkan data, sumber data dan analisis data yang diperoleh. Rancangan penelitian ini sangat penting untuk melihat metode penelitian mana yang lebih tepat untuk digunakan sehingga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian.

1.8.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan *mixed method*. Pendekatan *mixed method* (kombinasi) menurut Creswell & Clark (dalam Iskandar et al., 2021: 2-3) fokus dari metode kombinasi adalah mengumpulkan, menganalisis dan menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian. Metode ini secara langsung membimbing para peneliti dalam mengumpulkan, menganalisis data dan menggabungkan proses kuantitatif dan kualitatif. Menurut Aramo (dalam Iskandar et al., 2021: 2-3) metode kombinasi merupakan suatu pendekatan yang menggabungkan atau mengasosiasikan bentuk kualitatif dan kuantitatif dalam satu rangkaian penelitian, yang mana metode ini memberikan keluasan dalam memahami masalah penelitian. Tujuan desain penelitian kombinasi untuk saling melengkapi gambaran hasil penelitian tentang kejadian yang diteliti dan memperkuat analisis penelitian dalam merumuskan strategi pengembangan wisata Pantai Gandorah di Kota Pariaman.

1.8.2 Situs Penelitian

Situs penelitian merupakan lokasi dilakukannya suatu penelitian. Dalam penelitian ini penulis mengambil lokus di Pantai Gandoriah Kota Pariaman, Sumatera Barat, sedangkan fokusnya adalah strategi pengembangan wisata pantai.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan informan baik perorangan maupun kelompok yang diamati untuk memberikan suatu informasi terkait topik yang diteliti. Pada penelitian ini, penulis menentukan suatu subjek penelitian berdasarkan pada pertimbangan pihak-pihak yang dapat memberikan informasi mengenai strategi pengembangan Wisata Pantai Gandoriah Kota Pariaman yang diwakili oleh:

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman
2. Masyarakat setempat/Pokdarwis
3. Pengunjung wisata/wisatawan

Populasi merupakan keseluruhan dalam objek penelitian. Selain itu, populasi juga dianggap sebagai individu atau objek penelitian yang nantinya digali data-data yang ada dalam sebuah kerangka penelitian (Anggara, 2015: 96). Jumlah populasi wisatawan dalam industri pariwisata bersifat fluktuatif yang bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan, seperti kondisi

ekonomi dan peristiwa bencana alam. Oleh karena itu, penulis mengambil populasi sebanyak 100 orang pengunjung wisata Pantai Gandorih. Penulis juga mengambil populasi sebanyak 31 orang Disparbud untuk menilai faktor internal dan eksternal dalam analisis SWOT Pantai Gandorih.

Sampel merupakan sekelompok kecil yang terdiri dari beberapa subjek yang ditemukan dalam sebuah populasi (Anggara, 2015: 96-97). Sebelumnya, telah dibahas mengenai populasi pada penelitian ini sehingga sampel yang digunakan merupakan sebagian populasi yang sudah ditentukan di atas. Di dalam menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan rumus slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (\alpha)^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : populasi

α : koefisien penelitian (5% atau 0,05)

$$n = \frac{100}{1 + 100 (0,05)^2}$$

n = 80 (pengunjung wisata)

$$n = \frac{31}{1 + 31 (0,05)^2}$$

n = 29 (Disparbud Kota Pariaman)

Pokdarwis merupakan informan dalam penelitian untuk memberikan informasi mendalam mengenai identifikasi faktor internal dan faktor eksternal dalam analisis SWOT serta informasi mengenai potensi daya tarik wisata yang dimiliki Pantai Gandoriah, sedangkan Disparbud merupakan informan dalam penelitian untuk memberikan informasi mengenai identifikasi faktor internal dan eksternal dalam analisis SWOT, menilai faktor internal dan eksternal dan memberikan informasi mendalam tentang potensi daya tarik Pantai Gandoriah. Pengunjung wisata/wisatawan merupakan responden dalam penelitian untuk memberikan penilaian terhadap kondisi daya tarik wisata Pantai Gandoriah Kota Pariaman. Dalam melakukan pengambilan sampel, penulis menggunakan metode teknik *random sampling* dengan menentukan sampel secara acak sesuai dengan sampel yang telah ditentukan.

1.8.4 Jenis Data

Dalam penelitian deskriptif dengan pendekatan *mixed method* (dalam Iskandar et al., 2021: 2-3) data yang didapatkan kompleks yang berupa hasil kuesioner yang berbentuk data numerik dan berupa informasi yang dihimpun dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman, Pokdarwis dan pengunjung wisata untuk mendeskripsikan suatu peristiwa yang diamati. Penelitian ini

dibatasi pada upaya mengungkap fakta terkait strategi pengembangan Wisata Pantai Gandorih Kota Pariaman. Hasil pada penelitian ini ditekankan untuk memberikan gambaran secara objektif mengenai kondisi yang sebenarnya dari objek yang diteliti.

1.8.5 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yakni:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumber penelitian. Di dalam penelitian ini, data didapatkan melalui hasil observasi, wawancara dan kuesioner tentang strategi pengembangan Wisata Pantai Gandorih di Kota Pariaman.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung dari sumber penelitian atau diperoleh melalui beberapa dokumen, laporan, buku, artikel ilmiah dan lain sebagainya yang relevan.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data sebagai berikut:

1. Wawancara (*interview*)

Teknik ini merupakan cara mengumpulkan data melalui tanya jawab dengan informan secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman, Pokdarwis yang dibantu dengan alat *voice recorder* dan buku catatan.

Jenis-jenis teknik wawancara ada 2 (dua), yaitu:

- a. Teknik wawancara terarah (terstruktur); merupakan sistem tanya jawab yang teratur dan berfokus pada pengumpulan data penelitian yang relevan saja. Teknik wawancara ini menggunakan pedoman wawancara dan hal-hal yang ditanyakan secara rinci kepada informan. Teknik wawancara ini merupakan teknik yang digunakan oleh penulis, di mana penulis mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah dirancang sebelumnya sehingga dapat mengetahui hal-hal yang mendalam mengenai strategi pengembangan Wisata Pantai Gandoriah.
- b. Teknik wawancara tidak terarah (tidak terstruktur); merupakan sistem tanya jawab yang tidak terarah. Peneliti menetapkan topik dan tujuan penelitian setelah melakukan wawancara. Akibatnya terjadi ketidakefisienan dalam waktu, biaya, dan tenaga peneliti.

2. Observasi (pengamatan)

Teknik observasi merupakan teknik dalam mengumpulkan data dengan mengamati dan disertai dengan catatan-catatan mengenai keadaan atau objek sasaran. Teknik ini dilakukan oleh penulis untuk mengetahui aktivitas, kondisi dan situasi pengembangan Wisata Pantai Gandorih Kota Pariaman. Pengamatan yang dilakukan penulis adalah pengamatan lingkungan wisata, sarana dan prasarana yang ada, aktivitas pengunjung dalam area wisata dan atraksi wisata yang ada di Pantai Gandorih.

3. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik dalam mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan yang dibutuhkan dalam penelitian untuk dijawab oleh responden. Kuisisioner ini berbentuk pilihan ganda yang memuat angka dengan skala *likert* dalam ordinal. Pada pelaksanaannya responden memilih menjawab setiap indikator yang telah diberikan skala angka yang menandakan ukuran kepuasan. Dalam penelitian ini, kuesioner yang dibagikan sebanyak 29 buah untuk Disparbud Kota Pariaman guna memperoleh data mengenai penilaian atas faktor internal dan eksternal Pantai Gandorih, 80 kuesioner dibagikan untuk pengunjung wisata guna memperoleh informasi mengenai kondisi potensi daya tarik wisata Pantai Gandorih.

4. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan pengumpulan data melalui catatan pada peristiwa yang telah berlalu. Pada penelitian ini, dokumentasi sebagai sumber untuk memperoleh data sekunder dan penelitian kepustakaan mengenai strategi pengembangan wisata pantai dari jurnal-jurnal dan artikel yang ditemukan.

1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data merupakan sebuah tahapan mengelola dan menggabungkan data untuk menemukan pola terkait hal-hal penting. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data eksploratori sekuensial yang merupakan pengumpulan dan analisis data kualitatif terlebih dahulu yang setelahnya diikuti dengan pengumpulan dan analisis data kuantitatif. Pada tahap ini, data yang didapatkan dari wawancara dan pengamatan serta penyebaran kuesioner di lapangan akan dikelompokkan menurut pokok-pokok suatu permasalahan di dalam rumusan masalah. Selanjutnya, data tersebut dianalisis untuk menjawab atas pertanyaan-pertanyaan penelitian, serta menyimpulkan hasil penelitian. Pada penelitian ini, analisis data menggunakan analisis eksploratori sekuensial (Terreal, 2012; Creswel, 2008; Cameron, 2009; dalam Solihat et al., 2015: 205) terdiri dari:

1. Pengumpulan data; merupakan aktivitas peneliti bertujuan mendapatkan data yang relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Dalam analisis eskploratori sekuensial ini data kualitatif dikumpulkan terlebih dahulu dan setelahnya data kuantitatif baru dikumpulkan.

2. Reduksi data; merupakan suatu tahapan memilih atau menyederhanakan data yang telah diperoleh. Data tersebut kemudian dirangkum, jawaban dari subjek penelitian tetap utuh sehingga ada keobjektifan suatu data. Reduksi data berguna untuk memberikan gambaran secara tajam mengenai hasil pengamatan sehingga memudahkan penulis dalam melakukan analisis.
3. Penyajian data; merupakan data yang sudah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk penjelasan singkat, grafik, diagram, tabel dan lain sebagainya. Pada penelitian ini, data disajikan secara deskripsi yang menjelaskan dan mendeskripsikan suatu objek penelitian.
4. Penarikan kesimpulan; adalah hasil akhir dari pembicaraan. Penarikan kesimpulan ini oleh peneliti bersifat sementara, di mana selama penelitian, peneliti juga dapat menemukan bukti yang lebih. Pada tahap ini, penulis mulai memahami hal-hal terkait penelitian sehingga mempermudah dalam penarikan kesimpulan.

1.8.8 Kualitas Data

Menurut Sugiyono (2008: 273) teknik triangulasi adalah teknik dalam mengumpulkan data yang menggabungkan sumber data yang ada dengan teknik pengumpulan data penelitian. Terdapat tiga macam teknik triangulasi:

1. Triangulasi sumber; merupakan teknik memeriksa suatu kebenaran data dengan beberapa sumber data penelitian.
2. Triangulasi teknik; merupakan teknik memeriksa suatu kebenaran data dengan sumber penelitian yang sama tetapi menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda.
3. Triangulasi waktu; merupakan teknik memeriksa suatu kebenaran data dengan beberapa teknik pengumpulan data dalam waktu yang berbeda.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik triangulasi sumber yang menguji suatu kebenaran data dengan menganalisis sumber data penelitian, di mana tidak hanya berfokus pada wawancara satu informan saja, melainkan juga wawancara terhadap informan yang berbeda serta juga melakukan penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Kemudian, data kualitatif dari hasil wawancara diuji kebenarannya melalui analisa dengan analisis observasi, dokumentasi yang telah dilakukan, sedangkan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner diuji kebenarannya melalui uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang digunakan. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian diuji

menggunakan aplikasi *SPSS for Windows* versi 24 dengan cara mengkorelasikan skor yang didapatkan pada masing-masing item pernyataan dengan total skor individu.