

Evaluasi dan Optimalisasi Fasilitas Taman Hiburan Wisata Bahari Lamongan di Era New Normal

Bramantyo Bhaskoro, Mahmud Mustain, dan Suntoyo
Departemen Teknik Kelautan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)
e-mail: mmustain@oe.its.ac.id

Abstrak—Terjadinya pandemi virus COVID 19 di Indonesia sangat berpengaruh bagi segala sektor, khususnya sektor pariwisata. *Optimalisasi* adalah suatu usaha untuk mencapai hasil yang ideal dengan mengamati secara detail sesuatu hal atau benda dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau penyusunnya untuk dikaji lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menilai tingkat kelayakan beroperasinya Wisata Bahari Lamongan di era *new normal* yang diharapkan mampu membuat masyarakat tak lagi takut untuk berpariwisata. Dasar teori yang digunakan untuk penilaian kelayakan adalah *Integrated Beach Value Index* dalam menilai kelayakan, Pembobotan materi yang akan dianalisa lebih dalam antara lain fasilitas pendukung, protokol kesehatan, ekonomi, dan pemahaman masyarakat. Pengambilan data penilaian untuk penelitian menggunakan *teknik survei*. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membawa dampak positif pada lokasi penelitian serta membantu pihak terkait sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan.

Kata Kunci—COVID-19, *Integrated Beach Value Index*, Protokol Kesehatan, Taman Hiburan, Wisata Bahari Lamongan.

I. PENDAHULUAN

INDONESIA seperti yang kita ketahui merupakan negara berkembang yang memiliki berbagai macam pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya karena Indonesia memiliki bermacam-macam suku, adat istiadat, dan kebudayaan serta letak geografis negara Indonesia sebagai negara tropis yang menghasilkan keindahan alam dan satwa [1]. Kabupaten Lamongan merupakan kabupaten yang terletak di pesisir Pulau Jawa. Kabupaten Lamongan menyimpan banyak potensi wisata yang meliputi keanekaragaman hayati, keindahan bentang alam dan potensi wisata pesisir.

Potensi tersebut jika ditingkatkan maka akan berdampak positif kepada masyarakat sekitar maupun pemerintah. Pemanfaatan sumberdaya wilayah pesisir dapat menciptakan kesejahteraan yang optimal dan berkelanjutan bagi masyarakat sekitar objek wisata, manakala hubungan antar sistem dalam wilayah tersebut dapat terpelihara dengan baik. Pemanfaatan wilayah pesisir mempunyai banyak tujuan pada berbagai macam aktivitas ekonomi yang ada. Dampak dari suatu aktivitas ekonomi yang satu terhadap yang lain mempunyai potensi saling merugikan manakala tidak diatur keselarasannya [2].

Wisata Bahari Lamongan merupakan salah satu upaya pemerintah daerah untuk menghadirkan konsep wisata tanpa mengabaikan lingkungan, dimana ekowisata ini juga merupakan pemanfaatan daerah pesisir Kabupaten Lamongan sebagai salah satu potensi di bidang destinasi pariwisata. Taman hiburan Wisata Bahari Lamongan adalah salah satu potensi di

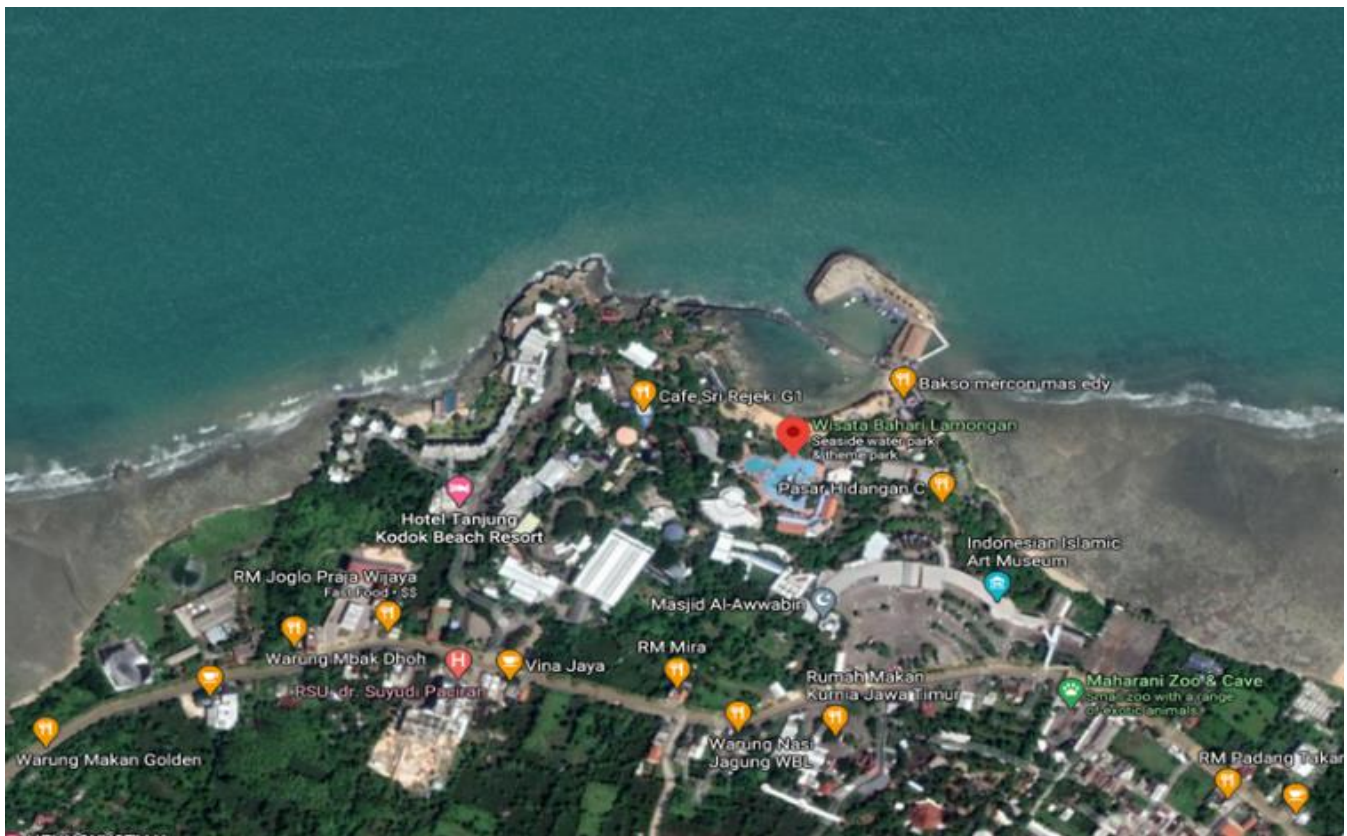
bidang pariwisata Kabupaten Lamongan yang menyuguhkan taman hiburan di pinggir pantai utara Lamongan. Lokasi Wisata Bahari Lamongan sendiri cukup strategis berada di jalur pantai utara dan berdekatan dengan lokasi wisata yang lain seperti Goa Maharani dan Tanjung Kodok *resort* (Gambar 1). Banyak fasilitas yang disediakan oleh Wisata Bahari Lamongan tetapi tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Faktor lain juga sangat mempengaruhi kepuasan tersebut, diantaranya adalah kualitas layanan, kebersihan, harga dan lokasi.

Selain wisata yang edukatif, wisata ini juga dilengkapi wisata-wisata lainnya. Seperti perahu dengan ombak yang bersahabat di pesisir laut dengan harga tiket yang sangat terjangkau bagi para pengunjung objek wisata. Ada juga menjadikan tempat wisata ini dibangun beberapa tempat berfoto yang sengaja di buat oleh pihak pengelola dan juga jembatan-jembatan yang di bangun dan di hias sedemikian rupa yang bertujuan untuk menarik perhatian kaum milenial untuk mengunjungi taman hiburan Wisata Bahari Lamongan. Beberapa hal di atas lah yang membuat Wisata Bahari Lamongan layak untuk dikunjungi oleh wisatawan. Wisata Bahari Lamongan.

Setelah terjadinya Pandemi COVID-19 di Indonesia, Industri Pariwisata adalah salah satu industry yang sangat terpengaruhi oleh adanya Pandemi COVID-19. Wisata Bahari Lamongan Sempat tidak beroperasi selama 3 Bulan dikarenakan penularan virus yang cenderung mudah, masyarakat cenderung memilih menghindari tempat keramaian. maka dari itu keberlanjutan pariwisata merupakan suatu proses yang berlanjut dalam mengawasi dampak serta implementasi dari pencegahan dalam suatu aktivitas pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tingkat keberlanjutan Wisata Bahari Lamongan di era *new normal*. Pendekatan dan jenis penelitian bersifat deskriptif dengan menggunakan metode survei dan observasi lapangan. Parameter dalam penelitian ini adalah *Integrated Beach Value Index*

Berdasarkan uraian diatas maka penulis bertujuan untuk meneliti dan mengevaluasi fasilitas Wisata Bahari Lamongan dalam beroperasi di era *new normal* dan meningkatkan nilai wisata daerah tersebut menggunakan perhitungan metode *Integrated Beach Value Index*.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan untuk mengetahui cara mengevaluasi wisata pesisir antara lain Harahab (2011), mengenai valuasi ekonomi ekosistem hutan *mangrove* dalam perencanaan wilayah pesisir. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dimana analisis kuantitatif



Gambar 1. Peta Wisata Bahari Lamongan (WBL).

deskriptif maupun penjelasan kualitatif akan menggambarkan tentang karakteristik ekosistem hutan mangrove dan daya dukungnya terhadap perikanan [2].

Wahyuni (2015), mengenai Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Wonorejo, Kecamatan Rungkut Surabaya. Materi yang dikaji dalam penelitian ini adalah persepsi dan partisipasi masyarakat lokal. Mengumpulkan data melalui wawancara yang dibantu menggunakan kuisioner. Kemudian hasil yang diperoleh selanjutnya akan dianalisis dengan bantuan analisa SWOT. Sehingga hasil analisa SWOT merupakan hasil penelitian yang akan membantu dalam upaya mencari alternatif strategi pengembangan ekowisata mangrove Wonorejo [3].

Primadany (2013), mengenai nalisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk. Menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Di sini peneliti bermaksud akan menggambarkan tentang analisis strategi pengembangan di sektor pariwisata daerah di Kabupaten Nganjuk beserta faktor penghambatnya dalam pengembangan pariwisata di daerahnya [1].

Akbar (2013), mengenai proses studi analisa indeks evaluasi pada beberapa pantai yang terdapat di Sumatera Utara, Khususnya pada Kabupaten Serdang Bedagai, yakni Pantai Cermin, pantai Pondok Permai dan Pantai Sri Mersing. Materi yang dikaji dalam penelitian ini adalah menghitung nilai *beach recreational index* pada pantai wisata yang telah ditentukan oleh parameter *beach indicators* (BI), *beach user's perception*

(KI), dan indikator dari *beach economic value* (MI) sehingga menjadi *integrated beach value index* (IBVI).

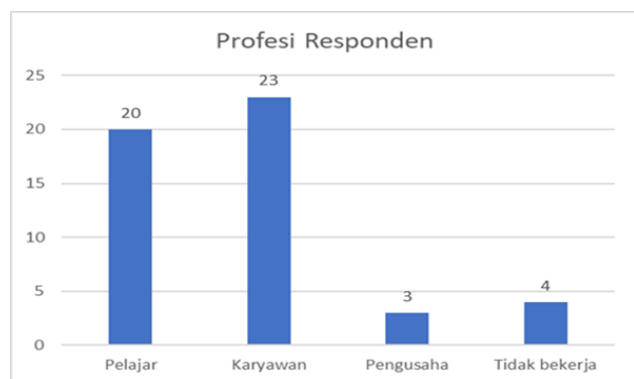
Dermawan (2013), mengenai *Beach Recreational Index* untuk Pantai-Pantai di Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatra Utara. Menggunakan penghitungan *beach recreational index* yang digunakan sebagai perbandingan antara pantai wisata satu dengan yang lainnya, juga sebagai evaluasi untuk meningkatkan indeks evaluasi pantai wisata [4].

Integrated beach value index dapat digunakan untuk sertifikasi yang dapat dijadikan dasar untuk spesifikasi kriteria dan karakteristik pantai wisata. Evaluasi *beach recreational index* dipenelitian ini telah didesain menjadi tiga.

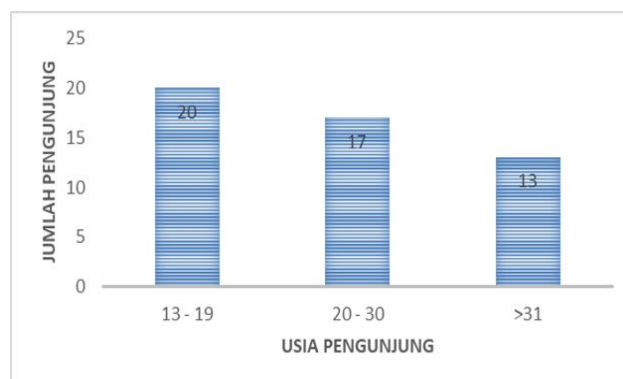
Beach index, mendeskripsikan dan mengevaluasi kesesuaian kebutuhan pantai untuk tujuan pariwisata. Mendeskripsikan dan mengevaluasi lokasi pantai tersebut apakah layak atau kurang untuk kawasan wisata.

Knowledge index, suatu perilaku dan opini mencerminkan persepsi pengunjung terhadap nilai jual suatu lokasi wisata dan mengukur sejauh mana pengunjung mengetahui lokasi wisata tersebut. Di definisikan sebagai *knowledge Index* yang menyangkut cara penyebarluasan tentang keberadaan wisata dan cara menyampaikan terhadap pengunjung.

Monetary index, ditujukan untuk memoneter efek dari pantai dalam indikator ekonomi, ditentukan dari pasar dan ketertarikan pribadi atau dari ketertarikan umum maupun dari institusi. Didefinisikan juga mengenai dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar terhadap objek wisata dan mengukur sejauh mana peran masyarakat dalam menyikapi keberadaan objek wisata.



Gambar 2. Profil jenis profesi responden.



Gambar 3. Profil usia pengunjung.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Identifikasi Masalah

Proses dan analisa penyebab masalah atau inventarisasi masalah. Pada tahap awal penelitian ini peneliti akan menentukan objek serta lokasi yang akan diteliti dengan memperhatikan manfaat yang akan didapatkan dari penelitian tersebut. Adapun objek yang diteliti yaitu Wisata Bahari Lamongan yang terletak di Kabupaten Lamongan, tepatnya di Kecamatan Paciran. Peneliti memilih Wisata Bahari Lamongan dikarenakan kurang optimalnya fasilitas objek wisata tersebut ketika beroperasi di masa pandemi COVID 19.

B. Perumusan Masalah

Pada tahap ini bertujuan untuk mempertanyakan suatu fenomena atau kejadian, baik dalam kedudukannya sebagai fenomena atau kejadian mandiri, maupun dalam kedudukannya sebagai fenomena yang saling terkait di antara fenomena yang satu dengan yang lainnya. Langkah ini dilakukan setelah menentukan objek yang akan diteliti. Rumusan masalah pada penelitian ini meliputi: kondisi fasilitas eksisting, faktor apa yang dapat meningkatkan *Integrated Beach Value Index* dan bagaimana cara meningkatkan *Integrated Beach Value Index* pada Wisata Bahari Lamongan.

C. Studi Literatur

Penelusuran literatur ini ditujukan untuk lebih memperjelas permasalahan yang ada, pengetahuan tentang *coastal management*, tentang pantai wisata, protokol kesehatan pemerintah dan hal-hal yang mempengaruhinya. Peneliti mempelajari permasalahan-permasalahan yang mirip dengan apa terjadi pada penelitian-penelitian sebelumnya, baik dari segi lokasi, parameter yang ditinjau, metode yang digunakan, dan data statistik. Literatur ini didapatkan dari buku, jurnal ilmiah, tugas akhir, *website* dan sebagainya. Pada tahap ini dilakukan survei lapangan sepanjang area studi dan pada titik tertentu.

D. Survei Lapangan

Pengumpulan data bertujuan untuk memudahkan penelitian dalam menganalisis suatu masalah. Pengumpulan data akan diambil langsung dari lapangan atau survei lapangan. Survei lapangan pada Bulan Oktober 2020. Data-data yang diperlukan

terdiri dari data para responden, data rata-rata banyaknya pengunjung yang datang perhari dan data fasilitas-fasilitas yang tersedia, yang mana data-data tersebut dapat diperoleh dari instansi-instansi terkait.

E. Kecukupan Kriteria Survei

Kecukupan kriteria Survei dibutuhkan untuk mengetahui dan menentukan apakah data yang didapatkan dari survei lapangan sudah mencukupi atau kurang mencukupi, sehingga harus dilakukan survei lapangan ulang. Adapun kriteria yang dibutuhkan pada penelitian ini sebanyak 50 orang.

F. Polling (Evaluasi Pantai)

Pengambilan data sampel dipenelitian ini menggunakan metode teknik survei yang terdiri dari dua metode yaitu, wawancara langsung dan membagikan kuisioner kepada para responden di lokasi wisata.

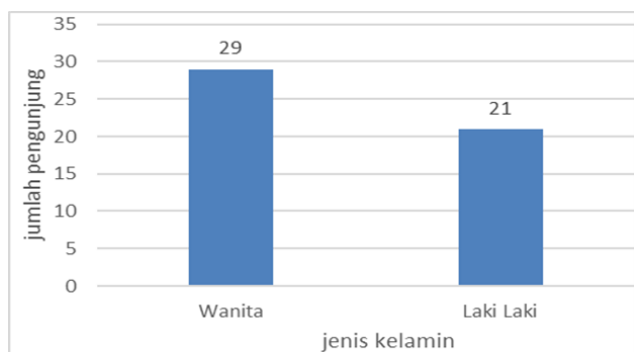
Dalam melakukan sampling ada dua cara yang bisa digunakan yaitu *probability sampling*, teknik pengambilan sampel memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Bobot dalam *probability sampling* tidak dibedakan menurut umur, jenis kelamin, pekerjaan, status pendidikan, status ekonomi dan status pernikahan. Semua akan dibobotkan sama dalam *probability sampling*, sehingga penelitian bisa mendapat banyak sampel dari suatu objek lokasi penelitian. *Non probability sampling* setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel [5].

Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, agar setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Sehingga penelitian bisa mendapat banyak sampel dari suatu objek lokasi penelitian.

G. Proses Hasil Survei

Proses hasil survei bertujuan untuk memproses dan menghitung data yang didapatkan dari hasil survei sehingga menghasilkan nilai *Integrated Beach Value Index* pada Wisata Bahari Lamongan. Peneliti menggunakan rumus sebagai berikut [6]. Indeks hasil untuk setiap pernyataan adalah berikut ini:

$$\sum_{i=1}^{65} = (\sum PJ \times 3 + \sum PJ \times 2 + \sum PJ \times 1)$$



Gambar 4. Profil jenis kelamin responden

Tabel 1.
Beach index (sarana dan kebersihan)

<i>Beach Index</i>	Index Penilaian			<i>Index Hasil</i>	<i>Index Max</i>
	52	286	465	803	1050
<i>Beach Index = Index Hasil/Index Max</i>					0.764

Tabel 2.
Knowledge index

Index Knowledge	Index Penilaian			<i>Index Hasil</i>	<i>Index Max</i>
	1	2	3		
	165	180	135	480	900
<i>Knowledge Index = Index hasil/Index Max</i>					0.533

dengan i adalah jumlah responden, dan PJ adalah jawaban responden. jawaban responden setuju dikalikan 3, ragu-ragu dikalikan 2, dan tidak setuju dikalikan 1.

Nilai *Integrated Beach Value Index* dapat diperoleh dari total indeks hasil dibagi dengan *index max*. *Index max* diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah responden dan pembobotan jawaban responden setuju (dikalikan 3) ragu-ragu (dikalikan 2) dan tidak setuju (dikalikan 1). Dengan menggunakan rumus di atas, maka dapat dihitung nilai *Integrated Beach Value Index*. Adapun nilai *Integrated Beach Value Index* terdiri dari, *Beach Index* (BI), *Knowledge Index* (KI), dan *Monetary Index* (MI). Dengan tingkatan penilaian untuk *Index Value* adalah sebagai berikut: (0-0.59 = *low*, 0.6-0.89 = *medium*, 0.9-1 = *high*).

H. Analisa

Menganalisa dan mengakumulasi hasil data, *survei*, *polling* serta evaluasi yang didapat dari responden di objek wisata agar peneliti lebih mudah dalam mengklasifikasikan setiap data yang ada. Analisa ini yang akan digunakan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pemberdayaan objek wisata dan cara meningkatkannya.

I. Kesimpulan

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam penelitian. Pengambilan kesimpulan atas penelitian yang dilakukan didasari dari hasil analisa pada tahap sebelumnya. Kesimpulan harusnya menjawab poin-poin pada rumusan masalah. Jumlah kesimpulan baiknya sebanding dengan jumlah rumusan masalah. Kesimpulan penelitian ini meliputi, Mengetahui kondisi fasilitas, Mengetahui faktor yang mempengaruhi peningkatan dan cara meningkatkan nilai *Integrated Beach Value Index* pada wisata bahari lamongan.

Tabel 3.
Monetary index

<i>Index Monetary</i>	Index Penilaian			<i>Index hasil</i>	<i>Index max</i>
	1	2	3		
	19	96	369	484	600
<i>Beach index = Index hasil/Index Max</i>					0.806

Tabel 4.
Nilai integrated beach value index

No.	Indeks	Nilai	Tingkat
1	<i>Beach index</i>	0,764	<i>medium</i>
2	<i>Knowledge index</i>	0,533	<i>low</i>
3	<i>Monetary index</i>	0,806	<i>medium</i>

III. HASIL DA N DISKUSI

A. Profil Data Responden

Jumlah responden yang dapat dijadikan acuan yakni berjumlah 50 orang. Data yang diambil dari lokasi penelitian ataupun melalui media online yang membahas mengenai fasilitas, bentuk promosi serta penilaian yang diperoleh dari kuisisioner yang telah disebarakan ke beberapa pengunjung. Profil responden yang dikelompokkan menurut kategori-kategori yang telah ditentukan sebagaimana terlihat pada Gambar 2.

Didapatkan data mengenai profil pengunjung menunjukkan usia responden wisata bahari lamongan yaitu sebanyak 20 pengunjung atau 40% responden direntang umur 13-19 tahun, lalu diikuti dengan umur 20-30 tahun sebanyak 17 pengunjung atau 34% responden, dan yang paling rendah adalah di umur 31 tahun keatas sebanyak 13 pengunjung atau 26% (Gambar 3). Survei menunjukan bahwa mayoritas pengunjung adalah kalangan remaja.

Gambar 4 menunjukkan profil jenis kelamin responden yaitu. 21 Pengunjung atau 42% responden berkelamin Laki laki dan 29 pengunjung atau 58% responden berjenis kelamin Wanita. Menurut data diatas menunjukkan responden lebih banyak Wanita.

Berdasarkan hasil kuisisioner yang diperoleh dari wawancara langsung dan menyebarkan kuisisioner sebanyak 20 pengunjung atau 40% responden berprofesi Pelajar, 23 pengunjung atau 46% responden berprofesi sebagai Karyawan, 3 pengunjung atau 6% responden berprofesi sebagai Pengusaha dan 4 pengunjung atau 8% responden tidak memiliki profesi. Menurut data diatas menunjukkan Pelajar dan Keryawan adalah mayoritas pengunjung Wisata Bahari Lamongan.

B. Hasil Kuisisioner

1) *Beach Index* (BI)

Beach index adalah Mendeskripsikan dan mengevaluasi lokasi pantai tersebut apakah layak atau kurang untuk kawasan wisata. Beberapa hal yang menjadi parameter untuk di evaluasi dan dipertimbangkan dalam *beach index* adalah mengenai lokasi pariwisata serta fasilitas sarana dan prasarana yang memadai, Dikarenakan penelitian dilakukan dalam kondisi pandemi COVID 19, protokol kesehatan menjadi salah satu pertimbangan dalam katagori ini.

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa Wisata Bahari Lamongan memiliki nilai *beach index* sarana dan kebersihan sebesar 0,764 atau pada tingkatan penilaian untuk hasil indeks adalah medium (0-0.59 = *low*, 0.6-0.89 = *medium*, 0.9-1 = *high*).

Dari pertanyaan yang telah dijawab oleh para responden dilokasi penelitian, menunjukkan nilai *index value* yang tertinggi berdasarkan kualitas atribut fisik, infrastruktur sarana dan prasarana. Kurangnya kebersihan tentang wisata ini yang membuat beberapa fasilitas kurang dimaksimalkan.

2) Knowledge Index (KI)

Knowledge index adalah opini mencerminkan persepsi pengunjung terhadap nilai jual suatu lokasi wisata dan mengukur sejauh mana pengunjung mengenal lokasi wisata tersebut. Di definisikan sebagai *knowledge Index* yang menyangkut cara penyebaran tentang keberadaan wisata dan cara menyampaikan terhadap pengunjung.

Pada kuisioner terdapat enam pernyataan yaitu, objek wisata diperkenalkan oleh masyarakat sekitar, pihak pengelola berperan penting dalam memperkenalkan objek wisata, objek wisata sering dipromosikan di sosial media, objek wisata diperkenalkan di pameran-pameran, dan objek wisata menjalankan protokol kesehatan.

Hasil dari survei *knowledge index* yang dilakukan di Wisata Bahari Lamongan diperoleh 0.533 yang tergolong dalam range *low*. Standart nilai dalam tiga peringkat (0-0.59 = *low*, 0.6-0.89 = *medium*, 0.9-1 = *high*) (Tabel 2).

Hasil diatas menunjukkan bahwa kondisi promosi pada daerah objek wisata tersebut belum terstruktur dan terencana dengan baik. diakibatkan karena kurangnya tingkat promosi yang dilakukan oleh masyarakat setempat objek wisata dan kurangnya juga tingkat promosi pihak pengelola secara langsung atau *offline* maupun promosi menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram dan juga web tertentu.

3) Monetary Index (MI)

Monetary index adalah dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar terhadap objek wisata dan mengukur sejauh mana peran masyarakat dalam menyikapi keberadaan objek wisata. Didefinisikan juga untuk memoneter efek dari lokasi wisata dalam indikator ekonomi yang ditentukan dari pasar dan ketertarikan pribadi atau dari ketertarikan umum maupun dari institusi.

Pada kuisioner ini terdapat 4 pernyataan yaitu, objek wisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, objek wisata berefek pada masyarakat sekitar dalam mendapat pekerjaan, objek wisata dapat meningkatkan usaha mikro di daerah tersebut dan objek wisata dapat menarik investor untuk membangun restoran dan penginapan

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa Wisata Bahari Lamongan memiliki nilai *monetary index* sebesar 0,806 atau pada tingkatan penilaian untuk hasil indeks adalah *medium* (0-0.59 = *low*, 0.6-0.89 = *medium*, 0.9-1 = *high*).

Dari ketiga perhitungan *index* dapat diketahui bahwa *monetary index* memperoleh hasil index tertinggi. Hal tersebut

dikarenakan objek wisata terbukti meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar dan juga meningkatkan pendapatan daerah objek wisata.

Berdasarkan Tabel 4, *knowledge index* adalah *index* yang memperoleh tingkat yang paling rendah dibanding kedua *index* lainnya. Dimana *Beach Index* dan *Monetary Index* mendapatkan tingkat *medium*.

C. Analisa Fasilitas

Dengan adanya wabah COVID-19 ini pemerintah mewajibkan pengelola taman hiburan untuk melaksanakan protokol kesehatan yang sudah ditetapkan sebagai syarat untuk beroperasi di era new normal. Berdasarkan survei kepada responden, mayoritas responden berpendapat bahwa fasilitas pendukung protokol kesehatan di Wisata Bahari Lamongan kurang terawat.

Banyak fasilitas yang disediakan oleh Wisata Bahari Lamongan tetapi tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Faktor yang mempengaruhi kepuasan tersebut, diantaranya adalah kualitas layanan,

Faktor kualitas layanan juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil oleh calon pengunjung untuk mengunjungi suatu objek wisata. Pelayanan yang baik, ramah dan sopan kepada pengunjung akan meningkatkan kepuasan pengunjung sehingga pengunjung akan melakukan kunjungan kembali ke Wisata Bahari Lamongan.

Selain faktor kualitas layanan, Harga merupakan hal yang sering diperhatikan oleh pengunjung. Harga dalam besar kecilnya jumlah konsumen sangat berpengaruh bagi kemajuan perusahaan. Karena semakin meningkatnya jumlah konsumen dalam berwisata maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang banyak, tetapi sebaliknya jika jumlah konsumen dalam berwisata semakin menurun maka yang didapatkan keuntungannya lebih sedikit pula.

Terciptanya kepuasan pengunjung dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya yang harmonis, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya kepuasan konsumen dan pembelian ulang, baik melalui rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) atau promosi langsung.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan data dan hasil perhitungan sebelumnya, didapatkan nilai *beach index*, *knowledge index*, dan *monetary index* sebagai berikut, *beach index* 0,764 (*medium*), *knowledge index* 0,533 (*medium*), dan *monetary index* 0,806 (*medium*). Dapat disimpulkan jika faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan *Integrated Beach Value Index* yaitu, tersedianya sarana dan prasarana protokol kesehatan untuk wisatawan, kebersihan pada objek wisata, promosi dan peran masyarakat sekitar serta peran investor dalam mendukung objek wisata. Serta untuk meningkatkan *Knowledge Index* yaitu dengan cara mengencarkan promosi melalui media sosial seperti facebook dan instagram dan melakukan kerja sama dengan *brand* untuk mengadakan suatu gerakan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. R. Primadany, "Analisis strategi pengembangan pariwisata daerah (studi pada dinas kebudayaan dan pariwisata daerah kabupaten nganjuk)," *J. Adm. Publik*, vol. 1, no. 4, pp. 135–143, 2013.
- [2] N. Harahab, "Valuasi ekonomi ekosistem hutan mangrove dalam perencanaan wilayah pesisir," *Berk. Penel. Hayati*, vol. 7, pp. 59–67, 2011.
- [3] S. Wahyuni, B. Sulardiono, and B. Hendrarto, "Strategi pengembangan ekowisata Mangrove Wonorejo, Kecamatan Rungkut Surabaya," *Manag. Aquat. Resour. J.*, vol. 4, no. 4, pp. 66–70, 2015.
- [4] A. F. Dermawan, H. D. Armono, and A. Suroso, "Beach recreational index untuk pantai-pantai di Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara," *J. Tek. ITS*, vol. 2, no. 2, pp. G197--G202, 2013.
- [5] J. Roscoe, *Fundamental Reseach Statistics for The Behavioral Sciences*, 1st ed. New York: Holt, Rinehart, & Winston, 1975.
- [6] P. Nijkamp, P. Rietveld, and H. Voogd, *Multicriteria Evaluation in Physical Planning*, 219th ed. Amsterdam: Elsevier Science Publications, 2013.