

KAJIAN NILAI EKONOMI, POTENSI WISATA DAN KEPUASAN WISATAWAN PANTAI NUSA INDAH BUNTU MATABING

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh

ANNISA ISLAMIYAH

21 0401 0055

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

KAJIAN NILAI EKONOMI, POTENSI WISATA DAN KEPUASAN WISATAWAN PANTAI NUSA INDAH BUNTU MATABING

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh

ANNISA ISLAMIYAH

21 0401 0055

Pembimbing:

Umar, S.E., M.SE.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Islamiyah
Nim : 2104010055
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Ekonomi Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi/tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan palagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi/tesis ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bila mana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrasi atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 29 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



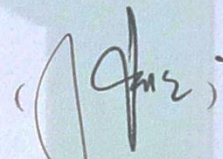
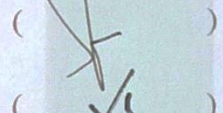
Annisa Islamiyah
21 0401 0055

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Kajian Nilai Ekonomi, Potensi Wisata, dan Kepuasan Wisatawan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing yang ditulis oleh Annisa Islamiyah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104010055, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 17 September 2025 Miladiyah bertepatan dengan 24 Rabiul Awal 1447 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 23 September 2025

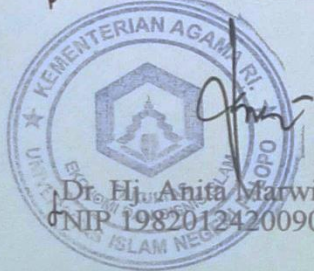
TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I, M.H. I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Zainuddin S., S.E., M.Ak. | Penguji I | () |
| 4. Dr. Arzal Syah, S.E., M.Ak | Penguji II | () |
| 5. Umar, S.E., M.SE. | Pembimbing | () |

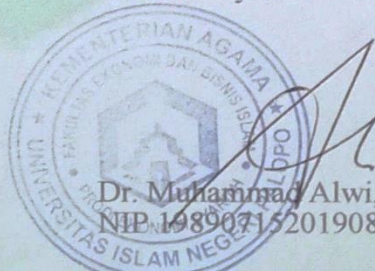
Mengetahui:

a.n. Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I, M.H.I.
NIP. 198201242009012006



Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.
NIP. 198907152019081001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Nilai Ekonomi dan Potensi Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing” setelah melalui proses yang panjang. Shalawat dan Salam kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi Ekonomi syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dengan penuh ketulusan dan penghargaan. Ucapan terima kasih secara khusus penulis tujukan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Irianto dan Ibu Dra. Hariani, yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh cinta dan pengorbanan tanpa batas. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan semangat yang tak pernah putus. Bapak dan Ibu adalah sumber kekuatan terbesar dalam setiap langkah dan pencapaian penulis. Semoga senantiasa diberikan kesehatan, keberkahan dalam hidup, dan rahmat Allah SWT.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan Bapak dan Ibu dengan balasan surga dan mempertemukan kita kembali di dalam Surga-Nya kelak.

Penulis juga menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, S.Ag., M.Ag selaku Rektor UIN Palopo; Dr. Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bagian Akademik dan Pengembangan; Dr. Masruddin, S.S., M. Hum. Selaku Wakil Rektor Bagian Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan; serta Dr. Takdir S.H., M.H., Kes, selaku Wakil Rektor Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo,; Wakil Dekan Bagian Akademik Ilham, S.Ag., M.A.; Wakil Dekan Bagian Administrasi Umum Dr. Alia Lestari, M.Si,; Wakil Dekan Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A.; Kepala Bagian Tata Usaha Hijrawati Usman, S.E., M.Pd.
3. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, dan ibu Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E. selaku Sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah, beserta jajaran staf yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Umar, S.E., M.SE. selaku dosen pembimbing, yang penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan dan koreksi yang sangat berharga, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Zainuddin S, S.E., M.Ak., selaku dosen penguji I dan Dr. Arzal Syah, S.E., M.Ak. selaku dosen penguji II yang telah memberikan kritik, saran serta masukan berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E. selaku dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama masa studi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik dan membantu penulis selama berada di UIN Palopo.
8. Bapak Dr. Drs. H. Basmin Mattayang Andi Sennu, M.Pd. selaku pemilik Objek Wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, dan Bapak Prasetyo Sallo selaku Manager pengelola, yang telah memberikan izin, dukungan, bantuan dan kesempatan selama proses penelitian. Serta seluruh responden wisatawan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
9. Kepada semua teman seperjuangan, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Palopo angkatan 2021 khususnya teman kelas Ekonomi Syariah B, teman-teman di Kost Reza dan teman KKN-R posko 35, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung sejak awal masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga segala bentuk bantuan, doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerja sama, serta amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dan terbaik di sisi Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga

skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya dan memerlukannya.

Palopo, 17 Juli 2025

Annisa Islamiyah

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada table berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat,

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

transliterasinya sebagai berikut:

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوَ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِ...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ...	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُ...	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَا تَ : *mata*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *tā'' marbūtah* ada dua, yaitu *tā'' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā'' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā'' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah-al-fadilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (َ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh :

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقَّ : *al-haqq*

نُعَم : *nu'ima*

عَدُو : *'aduwwun*

Jika huruf ع ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (عَ). Maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِي : ,, Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِي : ,, Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf اَل (alif lam *ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْعُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur‘an (dari *al-Qur‘ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba‘īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri‘āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ dinullah بِاللهِ billah

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*,

diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ hum fī rahmatillāh

10. Huruf kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

*Inna awwala baitin wudi"ā linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan Syahru
Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

Nasīr al-Dīn al-Tūsī Nasr Hāmid Abū Zayd Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhanahu wa ta,,ala</i>
saw	= <i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
as	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= wafat tahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2:4 atau QS Ali,,Imran/3:4
HR	= Hadits Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	13
B. Kajian Teori	21
C. Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	48
C. Definisi Operasional Variabel.....	49
D. Populasi dan Sampel	50
E. Teknik pengumpulan data.....	53
F. Instrumen penelitian.....	54
G. Teknik Analisis data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
A. Hasil Penelitian	68
B. Pembahasan.....	95

BAB V PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110
LAMPIRAN.....	124

ABSTRAK

Annisa Islamiyah, 2025. *Kajian Nilai Ekonomi, Potensi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing.* Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Umar, S.E., M.SE.

Penelitian ini membahas terkait kajian nilai ekonomi, potensi wisata dan kepuasan wisatawan pantai nusa indah buntu matabing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai ekonomi, potensi wisata dan kepuasan wisatawan pada pantai nusa indah buntu matabing. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian ini berjumlah 96 orang yang diambil dengan menggunakan rumus *lemeshow*. Data diperoleh melalui proses observasi, penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai ekonomi wisata pantai nusa indah buntu matabing mencapai Rp1.131.970.000 per tahun dengan rata-rata pengeluaran wisatawan sebesar Rp113.197 per kunjungan. Hasil analisis SWOT menempatkan objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing pada kuadran 1, sementara nilai CSI yang diperoleh sebesar 83,84% dengan kategori sangat puas terhadap Pantai Nusa Indah Buntu Matabing.

Kata kunci: Nilai Ekonomi, *Travel Cost Method*, SWOT, Kepuasan Wisatawan, *Customer Satisfaction Index*.

ABSTRACT

Annisa Islamiyah, 2025. *A Study of the Economic Value, Tourism Potential, and Tourist Satisfaction of Nusa Indah Buntu Matabing Beach. Thesis for the Sharia Economics Study Program, Faculty Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic University. Supervised by Umar, S.E., M.SE.*

This study discusses the study of economic value, tourism potential and tourist satisfaction of Nusa Indah Buntu Matabing beach. This study aims to determine the economic value, tourism potential and tourist satisfaction at Nusa Indah Buntu Matabing beach. This type of research is descriptive quantitative research, with a sampling technique using purposive sampling technique. The sample of this study amounted to 96 people taken using the lemeshow formula. Data were obtained through observation, questionnaire distribution and documentation. The results of this study indicate that the economic value of Nusa Indah Buntu Matabing beach tourism reaches Rp1,131,970,000 per year with an average tourist expenditure of Rp113,197 per visit. The results of the SWOT analysis place the Nusa Indah Buntu Matabing beach tourist attraction in quadrant 1, while the CSI value obtained was 83.84% with a very satisfied category towards Nusa Indah Buntu Matabing beach.

Keywords: Economic Value, Travel Cost Method, SWOT, Tourist Satisfaction, Customer Satisfaction Index

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan paling pesat di dunia dalam beberapa dekade terakhir. Bank Indonesia menyebutkan bahwa pariwisata merupakan salah satu sarana paling potensial untuk meningkatkan perolehan devisa negara. Indonesia sendiri memiliki berbagai sumber daya yang mendukung pengembangan sektor ini. Sumber daya tersebut meliputi letak geografis yang strategis, wilayah yang luas, serta kekayaan alam, budaya, kuliner, dan tradisi yang beragam. Keanekaragaman ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Selain itu, hampir seluruh wilayah Indonesia menyimpan pesona wisata yang indah dan layak dikunjungi.¹

Keunggulan Indonesia dalam sektor pariwisata tidak terlepas dari kekayaan warisan sejarah, keunikan budaya yang beragam, serta keindahan alam yang memikat. Ketiga aspek tersebut menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang memiliki daya tarik kuat bagi wisatawan lokal maupun internasional, sekaligus menjadi faktor pendorong utama dalam percepatan pertumbuhan industri pariwisata nasional. Sektor ini tercatat sebagai kontributor devisa terbesar ketiga, setelah ekspor minyak kelapa sawit (CPO) dan batu bara. Selain nilai ekonominya yang signifikan, pariwisata juga memiliki keunggulan dalam hal kecepatan

¹ Indra Mualim Hasibuan and others, 'Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8.2 (2023), pp. 1200. [Http://Dx.Doi.Org/10.30651/Jms.V8i2.19280](http://Dx.Doi.Org/10.30651/Jms.V8i2.19280)

menghasilkan devisa dibandingkan sektor ekspor tradisional lainnya, sehingga memberikan dampak langsung terhadap penguatan struktur ekonomi nasional. Lebih dari itu, industri pariwisata juga memiliki peran strategis dalam memperluas lapangan kerja dan mendukung penurunan angka kemiskinan, khususnya di wilayah-wilayah yang memiliki potensi wisata namun masih menghadapi tantangan pembangunan ekonomi.²

Pariwisata memiliki potensi besar dalam mendorong peningkatan pendapatan nasional, perluasan kesempatan kerja, peningkatan investasi, dan ekspor jasa. Peran strategis ini menjadikannya sebagai salah satu motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi sekaligus pembangunan sosial. Selain memberikan dampak ekonomi, sektor ini juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal serta pengembangan infrastruktur daerah. Dampak berantai (multiplier effect) dari aktivitas pariwisata dapat mempercepat laju pertumbuhan ekonomi dan memperluas lapangan pekerjaan. Oleh karena itu, penguatan sektor pariwisata berpeluang besar untuk mempercepat dinamika ekonomi nasional secara menyeluruh.³

Pariwisata merupakan sektor ekonomi strategis di Indonesia yang diyakini berperan dalam menekan angka pengangguran. Sebagai salah satu sumber pendapatan bagi pemerintah pusat maupun daerah, sektor ini mendapat perhatian serius dalam perencanaan pembangunan nasional. Melalui kontribusinya terhadap

² Indra Mualim Hasibuan and others, 'Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8.2 (2023), pp. 1200, [Http://Dx.Doi.Org/10.30651/Jms.V8i2.19280](http://dx.doi.org/10.30651/jms.v8i2.19280)

³ Rahmat Ihza Mahendra, "Perlindungan Hukum Terhadap Investor Di Sektor Pariwisata", Vol. 3, No.1, (Maret, 2023): 32 – 33, [Https://E-Journal.Upr.Ac.Id/Index.Php/JIH/Article/View/7760](https://E-Journal.Upr.Ac.Id/Index.Php/JIH/Article/View/7760)

pertumbuhan ekonomi dan peningkatan devisa, pariwisata menjadi instrumen penting dalam mendorong stabilitas ekonomi. Pengaruh positif sektor pariwisata paling nyata dirasakan oleh masyarakat yang bermukim di sekitar kawasan wisata, di mana terjadi peningkatan signifikan dalam kesempatan kerja serta aktivitas ekonomi lokal. Melihat potensi tersebut, pemerintah daerah menjadikan pengembangan sektor pariwisata sebagai salah satu strategi utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis wilayah dan memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat setempat.⁴

Indonesia saat ini menunjukkan potensi yang signifikan dalam sektor pariwisata, dengan berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Industri pariwisata memiliki kapasitas untuk memberikan kontribusi terhadap berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Meskipun demikian, tidak dapat disangkal bahwa aktivitas pariwisata juga menimbulkan konsekuensi negatif, seperti tekanan terhadap lingkungan dan perubahan sosial budaya. Oleh karena itu, peran aktif para pemangku kepentingan sangat diperlukan untuk menyeimbangkan antara manfaat dan dampaknya. Jika dikelola secara berkelanjutan, pariwisata tidak hanya akan mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga melestarikan nilai-nilai budaya lokal.⁵

Pertumbuhan sektor pariwisata yang pesat, baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara, memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian

⁴ Helmi Aliansyah and Wawan Hermawan, 'Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat', *Bina Ekonomi*, 23.1 (2021), pp. 39–55, doi:10.26593/be.v23i1.4654.39-55.

⁵ Ekklesyia Venny Herlianti and Rindo Bagus Sanjaya, 'Dampak Positif Pariwisata Terhadap Budaya, Ekonomi, Dan Lingkungan Di Kasepuhan Cipta Mulya', *Kritis*, 31.2 (2022), pp. 132–49, doi:10.24246/kritis.v31i2p132-149.

nasional. Keanekaragaman sumber daya alam serta kekayaan budaya masyarakat Indonesia menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung. Salah satu wilayah dengan potensi pariwisata yang menonjol adalah Provinsi Sulawesi Selatan. Wilayah ini memiliki beragam destinasi unggulan, seperti Pulau Samalona di Selat Makassar, Taman Laut Taka Bonerate di Kepulauan Selayar, Taman Nasional Bantimurung di Kabupaten Maros, situs budaya Ke'te Kesu di Toraja, Pulau Bulupoloe di Luwu Timur, kawasan Pegunungan Malino di Kabupaten Gowa, serta Pantai Tanjung Bira di Bulukumba. Keanekaragaman destinasi tersebut mencerminkan potensi Sulawesi Selatan sebagai salah satu pusat pengembangan pariwisata nasional.

Pengembangan sektor kepariwisataan melalui aktivitas bisnis diharapkan mampu memperluas jumlah destinasi lokal sekaligus meningkatkan daya tarik wisata bagi pengunjung, baik domestik maupun internasional. Strategi ini juga ditujukan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi secara nasional. Chandler (2011) menyatakan bahwa dalam konteks budaya, penting untuk menggali dan memperkenalkan kekayaan budaya lokal kepada wisatawan. Seiring dengan meningkatnya minat terhadap pariwisata berbasis alam dan prinsip keberlanjutan, banyak daerah di Indonesia mulai merancang dan mempromosikan destinasi baru guna menarik lebih banyak kunjungan wisata.⁶

Konsep pariwisata berbasis nilai-nilai Islam, atau yang dikenal sebagai pariwisata halal, tidak terbatas pada aspek kuliner semata, melainkan mencakup

⁶ Muh. Rivaldi A. Tadda, Nurlinah Nurlinah, and Sukri Sukri, 'Strategi Pengembangan Pariwisata: Studi Kasus Pantai Buntu Matabing & Ponnori Di Kabupaten Luwu', *Kybernan: Jurnal Studi Pemerintahan*, 5.2 (2022), pp. 116–26, doi:10.35326/kybernan.v5i2.2347.

keseluruhan aktivitas pariwisata yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini mencakup penyediaan layanan, fasilitas, serta suasana destinasi yang sesuai dengan norma-norma Islam, tanpa harus menghilangkan elemen-elemen umum yang biasa dijumpai dalam kegiatan wisata konvensional selama unsur-unsur tersebut tidak bertentangan dengan ajaran syariah. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor pariwisata halal sebagai daya tarik unggulan.⁷

Pemerintah maupun pelaku industri pariwisata secara bertahap terus melakukan adaptasi dan inovasi untuk menghadirkan layanan wisata yang ramah terhadap kebutuhan wisatawan Muslim, mulai dari aspek akomodasi, makanan dan minuman, hingga pengalaman budaya yang sesuai. Pertumbuhan populasi Muslim secara global juga menjadi pendorong utama meningkatnya permintaan terhadap destinasi yang menawarkan pengalaman wisata yang halal, sehingga sektor ini memiliki prospek ekonomi jangka panjang yang menjanjikan.

Meskipun konsep wisata halal semakin mendapat tempat dalam industri pariwisata global, penerapannya di berbagai destinasi wisata masih tergolong terbatas. Banyak objek wisata belum sepenuhnya mengintegrasikan prinsip-prinsip halal secara menyeluruh dalam layanan dan fasilitas yang disediakan. Hal ini tercermin dari masih minimnya akomodasi yang mendukung kebutuhan

⁷ Muhajir, Muhammad Nur Alam, Fahadil Amin Al Hasan, " The Development Of Halal Tourism Destinations In Indonesia: Potentials, Opportunities and Challenges", *Journal Of Islamic Economic And Business*, Vol. 3, No. 2, (2021): 2685-9300 .

spesifik wisatawan Muslim, seperti ketersediaan arah kiblat, perlengkapan ibadah, atau tempat salat yang memadai di area penginapan dan fasilitas umum.⁸

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menegaskan bahwa pengembangan destinasi wisata halal tidak hanya mencakup penyediaan makanan dan minuman bersertifikat halal, tetapi juga harus menyentuh kebutuhan spiritual wisatawan Muslim. Hal ini meliputi tersedianya air untuk bersuci, fasilitas ibadah yang nyaman dan sesuai syariat, hingga pemandu wisata yang memahami nilai-nilai Islam. Di samping itu, lingkungan destinasi juga perlu menjunjung nilai-nilai moral Islami, seperti menjauhi praktik yang bertentangan dengan etika syariah, termasuk penyediaan alkohol dan perjudian.

Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata di Sulawesi Selatan adalah Kabupaten Luwu. Dengan garis pantai yang luas serta kekayaan alam yang melimpah, daerah ini menyimpan berbagai destinasi wisata yang berpotensi menjadi magnet bagi wisatawan. Salah satu objek wisata yang tengah dikembangkan adalah Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, yang berlokasi di Desa Rante Belu, Kecamatan Larompong. Destinasi ini dimiliki secara pribadi oleh Dr. Drs. H. Basmin Mattayang Andi Sennu, M.Pd., yang juga menjabat sebagai Bupati Luwu pada periode 2004–2009 dan 2019–2024. Berbeda dengan kawasan wisata Buntu Matabing yang sebelumnya dikelola oleh pemerintah daerah, Pantai Nusa Indah hadir dengan wajah baru yang lebih tertata dan modern. Renovasi yang dilakukan mencakup peningkatan fasilitas,

⁸ Mas, Nur Amal, Nining Winda Irawati, dan Sitti Aisyah, “Strategy For The Development Of Halal Tourism: A Review Of Sharia Economics At The Pincara Hot Springs In Masamba District, North Luwu Regency”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 11, No. 2, (2025): 130-139, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/15579> .

penataan lanskap, serta penerapan konsep wisata yang mengedepankan kebersihan, kenyamanan, dan keamanan bagi pengunjung.

Pantai Nusa Indah Buntu Matabing merupakan destinasi wisata bernuansa Islami yang berada di Kabupaten Luwu. Konsep wisata ini mengedepankan nilai-nilai religius, salah satunya dengan menerapkan aturan larangan membawa minuman keras dan zat terlarang ke dalam area wisata. Menurut Dr. H. Basmin Mattayang, M.Pd., selaku pemilik sekaligus Bupati Luwu (2004–2009 dan 2019–2024), wisatawan datang berasal dari berbagai daerah, menunjukkan tingginya minat terhadap tempat ini.

Berbeda dari kawasan wisata Buntu Matabing sebelumnya yang dikelola oleh pemerintah daerah dan mengalami penurunan kondisi, Pantai Nusa Indah kini hadir dengan berbagai fasilitas modern. Beberapa di antaranya meliputi penginapan berstandar hotel bintang lima, ruang VVIP, arena olahraga, area bermain anak, wahana air, pusat kuliner khas Luwu seperti kapurung dan ikan parede, serta minimarket dan fasilitas umum lainnya. Seluruh proses pengembangan destinasi ini didanai melalui investasi mandiri oleh pemiliknya. Melalui penyediaan fasilitas yang memadai serta pengelolaan yang dilakukan secara profesional, destinasi ini diharapkan mampu tumbuh menjadi salah satu representasi utama pariwisata unggulan di Kabupaten Luwu.

Sistem pengelolaan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing dirancang secara terstruktur dengan pembagian tugas yang jelas, mulai dari manajerial hingga staf operasional. Salah satu dampak positif dari pengelolaan ini adalah keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam kegiatan operasional, seperti di bagian keamanan,

resepsionis, kebersihan, dan pelayanan lainnya. Hal ini menciptakan peluang kerja bagi warga sekitar sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Selain aspek ekonomi, destinasi ini juga menekankan kebersihan, kenyamanan, dan keamanan lingkungan wisata. Komitmen terhadap kualitas pelayanan tersebut ditegaskan oleh Dr. H. Basmin Mattayang, M.Pd., selaku pemilik sekaligus inisiator pengembangan objek wisata ini.

Meskipun memiliki potensi yang signifikan, Pantai Nusa Indah Buntu Matabing masih belum banyak mendapat perhatian dalam kajian akademik, khususnya terkait nilai ekonominya melalui pendekatan *Travel Cost Method* (TCM), tingkat kepuasan pengunjung, serta strategi pengembangannya di masa mendatang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis destinasi tersebut dengan pendekatan TCM untuk mengestimasi nilai ekonominya, menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam mengukur tingkat kepuasan wisatawan, serta menerapkan analisis SWOT (IFAS-EFAS) guna mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pengembangan wisata.

Selama ini, penelitian mengenai pariwisata di Kabupaten Luwu cenderung terfokus pada destinasi yang telah berkembang lebih awal, seperti Pantai Labombo. Hingga kini, belum terdapat studi ilmiah yang secara khusus mengevaluasi nilai ekonomi, kepuasan wisatawan, dan potensi strategis dari Pantai Nusa Indah Buntu Matabing. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan kajian dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur kepariwisataan berbasis data empiris di wilayah tersebut.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sartika (2022) dengan judul *“Pengembangan Potensi Objek Wisata Air Terjun Sarambu Masiang dalam Mendukung Pendapatan Desa Kaladi Darussalam Kecamatan Suli Barat Kabupaten Luwu”* menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam studi tersebut, data dianalisis melalui tahapan reduksi informasi, penyajian temuan, serta diakhiri dengan penerapan analisis SWOT. Hasil kajian menunjukkan bahwa implementasi konsep 3A (atraksi, aksesibilitas, dan amenitas) dalam pengembangan destinasi belum berjalan secara maksimal. Selain itu, melalui pemetaan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal menggunakan skor IFAS dan EFAS, penelitian tersebut menghasilkan sejumlah strategi alternatif untuk mendukung optimalisasi pengembangan wisata Air Terjun Sarambu masiang.⁹

Studi yang dilakukan oleh Muh. Agung Achmad Gani (2020) berjudul *“Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Objek Wisata Bahari di Kota Makassar”* mengungkap bahwa unsur daya tarik wisata memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas daya tarik yang dimiliki oleh suatu destinasi, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan juga akan meningkat. Tingkat kepuasan yang tinggi tersebut turut mendorong terbentuknya loyalitas pengunjung, yang tercermin dari keinginan untuk kembali berkunjung

⁹ Tri Wahyono, M. Budi Nur Rahman, and M. Iqbal Ageng Tedjakusuma, ‘Pengembangan Potensi Objek Wisata Air Terjun’, *Webinar Abdimas 5*, 5.1 (2022), pp. 1072–79.

serta kecenderungan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain melalui saluran informal.¹⁰

Dari segi urgensi, penelitian ini memiliki nilai penting dalam menyediakan data empiris yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola destinasi untuk merumuskan strategi pengelolaan yang lebih optimal. Evaluasi terhadap nilai ekonomi dan tingkat kepuasan wisatawan sangat diperlukan agar Pantai Nusa Indah Buntu Matabing mampu bersaing dengan destinasi lain di Sulawesi Selatan. Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal.

Penelitian ini menghadirkan kontribusi kebaruan (novelty) dari berbagai dimensi analisis. Pertama, penggunaan pendekatan Travel Cost Method (TCM) menjadi instrumen utama dalam mengestimasi nilai ekonomi suatu destinasi wisata berdasarkan total biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung. Kedua, dilakukan pengukuran tingkat kepuasan wisatawan sebagai cerminan dari kualitas fasilitas dan layanan yang disediakan di lokasi wisata. Ketiga, penerapan analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi prospek pengembangan destinasi, termasuk peluang strategis dan tantangan yang dihadapi.

Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini memiliki tiga fokus utama:

(1) mengestimasi nilai ekonomi Pantai Nusa Indah Buntu Matabing dengan menggunakan pendekatan biaya perjalanan (Travel Cost Method), (2)

¹⁰ Muh. Agung Acmad Gani, 'Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Bahari Di Kota Makassar', *Journal of Management Science (JMS)*, 1.2 (2020), pp. 309–24, doi:10.52103/jms.v1i2.293.

menganalisis tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas dan pelayanan, serta (3) mengevaluasi potensi pengembangan objek wisata melalui pendekatan analisis SWOT. Adapun judul dari penelitian ini adalah "Analisis Nilai Ekonomi dan Potensi Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing", yang dilaksanakan di Desa Rantebelu, Kecamatan Larompong, Kabupaten Luwu.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Nilai ekonomi wisata menggunakan analisis *Travel Cost Method* (TCM) hanya ditujukan untuk wisatawan lokal yang berkunjung ke Pantai Nusa Indah Buntu Matabing
2. Potensi wisata menggunakan analisis SWOT (IFAS dan EFAS)
3. Kepuasan wisatawan diukur menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI), dengan responden terbatas pada pengunjung yang sedang melakukan kunjungan wisata pada saat penelitian berlangsung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang dibahas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana nilai ekonomi objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing?
2. Bagaimana potensi wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing?
3. Bagaimana kepuasan wisatawan terhadap wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat oleh penulis, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui nilai ekonomi objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing
2. Untuk mengetahui potensi objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing
3. Untuk mengetahui kepuasan wisatawan di wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah literatur tentang nilai ekonomi menggunakan metode biaya perjalanan (TCM), tingkat kepuasan wisatawan dan potensi terkait objek wisata

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada pengelola wisataa terhadap kualitas dan pengelolaan wisata serta informasi kepada pemerintah daerah mengenai dampak ekonomi wisata ini terhadap masyarakat sekitar.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam kajian pariwisata baik terkait dengan pengukuran nilai ekonomi menggunakan tcm maupun kepuasan wisatawan, dan pengembangan wisata.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu dapat dilihat sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hasnan, Akhmad Baihaqi, dan Tuti Arlita (2023) dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* mengangkat topik mengenai estimasi nilai ekonomi objek wisata alam Iboih yang berada di Kecamatan Sukamakmue, Kota Sabang, dengan menggunakan pendekatan Travel Cost Method (TCM). Tujuan utama dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui karakteristik pengunjung serta menghitung nilai ekonomi kawasan wisata berdasarkan pengeluaran wisatawan. Hasil studi menunjukkan bahwa nilai ekonomi tahunan dari objek wisata tersebut diperkirakan mencapai Rp35.478.892.308, dengan pengeluaran rata-rata per wisatawan sebesar Rp3.225.354. Perhitungan ini didasarkan pada empat komponen biaya utama, yakni transportasi, konsumsi, akomodasi, serta biaya tambahan seperti tiket masuk, parkir, dan pembelian cendera mata.¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hasnan dan rekan-rekan memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama bertujuan untuk mengestimasi nilai ekonomi suatu objek wisata dengan menggunakan pendekatan Travel Cost Method (TCM). Namun, perbedaan terletak pada lokasi dan fokus objek wisata yang diteliti. Penelitian sebelumnya berfokus

¹¹ Muhammad Hasnan, Akhmad Baihaqi, and Tuti Arlita, 'Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Iboih Dengan Menggunakan Travel Cost Method Di Kecamatan Sukamakmue Kota Sabang', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 8.4 (2023), pp. 2615–878 <www.jim.unsyiah.ac.id/JFP>.

pada Objek Wisata Alam Iboih yang terletak di Kecamatan Sukamakmue, Kota Sabang, sedangkan penelitian ini mengambil lokasi di Wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, Kabupaten Luwu. Perbedaan lokasi tersebut menjadikan penelitian ini penting untuk memberikan gambaran kontekstual mengenai nilai ekonomi wisata di daerah lain yang memiliki karakteristik geografis dan sosial ekonomi berbeda.

2. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wildan Yahya, Sugeng Wahyudiono, dan Tatik Suhartati (2024), yang dipublikasikan dalam *Jurnal Agroforetech*, dilakukan estimasi nilai ekonomi terhadap kawasan Wana Wisata Tanjung Papuma di bawah pengelolaan RPH Grintingan BKPH Wuluhan KPH Jember dengan menggunakan pendekatan Travel Cost Method (TCM). Berdasarkan hasil analisis, nilai ekonomi kawasan tersebut diperkirakan sebesar Rp55.042.259.076. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan regresi linear berganda untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi intensitas kunjungan wisatawan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel seperti daya tarik objek wisata, kemudahan akses, serta ketersediaan fasilitas berkontribusi secara signifikan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan ke lokasi tersebut.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Wildan Yahya dan rekan-rekannya memiliki titik temu dengan studi ini, khususnya dalam penggunaan pendekatan Travel Cost Method (TCM) sebagai alat untuk menghitung estimasi nilai ekonomi dari suatu destinasi wisata. Kendati demikian, terdapat

¹² W. Yahya, S. Wahyudiono, and T. Suhartati, 'Estimasi Nilai Ekonomi Wana Wisata Tanjung Papuma RPH Grintingan BKPH Wuluhan KPH Jember Menggunakan Travel Cost Method', *Agroforetech*, 2.2 (2024), pp. 889–900.

sejumlah perbedaan mendasar yang membedakan kedua penelitian tersebut. Studi yang dilakukan oleh Wildan Yahya mengadopsi metode deskriptif kuantitatif dalam proses analisisnya. Selain itu, perbedaan juga terlihat dari segi lokasi objek yang dikaji. Penelitian terdahulu berfokus pada kawasan wisata alam Wana Wisata Tanjung Papuma di Kabupaten Jember, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada Pantai Nusa Indah Buntu Matabing yang berada di Kabupaten Luwu. Perbedaan baik dari aspek metodologi maupun wilayah penelitian ini menjadi dasar kontribusi orisinalitas (novelty) yang ditawarkan dalam studi yang sedang dilakukan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Faridatul Jannah dan Elys Fauziyah (2023) juga menggunakan pendekatan Travel Cost Method (TCM) untuk mengestimasi nilai ekonomi dari suatu destinasi wisata, yakni Pantai Tlangoh di Kabupaten Bangkalan. Fokus utama studi tersebut adalah untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang memengaruhi jumlah kunjungan serta kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian desa setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa waktu tempuh dan jenis transportasi memberikan pengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan, sementara variabel seperti waktu tinggal, aksesibilitas, fasilitas, dan daya tarik wisata memberikan pengaruh positif. Nilai ekonomi potensial yang dihasilkan dari destinasi ini diperkirakan sebesar Rp11.898.448.750 per tahun. Penelitian tersebut merekomendasikan peningkatan fasilitas dan sosialisasi kepada

masyarakat sekitar mengenai potensi ekonomi sebagai strategi peningkatan kunjungan.¹³

Meskipun memiliki kesamaan dalam pendekatan analitis, terdapat perbedaan lokasi dan objek kajian. Penelitian Faridatul Jannah dan Elys Fauziyah meneliti objek wisata Pantai Tlangoh di Kabupaten Bangkalan, sementara penelitian ini berfokus pada Pantai Nusa Indah Buntu Matabing di Kabupaten Luwu. Perbedaan ini memberikan kontribusi kebaruan dalam konteks lokasi penelitian serta potensi keunikan masing-masing destinasi wisata yang dianalisis.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Debora Ernika Siahaan, Suradi Wijaya Saputra, dan Siti Rudiyantri (2023) berjudul *"Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Bandengan Jepara Menggunakan Metode Travel Cost Method"*, yang dipublikasikan dalam Jurnal Pasir Laut. Tujuan utama penelitian tersebut adalah untuk mengidentifikasi peluang pengembangan, karakteristik pengunjung, serta estimasi nilai ekonomi dari Pantai Bandengan. Responden yang terlibat berasal dari wilayah Jawa Tengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pantai Bandengan memiliki daya tarik wisata yang tergolong sangat baik karena didukung oleh fasilitas memadai dan pengelolaan yang optimal. Sebagian besar pengunjung adalah mahasiswa perempuan yang datang untuk berlibur bersama keluarga atau teman. Berdasarkan hasil estimasi, nilai

¹³ Faridatul Jannah, Elys Fauziyah, "Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Tlangoh di Kabupaten Bangkalan", Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi 24, No.1 (Juni 2023): 69, <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/jdse/article/view/9587>

ekonomi tahunan Pantai Bandengan mencapai Rp 4.815.293.698, dengan rata-rata biaya perjalanan per orang sebesar Rp 203.057 per kunjungan.¹⁴

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan studi yang peneliti lakukan, yaitu menggunakan pendekatan *Travel Cost Method* untuk mengukur nilai ekonomi suatu objek wisata. Namun demikian, perbedaan mendasar terletak pada lokasi objek yang diteliti. Siahaan dkk. berfokus pada Pantai Bandengan yang terletak di Kabupaten Jepara, sedangkan penelitian ini menganalisis Pantai Nusa Indah Buntu Matabing di Kabupaten Luwu. Perbedaan lokasi ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih luas mengenai potensi wisata berbasis nilai ekonomi di berbagai wilayah Indonesia.

5. Penelitian berjudul “*Valuasi Ekonomi dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Perintis Kabupaten Bone Bolango*” dilakukan oleh Ramlawati Tabito, Syarwani Canon, dan Bobby Rantow Payu (2024) dan dipublikasikan dalam Jurnal Akuntansi dan Ekonomi. Studi ini bertujuan untuk mengestimasi nilai ekonomi dari objek wisata Danau Perintis serta merumuskan strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk memaksimalkan potensi kawasan wisata tersebut. Berdasarkan pendekatan *Contingent Valuation Method (CVM)*, total nilai ekonomi Danau Perintis diperkirakan mencapai Rp 4.061.114.000,00 per tahun. Analisis SWOT yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan sejumlah strategi, seperti mempertahankan karakteristik unik destinasi wisata, memperkuat kemitraan dengan pelaku ekonomi lokal guna membuka peluang kerja berkelanjutan, mengoptimalkan fasilitas memancing,

¹⁴ Debora Ernika Siahaan, Suradi Wijaya Saputra, and Siti Rudiyaniti, ‘Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Bandengan Jepara Menggunakan Metode Travel Cost Method’, *Jurnal Pasir Laut*, 7.1 (2023), pp. 6–14, doi:10.14710/jpl.2023.53071.

mengadakan kegiatan tematik untuk meningkatkan daya tarik wisata, mempererat kerja sama dengan pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya, serta memanfaatkan media sosial dan teknologi dalam promosi dan pengelolaan wisata.¹⁵

Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang peneliti lakukan karena sama-sama menitikberatkan pada penilaian ekonomi objek wisata serta strategi pengembangannya, menggunakan pendekatan analisis SWOT. Namun, perbedaan utama terletak pada objek dan lokasi penelitian. Studi oleh Tabito dkk. dilakukan di Danau Perintis, Kabupaten Bone Bolango, sedangkan penelitian ini berfokus pada Pantai Nusa Indah Buntu Matabing di Kabupaten Luwu. Perbedaan lokasi ini memperkaya literatur mengenai valuasi ekonomi dan pengembangan objek wisata berbasis keunggulan lokal di berbagai daerah di Indonesia.

6. Penelitian yang dilakukan oleh I Wayan Nugraha, I Ketut Sutapa, dan I Made Gede Darma Susila (2024) dengan judul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Kaamala Resort Ubud*”, yang dipublikasikan dalam *Journal of Hospitality Accommodation Management*, berfokus pada evaluasi hubungan antara kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana kedua variabel tersebut memengaruhi pengalaman wisatawan. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa baik secara individu (parsial) maupun bersama-sama (simultan), kualitas pelayanan

¹⁵ Ramlawati Tabito, Syarwani Canon, and Bobby Rantow, ‘Valuasi Ekonomi Dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Perintis Kabupaten Bone Bolango’, *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 9.2 (2024), pp. 25–41, doi:10.29407/jae.v9i2.22829.

dan kelengkapan fasilitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan yang menginap di Kaamala Resort Ubud.¹⁶

Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti karena sama-sama menyoroti aspek kepuasan wisatawan sebagai variabel utama. Namun, terdapat perbedaan signifikan dalam lingkup dan pendekatannya. Penelitian Nugraha et al. berfokus pada sektor akomodasi yakni resort di wilayah Ubud, Bali, serta menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap dua variabel utama, yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas. Sementara itu, penelitian ini mengambil lokasi di kawasan wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, Kabupaten Luwu, dengan pendekatan kuantitatif, serta mencakup tiga fokus utama yaitu nilai ekonomi objek wisata menggunakan metode Travel Cost Method, tingkat kepuasan wisatawan, dan potensi pengembangan melalui analisis SWOT. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan cakupan analisis yang lebih komprehensif dalam mengkaji potensi wisata di daerah tersebut.

7. Maryono, Beryaldi Agam, dan Oktavia Nurmawaty Sigiyo (2021), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Pantai Bahari Jawai di Kabupaten Sambas” dan diterbitkan dalam Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan, mengkaji tingkat kepuasan wisatawan dengan menggunakan pendekatan Customer Satisfaction Index (CSI). Selain itu, penelitian ini juga menerapkan Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengukur tingkat urgensi dan performa dari berbagai

¹⁶ I Made Gede Darma Susila and others, ‘Analisis Kepuasan Wisatawan Di Kaamala Resort Ubud’, *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, 3.2 (2024), pp. 162–73, doi:10.52352/jham.v3i2.1501.

atribut pelayanan yang ditawarkan. Hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat sejumlah aspek yang perlu mendapatkan perhatian lebih, antara lain biaya akomodasi yang meliputi harga tiket masuk, parkir, serta sarana sanitasi seperti toilet. Selain itu, tarif untuk konsumsi dan suvenir juga dinilai perlu penyesuaian. Studi ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas destinasi wisata bahari memerlukan keterlibatan aktif dari seluruh pihak terkait melalui kerja sama yang sinergis dalam pengembangan ekowisata.¹⁷

Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan penulis, khususnya dalam hal pengukuran tingkat kepuasan wisatawan. Meski demikian, terdapat beberapa perbedaan signifikan. Penelitian Maryono et al. dilakukan di Pantai Bahari Jawai, Kabupaten Sambas, dengan fokus utama pada evaluasi atribut layanan wisata menggunakan metode CSI dan IPA. Sementara itu, penelitian ini mengambil lokasi di Taman Wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing dan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan ruang lingkup yang lebih luas. Selain mengukur kepuasan wisatawan menggunakan CSI, penelitian ini juga menghitung nilai ekonomi wisata menggunakan *Travel Cost Method* (TCM), serta menganalisis potensi dan strategi pengembangan destinasi melalui pendekatan SWOT. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kontribusi yang lebih komprehensif dalam pengembangan destinasi wisata lokal.

¹⁷ Maryono Maryono, Beryaldi Agam, and Oktavia Nurmawaty Sigi, 'Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Pantai Bahari Jawai Di Kabupaten Sambas', *PAPALELE (Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan Dan Kelautan)*, 5.2 (2021), pp. 86–93, doi:10.30598/papalele.2021.5.2.86.

B. Kajian Teori

1. Konsep Pariwisata

a. Teori Ekonomi Pariwisata

Menurut Wahab (1975), pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang dapat mendorong peningkatan ekonomi melalui berbagai kontribusi, seperti penyediaan lapangan pekerjaan, perolehan devisa, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta memberikan dampak positif terhadap perkembangan sektor lainnya. Selain itu, sektor pariwisata juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan membuka peluang pembangunan di wilayah terpencil yang memiliki potensi daya tarik wisata.¹⁸

Ekonomi pariwisata merupakan salah satu cabang ilmu ekonomi yang fokus pada kajian mengenai kontribusi industri pariwisata terhadap perekonomian suatu wilayah. Menurut John Tribe dalam karyanya *Economics of Recreation, Leisure, and Tourism*, sektor pariwisata digambarkan sebagai sistem ekonomi yang kompleks karena mencakup unsur permintaan wisatawan, penyedia jasa, serta dampaknya terhadap perekonomian baik secara lokal maupun global. Signifikansi sektor pariwisata terhadap ekonomi makro sangat dipengaruhi oleh tingkat perkembangan ekonomi negara. Secara umum, sektor ini memberikan pengaruh utama dalam bentuk pengeluaran wisatawan, peningkatan pendapatan

¹⁸ Nur Fadisa, Syamsurizaldi Syamsurizaldi, and Hendri Koeswara, 'Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Pada Kawasan Geopark Ngarai Sianok Maninjau Di Kota Bukittinggi', *Jurnal Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 3.2 (2022), p. 73, doi:10.20527/jpp.v3i2.3985.

masyarakat, penciptaan lapangan kerja, serta perolehan devisa dari wisatawan mancanegara.¹⁹

Teori Teori ekonomi pariwisata mengkaji pengaruh sektor pariwisata terhadap dinamika pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dalam beberapa dekade terakhir, sektor ini mengalami perkembangan yang pesat dan memberikan kontribusi yang signifikan secara global. Seiring dengan meningkatnya nilai ekonomi dari aktivitas pariwisata, sektor ini menjadi motor penggerak bagi berbagai subsektor lainnya yang terkait. Secara global, pariwisata menjadi salah satu sektor utama dalam hal penciptaan lapangan kerja serta kontribusinya terhadap output ekonomi. Sinclair dan Stabler (1997) dalam Suparman et al. (2023) menyatakan bahwa pariwisata merupakan industri yang bersifat dinamis dan terus mengalami ekspansi dari waktu ke waktu.²⁰

Dari sisi permintaan, peningkatan minat terhadap pariwisata mencerminkan adanya pertumbuhan ekonomi global yang disertai dengan naiknya pendapatan per kapita serta bertambahnya waktu luang masyarakat. Permintaan terhadap kegiatan wisata cenderung elastis terhadap perubahan pendapatan dan meningkat seiring dengan semakin banyaknya waktu luang yang dimiliki individu. Kondisi ini turut mendorong peningkatan jumlah wisatawan secara global.

Pertumbuhan industri pariwisata secara global didorong oleh berbagai faktor. Beberapa di antaranya adalah penurunan biaya perjalanan, meningkatnya

¹⁹ John Tribe, *The Economics Of Recreation, Leisure And Tourism*, 6th edition (Taylor & Francis Group, 2020).

²⁰ Suparman, *EKONOMI PARIWISATA: Teori, Model, Konsep Dan Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*, cetakan pe (Publica Indonesia Utama, 2023).

frekuensi dan jangkauan perjalanan, serta efisiensi biaya operasional pada penyelenggara wisata. Selain itu, penurunan ancaman terorisme yang sebelumnya menjadi hambatan besar dalam sektor ini turut mendukung perkembangan pariwisata. Di sisi lain, kemajuan pesat dalam teknologi informasi telah mempermudah akses masyarakat terhadap informasi terkait perjalanan dan destinasi wisata. Seluruh faktor tersebut, bersama dengan elemen lainnya, telah berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan pariwisata global serta semakin memperkuat posisi strategisnya dalam perekonomian modern.

b. Definisi Pariwisata

Pariwisata, Menurut John Tribe (2011), pariwisata dapat didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang melibatkan kunjungan minimal satu malam ke suatu lokasi dengan tujuan rekreasi, liburan, kepentingan bisnis atau profesional, maupun tujuan lainnya yang bersifat wisata. Aktivitas kunjungan ini mencerminkan perpindahan sementara dari tempat tinggal atau lokasi kerja yang rutin menuju tempat lain yang berbeda secara geografis.²¹ Menurut Berdasarkan Keputusan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1969, pariwisata merupakan suatu bentuk kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam serta lingkungan hidup yang memiliki keunikan, seperti warisan budaya, peninggalan sejarah, keindahan panorama alam, dan kondisi iklim yang mendukung. Sementara itu, menurut definisi resmi dari United Nations World Tourism Organization (UNWTO) tahun 2008, pariwisata diartikan sebagai aktivitas perjalanan seseorang dari satu lokasi ke lokasi lainnya dalam jangka waktu tertentu dan untuk beragam

²¹ John Tribe, *The Economics Of Recreation, Leisure And Tourism*, 4 edition (Elsevier, 2011).

tujuan. Dengan demikian, pariwisata merupakan bagian dari aktivitas perjalanan, dan individu yang melakukan perjalanan disebut wisatawan. Alasan mereka melakukan perjalanan bisa beragam, mulai dari urusan bisnis, mengunjungi kerabat, hingga tujuan pribadi lainnya.²²

Menurut Wardiyanta (2020), pariwisata merujuk pada aktivitas perpindahan individu ke suatu lokasi yang berada di luar area tempat tinggal dan rutinitas pekerjaannya. Aktivitas ini mencakup berbagai kegiatan yang dilakukan selama berada di lokasi tersebut, serta pemanfaatan sarana dan prasarana yang tersedia bagi wisatawan.²³ Menurut Ashoer et al. (2020), pariwisata meliputi berbagai kegiatan, layanan, dan sektor yang memberikan pengalaman perjalanan kepada individu atau kelompok. Hal ini mencakup fasilitas seperti transportasi, penginapan, konsumsi makanan dan minuman, pusat perbelanjaan, hiburan, serta berbagai aktivitas dan layanan perhotelan lainnya yang dapat diakses oleh wisatawan. Selain itu, pariwisata juga mencakup semua penyedia jasa yang berhubungan langsung dengan para pengunjung maupun entitas usaha yang melayani kebutuhan mereka.²⁴

Menurut Soebagio, pariwisata mencakup berbagai fenomena dan interaksi yang timbul akibat perjalanan dan masa tinggal seseorang di luar tempat tinggal tetapnya, tanpa menetap atau terlibat dalam aktivitas ekonomi yang menghasilkan penghasilan di lokasi tersebut. Wisatawan pada umumnya melakukan perjalanan

²² Fletcher, John, Alan Fyall, David Gilbert And Stephen Wanhill, *Tourism: Principles And Practice*, 6th edition (UK: Pearson, 2018).

²³ Wardiyanta, Pengantar Ekonomi Pariwisata, Cetakan 1 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020).

²⁴ Muhammad Ashoer, et al., Ekonomi Pariwisata, Cetakan 1 (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021).

untuk mengisi waktu luang, mencari hiburan, menambah pengetahuan, mengikuti kegiatan keagamaan, atau melakukan olahraga. Seluruh kegiatan ini memberikan manfaat, baik secara langsung maupun dalam jangka panjang bagi individu yang melakukannya.²⁵

c. Jenis-jenis Pariwisata

Spillane (1995) mengklasifikasikan pariwisata ke dalam beberapa jenis, antara lain:

1) *Pleasure Tourism*

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh individu yang bepergian untuk bersantai, melepaskan diri dari tekanan rutinitas, menikmati pemandangan alam, kesenian lokal, cerita rakyat, hingga hiburan lainnya. Intinya, perjalanan dilakukan demi kepuasan pribadi.

2) *Recreation Tourism*

Pariwisata rekreasi merupakan bentuk perjalanan yang bertujuan untuk relaksasi. Umumnya dilakukan saat liburan, dengan tujuan untuk memulihkan kebugaran fisik maupun mental dari kepenatan aktivitas sehari-hari.

3) *Cultural tourism*

Jenis ini berfokus pada unsur budaya sebagai daya tarik utama. Wisatawan tertarik untuk mengenal budaya lokal, gaya hidup masyarakat setempat, bahkan mengikuti kegiatan pendidikan atau penelitian terkait budaya.

²⁵ Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, edisi 2 (Gerbang Media Aksara, 2017).

4) *Sports tourism*

Pariwisata olahraga dilakukan oleh orang-orang yang ingin menyaksikan atau mengikuti kegiatan olahraga, baik sebagai peserta maupun penonton. Selain itu, wisata ini juga memberikan peluang bagi wisatawan untuk mencoba berbagai olahraga secara langsung. Spillane juga mengungkapkan bahwa wisata bahari seperti yang ada di kawasan Kuta dapat digolongkan ke dalam *Pleasure Tourism*. Hal ini disebabkan karena kawasan tersebut menawarkan keindahan alam, udara segar, cerita lokal, hiburan, dan aktivitas bawah laut seperti snorkeling atau diving.²⁶

d. Peran Pariwisata dalam Pembangunan Ekonomi

Menurut Effendi (2002) menjelaskan bahwa pembangunan merupakan suatu proses yang dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan guna mengoptimalkan seluruh potensi sumber daya yang ada. Proses ini dijalankan berdasarkan asas efisiensi, pemerataan, dan keadilan bagi seluruh lapisan masyarakat.²⁷ Pariwisata memiliki peranan strategis dalam mendorong perkembangan suatu negara, khususnya melalui kontribusinya terhadap peningkatan ekonomi serta pembentukan identitas, citra, dan nilai merek daerah. Dalam konteks ekonomi nasional, sektor ini sering dipandang sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal.

Dengan mendatangkan wisatawan mancanegara, pariwisata mampu meningkatkan pendapatan negara, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan domestik bruto, serta memperkuat sektor produksi. Selain itu,

²⁶ Wardiyanta, *Pengantar Ekonomi Pariwisata*. Cetakan 1 (Yogyakarta: Pustaka Pleajar, 2020)

²⁷ Ashoer, *Ekonomi Pariwisata*. Cetakan 1 (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021)

pariwisata juga menyumbang devisa, mendorong pembangunan infrastruktur, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dampak positif tersebut memperkuat pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kontribusi wisatawan terhadap penjualan, keuntungan usaha, pendapatan pekerja, penerimaan pajak, dan kegiatan ekspor suatu negara.²⁸

Banyak berbagai bentuk pembangunan, khususnya di sektor pariwisata, sangat membutuhkan keterlibatan aktif masyarakat setempat. Partisipasi dan dukungan mereka menjadi faktor kunci dalam mendukung kemajuan destinasi wisata di daerahnya. Pariwisata sendiri memiliki keterkaitan erat dengan sektor-sektor lain yang saling mendukung, sehingga pertumbuhannya dapat memberikan dampak positif yang luas, terutama terhadap aspek ekonomi. Sektor ini mampu mendorong peningkatan ekonomi, baik pada level nasional maupun lokal. Selain menjadi sumber devisa penting, pariwisata juga berkontribusi terhadap pengurangan angka pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh.

Sutisno et al. (2020) menegaskan bahwa sektor pariwisata membawa pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat, baik dalam aspek fisik maupun non-fisik. Manfaat tersebut meliputi peningkatan pendapatan negara dan individu, penciptaan lapangan pekerjaan, pelestarian lingkungan dan budaya, penguatan nasionalisme, penyegaran mental, pelepasan stres, serta sebagai sumber inspirasi bagi wisatawan.²⁹ Pengembangan sektor pariwisata merupakan suatu strategi yang difokuskan pada perluasan dan peningkatan aktivitas pariwisata dengan tujuan

²⁸ Sana Naseem, 'The Role of Tourism in Economic Growth: Empirical Evidence from Saudi Arabia', *Economies*, 9.3 (2021), doi:10.3390/economies9030117.

²⁹ Ashoer, *Ekonomi Pariwisata*. Cetakan 1 (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021)

utama untuk mengakselerasi pertumbuhan ekonomi wilayah serta mengangkat taraf hidup masyarakat lokal secara berkelanjutan.³⁰

Pariwisata memberikan dampak ekonomi yang signifikan, antara lain menghasilkan devisa negara, menyumbang pada pendapatan pemerintah, membuka lapangan pekerjaan, serta mendorong pengembangan wilayah. Dua dampak pertama dirasakan pada skala nasional, sementara tiga dampak lainnya lebih terlihat pada tingkat daerah atau lokal.³¹

Pembangunan sektor pariwisata dapat memberikan dorongan bagi perekonomian daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan penduduk setempat, serta bertambahnya penerimaan pajak daerah. Meski demikian, apabila pengelolaannya tidak dirancang secara matang, hal ini dapat memicu ketimpangan dalam distribusi pendapatan serta kenaikan harga barang dan jasa secara signifikan.³²

e. Definisi ekowisata

Menurut *The International Ecotourism Society* (TIES), ekowisata merupakan bentuk perjalanan yang bertanggung jawab ke kawasan alami dengan tujuan menjaga kelestarian lingkungan sekaligus mendukung kesejahteraan masyarakat lokal (Bagul, 2009). Secara umum, ekowisata dikaitkan dengan aktivitas berbasis alam, di mana awalan "eko" mengacu pada aspek ekologis (Lascuráin, 1988). Produk atau destinasi ekowisata dapat merepresentasikan

³⁰ Suparman Muzakir, *Pariwisata Budaya (Potensi Pariwisata Budaya Di Negeri Seribu Megalit*, cetakanper (EDU PUBLISHER, 2023).

³¹ Alberta Tahiri and others, 'Tourism and Hotel Industry: Definition, Concepts and Development – the Case of Kosovo', *Quality - Access to Success*, 22.182 (2021), pp. 110–15.

³² Suparman Vitayanti fattah, *Ekonomi Pariwisata (Teori, Model, Konsep Dan Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*, cetakan pertama (Publica Indonesia Utama, 2023).

keseluruhan ekosistem suatu wilayah, memberikan pengalaman menyeluruh seperti menjelajahi hutan hujan pegunungan atau menikmati keindahan terumbu karang. Pendekatan ini mencerminkan konsep holistik, di mana berbagai komponen alam saling berhubungan dan membentuk satu kesatuan ekosistem yang terpadu. Ekowisata merupakan kegiatan bepergian ke kawasan alam yang bertujuan untuk mengapresiasi keindahan lingkungan, mempelajari kehidupan satwa liar, serta merasakan budaya lokal dalam habitat aslinya, dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan di wilayah tujuan (Lee & Jan, 2019).

Untuk menciptakan ekowisata yang berkelanjutan, keterlibatan masyarakat lokal sangat penting. Jika dikelola secara efektif, ekowisata dapat memberikan manfaat ekonomi langsung kepada warga sekitar. Sebagai contoh, nelayan di kawasan wisata alam dapat meningkatkan pendapatannya dengan beralih profesi menjadi pemandu perahu, instruktur selam, atau membuka usaha kuliner berbasis hasil laut. Meskipun sering dianggap serupa, pariwisata berkelanjutan dan ekowisata memiliki perbedaan mendasar. Pariwisata berkelanjutan lebih fokus pada upaya pelestarian lingkungan dari sisi penyedia layanan, sedangkan ekowisata lebih berakar pada permintaan dan minat wisatawan itu sendiri (Dolnicar & Leisch, 2007).³³

Ekowisata sebenarnya bukan konsep yang baru, karena di Eropa telah dikenal sejak dekade 1970-an. Negara-negara seperti Prancis, Italia, dan Spanyol menjadi pelopor dalam perkembangan pesat sektor ini. Sementara itu, destinasi seperti Siprus, Kroasia, Polandia, Kanada, Israel, Republik Dominika, dan Kuba

³³ Sayantan Khanra, Amandeep Dhir, and Puneet Kaur, 'Bibliometric Analysis and Literature Review of Ecotourism: Toward Sustainable Development', 37.April 2020 (2021), doi:10.1016/j.tmp.2020.100777.

menunjukkan popularitas tinggi terhadap jenis wisata yang berfokus pada alam dan keberlanjutan ini.³⁴ *The International Ecotourism Society* mendefinisikan ekowisata sebagai bentuk kegiatan wisata yang bertanggung jawab terhadap kawasan alam, dengan tujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan, meningkatkan perekonomian masyarakat lokal, serta menggabungkan unsur edukasi dan interpretasi guna memperkaya pengalaman serta wawasan individu.³⁵

Ekowisata dipandang sebagai sarana dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan, karena mampu menyeimbangkan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Untuk menerapkannya dari level paling dasar, diperlukan perumusan strategi yang berlandaskan pada prinsip keberlanjutan serta potensi sumber daya alam dan budaya setempat.³⁶

Istilah ekowisata berasal dari dua kata, yakni "oikos" dalam bahasa Yunani yang berarti "rumah" atau "habitat", dan "tour" dari bahasa Perancis yang berarti "perjalanan" yang berkaitan dengan aktivitas bepergian. Secara esensial, ekowisata dapat dimaknai sebagai ajakan untuk melakukan perjalanan guna menghargai cara hidup manusia serta interaksi sosial di habitat lokal mereka, sehingga memberikan manfaat baik bagi wisatawan maupun masyarakat setempat yang menjadi tuan rumah.³⁷

³⁴ Sattarova Zukhra Ilkhamovna, 'AGRO AND ECOTOURISM IN UZBEKISTAN', 2024, pp. 169–77.

³⁵ Muhammad Muddassar Khan and others, 'The Significance of Digital Marketing in Shaping Ecotourism Behaviour through Destination Image', 2022, pp. 1–18.

³⁶ Nemai Sahani, 'International Journal of Geoheritage and Parks Application of Hybrid SWOT-AHP-FuzzyAHP Model for Formulation and Prioritization of Ecotourism Strategies in Western Himalaya , India', *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9.3 (2021), pp. 349–62, doi:10.1016/j.ijgeop.2021.08.001.

³⁷ Alejandra Tauro and others, 'Field Environmental Philosophy : A Biocultural Ethic Approach to Education and Ecotourism for Sustainability', 2021, pp. 1–22.

Pengembangan ekowisata di dalam maupun di sekitar kawasan konservasi perlu didasarkan pada prinsip-prinsip utama, seperti menjaga kelestarian lingkungan, melibatkan masyarakat lokal dalam setiap aktivitas, serta menciptakan produk wisata yang memiliki nilai edukatif dan rekreatif. Selain itu, pengembangan ini harus mampu meningkatkan penghasilan masyarakat sekitar dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan.³⁸

2. Nilai Ekonomi dengan *Travel Cost Method* (TCM)

Konsep nilai ekonomi mencerminkan tingkat kesediaan individu dalam menukar atau mengorbankan sejumlah barang maupun jasa lain demi memperoleh manfaat dari suatu produk atau layanan tertentu. Secara teoritis, hal ini dikenal sebagai *willingness to pay* (WTP), yaitu sejauh mana seseorang rela membayar untuk memperoleh manfaat yang ditawarkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Upaya kuantifikasi manfaat tersebut dikenal dengan istilah valuasi ekonomi (Samsudin, 2012). Penetapan nilai atau harga atas output yang bersumber dari alam dan lingkungan menjadi pendekatan yang umum digunakan dan relatif mudah diterapkan dalam berbagai disiplin ilmu.³⁹

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur nilai ekonomi sebuah objek wisata adalah metode *Travel Cost Method* (TCM). Pendekatan ini menilai nilai ekonomi dengan memperhitungkan persepsi individu

³⁸ Gadinga W Forje, Martin N Tchamba, and Manasseh Eno-nku, 'Determinants of Ecotourism Development in and around Protected Areas : The Case of Campo Ma ' an National Park in Cameroon', *Scientific African*, 11 (2021), p. e00663, doi:10.1016/j.sciaf.2020.e00663.

³⁹ Oktaviani Fuji Lestari *et al.*, "Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Air Terjun Tanjung Belit Di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar Dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan", JOM Fekon, Vol.4, No.1 (Februari, 2017): 536, <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/118957-ID-Analisis-Nilai-Ekonomi-Objek-Wisata-Air.Pdf>

atau kelompok terhadap biaya yang mereka keluarkan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut.⁴⁰

Menurut Ward et al. (2000), *Travel Cost Method* (TCM) merupakan metode valuasi lingkungan yang paling umum digunakan untuk mengestimasi nilai ekonomi kawasan wisata, baik untuk objek wisata alam maupun taman rekreasi. TCM termasuk dalam kategori metode *revealed preference* untuk mengukur *non-use value*, yang didasarkan pada perilaku aktual pengunjung, khususnya terkait dengan pengeluaran yang dilakukan selama perjalanan menuju lokasi wisata. Metode ini pertama kali dikembangkan oleh Wood dan Trice pada tahun 1958, kemudian disempurnakan oleh Clawson dan Knetsch pada tahun 1966.⁴¹

Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method/TCM*) merupakan pendekatan valuasi tidak langsung yang dimanfaatkan untuk memperkirakan nilai ekonomi dari sumber daya alam dan lingkungan, khususnya dalam konteks pariwisata berbasis alam. Teknik ini lazim digunakan untuk menilai tingkat permintaan terhadap aktivitas rekreasi di ruang terbuka, seperti kegiatan memancing, berburu, mendaki, serta berbagai bentuk wisata alam lainnya. Nilai ekonomi dari suatu destinasi dihitung berdasarkan persepsi pengunjung terhadap manfaat yang bersifat non-finansial dari kunjungan mereka. Estimasi dilakukan dengan meninjau berbagai komponen biaya yang dikeluarkan selama perjalanan, baik berupa biaya eksplisit seperti transportasi, konsumsi, dan akomodasi,

⁴⁰ Hasnan, Baihaqi, and Arlita, 'Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Iboih Dengan Menggunakan Travel Cost Method Di Kecamatan Sukamakmue Kota Sabang'.

⁴¹ Dedy Riantoro, 'Menaksir Nilai Ekonomi Objek Wisata Taman Manneken Manokwari: Aplikasi *Individual Travel Cost Method*', JFRES, Vol. 4, No. 2, (2021): 55, <https://doi.org/10.36883/jfres.V4i2.64>.

maupun implisit seperti opportunity cost dari waktu yang digunakan untuk berwisata.

Individu yang berdomisili jauh dari lokasi wisata cenderung mengeluarkan biaya perjalanan yang lebih besar, sehingga frekuensi kunjungan mereka biasanya lebih rendah dibandingkan dengan pengunjung yang tinggal di sekitar lokasi tersebut. Dengan kata lain, permintaan terhadap kegiatan rekreasi akan menurun seiring dengan meningkatnya biaya perjalanan. Hubungan antara jumlah kunjungan (permintaan) dan total biaya perjalanan (harga) dapat mencerminkan nilai ekonomi dari suatu perjalanan wisata. Metode Biaya Perjalanan (*Travel Cost Method*) merupakan pendekatan yang paling umum dan banyak digunakan untuk mengestimasi nilai ekonomi aktivitas rekreasi.⁴²

Menurut Haab dan McConnell (2003), nilai ekonomi suatu lokasi wisata dapat dihitung melalui pendekatan surplus konsumen, yaitu dengan mengestimasi luas area di atas kurva biaya perjalanan. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa permintaan terhadap rekreasi tetap konstan seiring perubahan pendapatan, sehingga memungkinkan perhitungan nilai ekonomi berdasarkan perilaku pengunjung ekonomi.⁴³ Karena biaya perjalanan menjadi salah satu determinan utama dalam pengambilan keputusan individu untuk berkunjung ke suatu lokasi, metode Travel Cost Method (TCM) kerap dimanfaatkan untuk mengestimasi nilai ekonomi dari destinasi rekreasi. Biaya yang dikeluarkan untuk perjalanan diasumsikan mencerminkan nilai minimum dari Willingness to Pay (WTP)

⁴² Joonghyun Hwang and others, 'The Economic Value of Freshwater Fisheries in Florida: An Application of the Travel Cost Method for Black Crappie Fishing Trips', 233. September 2020 (2021).

⁴³ McConnell T.C Haab, *Valuing Environmental And Natural Resources: The Economics Of Non-Market Valuation* (Edward Elgar, 2003).

pengunjung, dan digunakan sebagai indikator nilai rekreasi dari suatu lokasi wisata.⁴⁴

Metode Travel Cost Method (TCM) dimanfaatkan sebagai pendekatan untuk memperkirakan nilai ekonomi suatu destinasi wisata dengan meninjau persepsi individu maupun masyarakat terhadap total biaya yang dikeluarkan dalam rangka kunjungan ke lokasi tersebut. Biaya yang dimaksud mencakup pengeluaran langsung, seperti transportasi, konsumsi makanan dan minuman, akomodasi, tiket masuk, hingga kebutuhan tambahan lainnya, serta mencakup pula biaya peluang yang berkaitan dengan waktu dan sumber daya yang digunakan selama kegiatan wisata berlangsung.⁴⁵

3. Konsep kepuasan wisatawan

Teori Konsep kepuasan wisatawan berasal dari teori kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction) yang mengacu pada Paradigma Diskonfirmasi (Disconfirmation Paradigm) yang dikembangkan oleh Oliver (1980). Dalam kerangka ini, kepuasan ditentukan oleh dua elemen utama: ekspektasi sebelum pembelian (pre-purchase expectations), yang mencerminkan keyakinan konsumen terhadap kinerja produk atau jasa yang diantisipasi, dan diskonfirmasi, yaitu perbandingan antara ekspektasi awal dengan persepsi setelah penggunaan (post-purchase perception). Kepuasan wisatawan berkaitan erat dengan sejauh mana ekspektasi awal mereka terpenuhi oleh pengalaman nyata selama menerima

⁴⁴ Atalel Wubalem, Teshale Woldeamanuel, and Zerihun Nigussie, 'Economic Valuation of Lake Tana : A Recreational Use Value Estimation through the Travel Cost Method', 2023, pp. 1–20.

⁴⁵ Indah Susilowati, et al., and others, 'Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha Economic Valuation of Tourist Attractions with Travel Cost Approach Economic Valuation of Tourist Attractions with Travel Cost Approach', 11.24 (2024).

layanan. Tingkat kepuasan ditentukan oleh selisih antara harapan awal dan persepsi atas pelayanan yang diterima dari interaksi antara wisatawan dan penyedia jasa wisata. Kotler (2018) menyatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan hasil dari penilaian terhadap kualitas layanan yang diterima, dibandingkan dengan ekspektasi yang terbentuk sebelum pembelian.pembelian.⁴⁶

Menurut Mostafa (2022), kepuasan wisatawan merupakan elemen fundamental dalam teori maupun praktik pemasaran. Meskipun terdapat beragam definisi dalam berbagai literatur, konsep yang paling banyak diterima adalah bahwa kepuasan merupakan bentuk evaluasi setelah pengambilan keputusan, yakni penilaian terhadap pilihan pembelian yang telah dilakukan. Dalam konteks pariwisata, kepuasan wisatawan mencerminkan penerimaan wisatawan terhadap keseluruhan pengalaman perjalanan, yang mencakup penilaian atas produk dan layanan yang digunakan selama kunjungan. Dengan kata lain, kepuasan tersebut dapat dipahami sebagai reaksi emosional wisatawan setelah memperoleh pengalaman dari aktivitas wisata yang mereka jalani.⁴⁷

Kepuasan wisatawan bukan semata-mata soal kenikmatan yang dirasakan selama perjalanan, tetapi juga melibatkan proses penilaian terhadap keseluruhan pengalaman tersebut. Artinya, kepuasan wisatawan mencerminkan evaluasi menyeluruh terhadap pemanfaatan produk dan layanan yang tersedia, serta proses perjalanan mulai dari keberangkatan hingga pelaksanaan aktivitas wisata. Anderson dan Fornell (1994) mengemukakan bahwa konsumen yang merasa puas

⁴⁶ Tuti Anggraeni, *Model Historical Tourist Engagement Dalam Membangun Loyalitas Wisatawan Di Jawa Barat*, Cetakan Pe (Cv. Mega Press Nusantara, 2024).

⁴⁷ Ali Suroto, *Jelajah Ilmiah Pariwisata Indonesia*, Cetakan Pertama (Penerbit Andi, 2025).

cenderung bersedia membayar lebih atas manfaat yang mereka rasakan, dan mereka juga cenderung lebih toleran terhadap adanya kenaikan harga.⁴⁸

Kepuasan konsumen menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan sektor pariwisata. Apabila wisatawan merasa terlayani dengan baik, mereka cenderung melakukan kunjungan ulang atau menyarankan tempat tersebut kepada orang lain. Christopher Holloway dan Neil Taylor menekankan peran penting kualitas layanan dalam bidang pariwisata. Mereka menunjukkan bahwa pelayanan yang unggul dapat memperkuat posisi kompetitif suatu destinasi wisata di tengah persaingan yang ketat.⁴⁹

Inti dari kepuasan wisatawan terletak pada apakah mereka bersedia melakukan kunjungan ulang, menyarankan lokasi tersebut kepada orang lain, atau justru memperingatkan orang lain untuk menghindarinya. Hal ini menjadikannya sebagai tolok ukur utama untuk menilai keberlangsungan suatu destinasi dalam jangka panjang. Tingkat kepuasan wisatawan sendiri dipengaruhi oleh berbagai elemen, seperti daya tarik destinasi, posisi destinasi dalam pasar pariwisata, mutu pelayanan yang diberikan, ekspektasi wisatawan, serta pengalaman pribadi mereka selama berada di lokasi tersebut.⁵⁰ Sejumlah penelitian empiris di bidang pemasaran dan pariwisata menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara

⁴⁸ Ali Suroto, *Jelajah Ilmiah Pariwisata Indonesia*, Cetakan Pertama (Penerbit Andi, 2025)..

⁴⁹ Febri Yuliani Siti Hajar, *Perencanaan Pariwisata (Teori Dan Praktek Dalam Perspektif Administrasi Publik)*, Cetakan Pertama (UMSU Press, 2024).

⁵⁰ Sulistyadi, *Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*, Cetakan Pe (Anugrah Utama Raharja, 2021).

tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan dan keinginan mereka untuk kembali mengunjungi destinasi yang sama di masa mendatang.⁵¹

Konsep dasar dari kepuasan terletak pada sejauh mana hasil yang diterima sesuai atau tidak dengan harapan wisatawan. Dalam konteks pariwisata, pengalaman dan tingkat kepuasan yang dirasakan dipengaruhi oleh kondisi alam yang dinamis, aktivitas yang dilakukan wisatawan, serta karakteristik destinasi itu sendiri. Tingkat kepuasan setiap individu dapat bervariasi tergantung bagaimana mereka memandang dan menilai keseluruhan elemen pariwisata, termasuk total pengeluaran yang dikeluarkan, baik berupa biaya finansial maupun pengorbanan non-finansial. Justru, komponen biaya non-moneter sering kali lebih menentukan dalam menilai manfaat kunjungan, nilai pengalaman, serta kecenderungan untuk berkunjung kembali.

Menurut temuan Muammer (2009), terdapat beberapa elemen yang memengaruhi terbentuknya kepuasan wisatawan. Proses ini mencakup aspek-aspek seperti produk wisata yang ditawarkan, alat atau cara yang digunakan wisatawan untuk melakukan penilaian, serta hasil akhir berupa produk dan layanan yang mereka terima selama kunjungan.⁵² Dalam studi yang dilakukan oleh Marin, J.A. dan Taberner, J.G. (2010), dijelaskan bahwa kepuasan wisatawan sangat dipengaruhi oleh keterlibatan mereka dalam menilai berbagai aspek yang berkaitan langsung dengan pengalaman wisata. Beberapa elemen utama yang menjadi penentu kepuasan tersebut antara lain meliputi:

⁵¹ Ali Hasan, *Tourism Marketing*, Cetakan Pertama (CAPS, 2015).

⁵² Hikmah dan Nurdin, *Pemasaran Pariwisata*, Cetakan Pe (PT. Nasya Expanding Management, 2021).

a. Sikap masyarakat setempat dan perilaku staf terhadap wisatawan

Interaksi yang bersahabat dan sikap positif dari warga lokal serta pegawai pariwisata memiliki dampak besar terhadap kenyamanan dan kepuasan pengunjung.

b. Standar pelayanan

Tingkat kesopanan, keramahan, efisiensi, serta kecepatan petugas dalam menangani permintaan dan keluhan wisatawan menjadi ukuran penting dalam menilai kualitas layanan.

c. Ketersediaan dan kualitas sarana prasaran

Akomodasi dan fasilitas penunjang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman wisatawan, baik dari sisi kenyamanan fisik maupun kesejahteraan emosional.

d. Karakter konsumsi dalam pariwisata

Perilaku konsumen terhadap produk wisata mencerminkan suatu pola sosial yang kompleks, mencakup berbagai dimensi yang saling terkait secara kultural, sosial, dan ekonomi.

e. Persepsi harga

Penilaian wisatawan terhadap harga sering kali dikaitkan dengan sejauh mana mereka merasa puas, bahkan meskipun mereka tidak memiliki perbandingan langsung dengan tawaran dari destinasi lain.

f. Pengeluaran non-finansial

Dalam kerangka persepsi nilai, elemen seperti kualitas layanan dan pengorbanan non-moneter (misalnya waktu, tenaga, atau kenyamanan) turut membentuk persepsi keseluruhan wisatawan terhadap nilai sebuah destinasi.

4. Potensi objek wisata

a. Teori Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata menjadi komponen utama dalam sektor pariwisata yang berperan sebagai pemicu minat wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan. Spilane (2002) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah berbagai aspek atau unsur yang mampu memikat perhatian wisatawan yang dimiliki oleh sebuah destinasi. Sementara itu, menurut Pendit (1994), daya tarik pariwisata mencakup segala sesuatu yang memiliki nilai keunikan dan mampu menimbulkan rasa ingin tahu sehingga layak untuk dikunjungi dan disaksikan.⁵³

Menurut pandangan Gunn (1994), daya tarik wisata merupakan elemen esensial yang melekat pada suatu destinasi, di mana elemen ini tidak hanya memberikan pengalaman visual maupun aktivitas rekreatif bagi wisatawan, tetapi juga menjadi motivator utama yang mendorong individu untuk melakukan perjalanan ke lokasi tersebut. Ciri khas dari daya tarik wisata adalah sifatnya yang melekat secara fisik pada tempat itu sendiri—artinya, hanya dapat dinikmati melalui kehadiran langsung di lokasi. Dengan demikian, objek wisata atau daya tarik tersebut menjadi komponen vital yang menentukan tingkat kunjungan wisatawan ke suatu kawasan destinasi.

⁵³ I Made Trisna Semara Putu Eka Wirawan, *Pengantar Pariwisata*, Cetakan Pe (Ipb International Press, 2021).

Menurut Cooper dan rekan-rekannya (2020), daya tarik wisata merupakan hasil perpaduan berbagai potensi lokal yang mengandung nilai sejarah, keindahan, maupun fungsi tertentu yang mampu memberikan rasa puas bagi pengunjung. Penjelasan ini menegaskan bahwa daya tarik wisata tidak semata-mata ditentukan oleh aspek fisik, melainkan juga oleh pengalaman emosional yang ditimbulkan selama kunjungan wisata berlangsung.⁵⁴

Tingkat ketertarikan terhadap suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh berbagai elemen yang saling berinteraksi. Middleton dan Clarke (2012) menyebutkan bahwa kemudahan akses, ketersediaan sarana pendukung, serta mutu layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi ketertarikan wisatawan. Di samping itu, pendekatan promosi yang terencana dan pemasaran yang efektif juga sangat menentukan dalam menarik perhatian calon pengunjung. Sejalan dengan perkembangan teknologi, Richards (2015) menyoroti peran penting media digital termasuk media sosial dan situs perjalanan dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan visibilitas destinasi wisata.

Merujuk pada ketentuan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, tepatnya pada Pasal 1 ayat 5, daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala bentuk unsur yang memiliki kekhasan, estetika, serta nilai strategis baik yang berasal dari potensi alam, warisan budaya, maupun hasil cipta karya manusia yang menjadi faktor utama pendorong kunjungan wisatawan ke suatu destinasi. Dalam konteks ini, penilaian terhadap daya tarik wisata didasarkan pada tiga aspek utama, yakni keunikan, estetika, dan

⁵⁴ Darmayasa, et al., Interpretasi Daya Tarik Wisata, Cetakan Pe (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025).

nilai. Selain itu, klasifikasi daya tarik wisata mencakup tiga jenis utama: objek wisata alam, warisan budaya, dan atraksi buatan manusia (Sugiarto, 2018).⁵⁵

b. Definisi Objek Wisata

Objek wisata merupakan lokasi yang menawarkan keindahan, baik yang terbentuk secara alami maupun hasil karya manusia, sehingga mampu menarik minat wisatawan. Sementara itu, potensi wisata mencakup seluruh unsur yang terdapat di suatu destinasi yang berpotensi memikat pengunjung. Potensi tersebut, apabila dikembangkan dengan optimal, dapat menjadi daya tarik utama dari objek wisata tersebut.⁵⁶ Keanekaragaman sumber daya alam, baik dari aspek fisik maupun biologis, ditambah dengan warisan budaya masyarakat, merupakan unsur yang dapat dikembangkan sebagai potensi dalam sektor pariwisata (Indrianeu dan Singkawijaya, 2021). Dengan demikian, potensi wisata merujuk pada segala sesuatu yang berpeluang untuk dikembangkan menjadi daya tarik di suatu destinasi wisata.⁵⁷

Potensi wisata mencakup berbagai elemen dan kejadian yang dapat diatur serta dimanfaatkan guna menunjang perkembangan sektor pariwisata. Elemen-elemen ini dapat berupa atmosfer suatu tempat, kejadian khusus, objek tertentu, maupun layanan yang tersedia. Keanekaragaman sumber daya alam, baik dari aspek fisik maupun biotik, serta kekayaan budaya masyarakat setempat,

⁵⁵ Kinanti Ida Nursanti Prasetyo Dan Eko Sugiarto, “Daya Tarik Wisata Waduk Gunungrowo Di Kabupaten Pati, Jawa Tengah”, *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, Vol. 1, No. 2, (September-Desember, 2023): 58 – 60, <https://Jurnal.Ittc.Web.Id/Index.Php/Jkph/Article/View/367>.

⁵⁶ M Fathurrahman Nurul Hakim, ‘OF TOURISM Potensi Dan Pengembangan Obyek Pariwisata Curug Jeglong Kabupaten Kendal Kabupaten Plantungan Jawa Tengah’, 2.1 (2019), pp. 10–19.

⁵⁷ Meisye Kiriman, ‘Analisis Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kabupaten Kepulauan Sitiro (Studi Kasus Di Pulau Siau)’, *Jurnal Berkalah Ilmiah Efisiensi*, vol.23.no.6 (2023), p. 184 <<https://ejournal.unsrat.ac.id/V3/Index.Php/Jbic/Article/View/49525>>.

merupakan aspek penting yang berpotensi dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Pitana (2009) menyatakan bahwa potensi wisata merujuk pada daya pikat suatu wilayah yang berpeluang menjadi tujuan wisata yang menarik, meskipun seringkali masih belum dikelola secara optimal. Empat faktor utama yang sering dijadikan pendekatan dalam menilai potensi wisata, dikenal sebagai konsep "4A", meliputi atraksi (daya tarik), aksesibilitas, amenitas (fasilitas penunjang), dan aktivitas wisata yang ditawarkan.⁵⁸

c. Pengembangan potensi wisata

Potensi pariwisata merujuk pada segala bentuk sumber daya yang dimiliki suatu wilayah dan memiliki kemampuan untuk dikembangkan menjadi faktor penarik bagi kegiatan wisata.⁵⁹ Pengembangan sektor pariwisata merupakan suatu proses yang terus berkembang dan berkesinambungan, yang bertujuan untuk menciptakan perbaikan melalui penyesuaian dan evaluasi berlandaskan hasil pengamatan serta masukan dari implementasi rencana terdahulu.

Temuan-temuan ini menjadi pijakan utama dalam merumuskan kebijakan yang perlu ditingkatkan di masa mendatang. Pengembangan dilakukan sebagai upaya untuk memperkuat, menyempurnakan, serta mengoptimalkan potensi daya tarik destinasi wisata. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan jumlah

⁵⁸ Siti Fadjarajani, 'Analisis Potensi Pariwisata Di Kabupaten Cianjur', *Jurnal Geografi*, 19.1 (2021), pp. 75–76 <<https://journal.unesa.ac.id/Index.Php/Jg/Article/Download/V19.1.7/Pdf>>.

⁵⁹ Asep R Rukmana, 'The Quadruple Helix Strategy for Tourism Development : Contents Case Study at Mekar Rahayu Village , Marga Asih District , Bandung Regency', 2021, pp. 117–30.

kunjungan wisatawan dan memastikan agar manfaatnya dapat dirasakan secara langsung oleh pemerintah maupun masyarakat setempat (Paturusi, 2001).⁶⁰

Perencanaan menjadi aspek penting dalam proses pengembangan destinasi wisata. Suwanto (2004) dalam bukunya *Dasar-Dasar Pariwisata* menyatakan bahwa pengembangan atau pembangunan suatu objek wisata harus disusun secara sistematis dengan memanfaatkan potensi yang tersedia guna mengidentifikasi daya tarik utamanya. Untuk memastikan keberhasilan pengembangan tersebut, perlu dilakukan berbagai studi kelayakan, seperti kelayakan dari sisi keuangan, dampak sosial ekonomi terhadap wilayah sekitarnya, serta kelayakan lingkungan.⁶¹

Pengembangan destinasi wisata memegang peran krusial karena melibatkan berbagai elemen seperti masyarakat lokal, pemerintah, investor, serta memerlukan anggaran dan perencanaan yang matang. Tujuan utama dari pengembangan daya tarik wisata adalah untuk meningkatkan kualitas dan pesona objek tersebut agar dapat memberikan manfaat yang lebih besar, baik dari sisi ekonomi bagi berbagai pihak maupun dari sisi pelestarian destinasi wisata itu sendiri.⁶²

Salah satu langkah untuk mencapai pengembangan pariwisata adalah dengan mengenali unsur-unsur kunci yang berkontribusi secara signifikan dalam

⁶⁰ Sri Susanty, *Manajemen Destinasi Pariwisata (Pengembangan Destinasi Berkelanjutan, Cetakan Pertama)* (Penerbit Widina Media Utama, 2024).

⁶¹ Putu Indah Rahmawati Komang Krishna Darmawan, 'Pengembangan Potensi Wisata Alam Desa Cau Belayu', *Junral Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, vol.5.no.1 (2022), p. 52 <<https://ejournal.undiksha.ac.id/Index.Php/JMPP/Article/View/35485>>.

⁶² Putri Ayu Lestari, 'Pengembangan Objek Wisata Alam Danau Ranau Di Perbatasan Kabupaten Lampung Dan Ogan Komering Ulu', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, vol.2.no.1 (2021), pp. 37–38 <<https://ejournal.lppm-sticetmabhakti.id/Index.Php/JANAKA/Article/View/173>>.

mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu destinasi. Menurut Deleuze dan Guattari (1988), terdapat sejumlah aspek penting yang menjadi pertimbangan dalam mengembangkan suatu destinasi wisata, antara lain: (1) Mutu dari objek wisata itu sendiri, yang mencakup upaya pelestarian lingkungan secara berkelanjutan; (2) Keistimewaan atau ciri khas yang dapat dinikmati oleh banyak pengunjung; (3) Strategi promosi yang memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, maupun situs web; (4) Peran sumber daya manusia yang berkontribusi dalam menjaga keberlanjutan destinasi; dan (5) Inovasi yang diterapkan untuk mempertahankan eksistensi dan daya tarik dari objek wisata tersebut.⁶³

David L. Edgell, Sr., Maria DelMastro Allen, dan Ginger Smith (2019) menyatakan bahwa pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan memerlukan keterpaduan tiga aspek utama, yaitu: 1) Aspek Lingkungan, yang mencakup pemanfaatan sumber daya alam secara bijak, menjaga fungsi ekosistem yang vital, serta turut berperan dalam pelestarian warisan alam dan keanekaragaman hayati; 2) Aspek Sosial Budaya, dengan menekankan pentingnya penghargaan terhadap identitas budaya dan nilai-nilai sosial khas yang melekat dalam destinasi pariwisata; dan 3) Aspek Ekonomi, yang bertujuan memastikan keberlanjutan ekonomi jangka panjang dengan memberikan keuntungan yang merata bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk penciptaan lapangan kerja,

⁶³ Lestari, 'Pengembangan Objek Wisata Alam Danau Ranau Di Perbatasan Kabupaten Lampung Dan Ogan Komering Ulu'.'.

peningkatan pendapatan, penyediaan layanan sosial, serta kontribusi dalam pengurangan angka kemiskinan di masyarakat lokal.⁶⁴

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode sistematis dalam perencanaan strategis yang bertujuan untuk mengevaluasi empat elemen utama dalam suatu program atau kegiatan, yakni kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threat). Keempat unsur tersebut membentuk dasar utama dalam pendekatan ini dan dikenal luas melalui akronim SWOT. Konsep ini pertama kali dikembangkan oleh Albert Humphrey, seorang peneliti dari Universitas Stanford pada tahun 1960-an hingga 1970-an, melalui studi berbasis data dari sejumlah perusahaan besar yang termasuk dalam daftar Fortune 500.⁶⁵

SWOT adalah metode strategis dalam perencanaan yang digunakan untuk menelaah empat elemen penting dalam sebuah organisasi, proyek, atau bisnis. Meskipun tergolong sederhana dalam penerapannya, pendekatan ini sangat efektif untuk mengidentifikasi aspek kekuatan, kelemahan, potensi ancaman, serta peluang yang dimiliki suatu entitas.⁶⁶ Dalam pandangan Henry Mintzberg (2019) yang dikutip oleh Agustinus (2025), analisis SWOT dipandang sebagai instrumen strategis untuk merumuskan kebijakan organisasi. Mintzberg menekankan

⁶⁴ Siti Hajar, 'Tourism Planning In Developing The Tourism Potential Of The Pusuk Buhitarea In Samosir Regency', *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, vol.11.no.1 (2022), p. 3 <<https://pdfs.semanticscholar.org/208c/497ce9d5046f439b481253742d7069e607fc.Pdf>>.

⁶⁵ Imam Mahrudi Deradjat Mahadi Sasoko, 'Teknik Analisis Swot Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan', *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, vol.22.no.1 (2023), p. 8 <http://repo.jayabaya.ac.id/2587/1/TEKNIK_ANALISIS_SWOT_DALAM_SEBUAH_PERENCANAAN_KEGIATAN.Pdf>.

⁶⁶ Dan Andi Rahman Putera Slamet Riyanto, Muh Nur Luthfi Azis, *ANALISIS SWOT: Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*, cetakan pe (Bintang Pustaka Madani, 2021).

pentingnya memperhatikan faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan, dalam menyusun strategi, sembari tetap mempertimbangkan kondisi eksternal berupa peluang dan ancaman. Melalui pendekatan ini, organisasi dapat mengenali potensi sumber daya serta kemampuan yang dimiliki, sekaligus memahami tantangan dan kesempatan yang mungkin dihadapi di lingkungan eksternal.⁶⁷

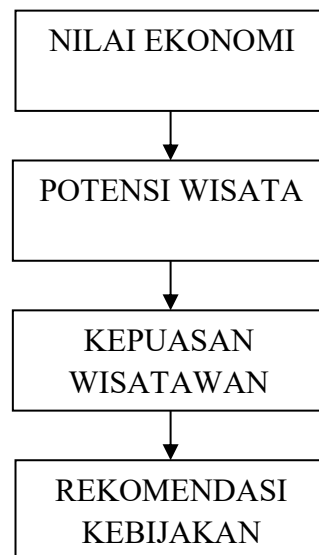
Rachmat (2014) dalam Agustinus (2025) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah perangkat analitis yang digunakan untuk memetakan kondisi aktual maupun potensi situasi yang dihadapi oleh suatu organisasi. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengoptimalkan kekuatan internal dan peluang eksternal yang dimiliki, sekaligus menekan dampak dari kelemahan serta ancaman yang mungkin timbul dalam operasional organisasi.

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang digunakan secara sistematis dalam proses perencanaan dan pengembangan strategi bisnis maupun program pembangunan, dengan tujuan utama untuk mengevaluasi empat komponen penting, yakni Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Pendekatan ini bertujuan untuk melakukan identifikasi serta perbandingan menyeluruh terhadap unsur-unsur internal maupun eksternal yang memengaruhi suatu kegiatan. Elemen internal mencakup segala bentuk kelebihan serta keterbatasan yang dimiliki oleh entitas terkait, sedangkan elemen eksternal melibatkan peluang yang mungkin dimanfaatkan serta hambatan yang berpotensi muncul dari kondisi lingkungan sekitar. Pelaksanaan analisis ini melibatkan pengkajian internal terhadap

⁶⁷ Agustinus, 'Analisis Pengembangan Cagar Budaya Waruga Sebagai Potensi Pariwisata Di Desa Sawangan Kabupaten Minahasa Utara', *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, vol.8.no.1 (2025) <<https://doi.org/10.35729/Jhp.V8i1> Januari>.

kelebihan dan kekurangan program, serta peninjauan eksternal terhadap potensi risiko dan peluang yang dapat dimanfaatkan.⁶⁸

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 1 Kerangka Pikir

⁶⁸ I Made Tamba I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, I Gusti Ayu Ari Agung, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha*, cetakan pe (Unmas Press, 2018).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang focus pada deskripsi, pemetaan, dan penjelasan karakteristik suatu fenomena atau populasi secara sistematis. Penelitian kuantitatif deskriptif tidak bertujuan untuk menentukan hubungan kausal antar variabel, melainkan untuk menyajikan data secara obyektif dan merinci karakteristik dari fenomena yang diamati.⁶⁹

Mengacu pada isu utama dalam penelitian ini, yakni menelaah nilai ekonomi, potensi wisata, serta tingkat kepuasan pengunjung di Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode ini digunakan untuk menganalisis nilai ekonomi melalui pendekatan *Travel Cost Method* (TCM), mengevaluasi potensi wisata menggunakan analisis SWOT, serta mengkaji kepuasan wisatawan menggunakan *Customer Satisfaction Index* pada objek wisata pantai nusa indah buntu matabing.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing yang terletak di Desa Rante Belu, Kecamatan Larompong, Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun pelaksanaan kegiatan penelitian berlangsung selama periode Mei hingga Juli tahun 2025.

⁶⁹ Effendi F, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Cetakan Pertama, (Penerbit Takaza Innovatix Labs, 2024)

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Nilai ekonomi wisata	Nilai ekonomi didefinisikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. ⁷⁰	1. Frekuensi kunjungan 2. Biaya perjalanan (meliputi biaya transportasi, biaya konsumsi, tiket, toilet, wahana dan lain-lain) 3. Jarak tempuh wisatawan. ⁷¹
Kepuasan wisatawan	Kepuasan wisatawan merujuk pada keadaan emosional yang dialami oleh pengunjung setelah mereka menjalani dan merasakan pengalaman dari aktivitas wisata yang dilakukan. ⁷²	1. Fasilitas Umum 2. Aksesibilitas dan Informasi 3. Layanan dan Keamanan 4. Kesan dan Harapan. ⁷⁴

⁷⁰ Oktaviani Fuji Lestari et al., “ Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Air Terjun Tanjung Belt Di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar Dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan”, JOM Fekon, Vol. 4 No. 1, (Februari, 2017): 536

⁷¹ Abdul Haris Hidayatullah, Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Dengan Metode Biaya Peralanan (Travel Cost Method)”, Repository Universitas Jember, (Februari, 2020): 43, [Http://Repository.Unej.Ac.Id/Handle/123456789/101780](http://Repository.Unej.Ac.Id/Handle/123456789/101780).

⁷² Alip Suroto, *Jelajah Ilmiah Pariwisata Indonesia*, Edition 1 (Penerbit Andi, 2025).

⁷⁴ Jurnal Sabbhata Yatra, et al., ‘IMPLEMENTASI CUSTOMER SATISFACTION INDEX PADA PAKET WISATA TOURISM EXPLORE CAMP (STUDI KASUS : KALA TOUR)’, 5 (2024).

Potensi	Potensi wisata adalah	1. daya tarik wisata,
Wisata	segala sesuatu yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar wisatawan mau berkunjung ke tempat tersebut. potensi wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu daerah untuk daya tarik wisatawan dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut. ⁷³	2. aksesibilitas, 3. sarana dan prasarana penunjang. ⁷⁵

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan unsur yang menjadi pusat perhatian dalam sebuah penelitian, baik berupa individu, benda, maupun peristiwa, yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan untuk diamati atau dianalisis dalam

⁷³ Aini Syarif, I Made Suyasa, and Linda Ayu Darmutika, 'Pengembangan Potensi Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Bayan Kabupaten Lombok Utara', *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12.2 (2023), pp. 1–10.

⁷⁵ Subhan Purwadinata and Ambarwati Ambarwati, 'Analisis Potensi Dan Daya Tarik Obyek Wisata Pantai Saliper Ate Kabupaten Sumbawa', *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11.1 (2023), pp. 61–71, doi:10.58406/jeb.v11i1.1154.

rangka menjawab tujuan penelitian.⁷⁶ Berdasarkan pendapat Cooper et al. yang dikutip oleh Sugiyono (2023), populasi merujuk pada seluruh unsur yang menjadi cakupan generalisasi penelitian. Elemen dalam populasi mencakup seluruh subjek yang akan dijadikan objek pengukuran dan menjadi unit analisis dalam penelitian tersebut.⁷⁷ Pada penelitian ini, populasi yang dijadikan sasaran adalah para pengunjung yang melakukan kunjungan ke destinasi wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih secara khusus untuk dijadikan objek pengamatan atau analisis dalam suatu penelitian.⁷⁸ Dalam pendekatan kuantitatif, sampel merujuk pada sebagian individu yang merepresentasikan jumlah dan ciri-ciri yang terdapat dalam keseluruhan populasi.⁷⁹ Sampel dalam penelitian ini difokuskan pada wisatawan lokal yang berkunjung ke Pantai Nusa Indah Buntu Matabing. Pembatasan dilakukan karena data lapangan tidak mencakup wisatawan Mancanegara. Penelitian ini menerapkan pendekatan Nonprobability Sampling, yaitu suatu metode pengambilan sampel di mana tidak semua anggota dalam populasi memiliki peluang yang sama atau seimbang untuk dipilih menjadi responden dalam studi.

⁷⁶ Primadi Candra Susanto *et al.*, “Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)”, *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol. 3, No. 1, (April, 2024): 2, <https://doi.org/10.38035/Jim.V3i1>.

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Edisi Kedua: Cetakan Ke-5, (Yogyakarta: ALFABETA, 2023), 126.

⁷⁸ Primadi Candra Susanto *et al.*, “Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)”, *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol. 3, No. 1, (April, 2024): 2, <https://doi.org/10.38035/Jim.V3i1>.

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Edisi Kedua: Cetakan Ke-5, (Yogyakarta: ALFABETA, 2023), 127.

Dalam kerangka pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk mengevaluasi nilai ekonomi melalui metode Travel Cost Method, mengkaji potensi objek wisata, serta menilai tingkat kepuasan pengunjung, penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Teknik ini merupakan metode pemilihan responden berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga hanya individu yang dianggap relevan dan memenuhi syarat yang dijadikan sampel penelitian.⁸⁰

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan jumlah sampel, mengingat adanya keterbatasan data berupa tidak tetapnya jumlah kunjungan wisatawan atau populasi yang fluktuatif. Perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan mengacu pada rumus Lemeshow pada tingkat kepercayaan sebesar 95% (Gunawan & Flawrensia, 2019):

$$n = \frac{z^2 \cdot p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

$$n = \frac{z^2 \cdot p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang diperoleh adalah 96,04, sehingga dalam penelitian ini ditetapkan jumlah responden sebanyak 96 orangresponden.

E. Teknik pengumpulan data

Penelitian ini memanfaatkan sejumlah metode dalam proses perolehan data, yang meliputi beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Kuesioner (angket)

Angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan dalam kuesioner dapat berbentuk tertutup dan tersusun rapi sehingga memudahkan proses analisis, ataupun berupa pertanyaan terbuka yang memberikan ruang bagi responden untuk menjelaskan jawaban mereka secara lebih mendalam.⁸¹ Kuesioner dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, baik yang bersifat tertutup maupun terbuka, dan dapat disampaikan kepada responden secara langsung maupun melalui media lain seperti layanan pos atau jaringan internet.⁸² Instrumen kuesioner digunakan oleh peneliti untuk disebarkan kepada para pengunjung yang datang ke objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing.

⁸¹ Siti Romdona *et al.*, “Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner”, JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik, Vol. 3, No. 1, (Januari, 2025): 44, <https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>.

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

2. Observasi

Menurut Wani et al. (2024) dalam Romdona et al. (2025), observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung berbagai fenomena atau perilaku yang terjadi di lapangan. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mencatat kejadian sebagaimana adanya dalam konteks nyata, tanpa intervensi atau manipulasi dari peneliti itu sendiri.⁸³ Selama proses observasi, peneliti secara teliti memperhatikan situasi di lokasi penelitian serta mencatat dan mendokumentasikan segala hal yang relevan dengan objek yang sedang diteliti. Observasi ini dilakukan langsung di lapangan guna melihat secara nyata kondisi pariwisata, sarana pendukung, dan berbagai aspek lain yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan dari objek yang diamati.

F. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan untuk menilai atau mengidentifikasi gejala-gejala yang muncul baik dalam konteks alamiah maupun sosial yang sedang diteliti.⁸⁴ Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa angket atau kuesioner sebagai alat utama dalam memperoleh data. Mengacu pada pendapat Sugiyono, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, instrumen disebarkan secara langsung kepada wisatawan yang

⁸³ Siti Romdona *et al.*, “Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner”, *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, Vol. 3, No. 1, (Januari, 2025): 42, <https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL> ,.

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

tengah berkunjung ke destinasi wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, dengan tujuan menggali informasi yang relevan sesuai fokus penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai alat ukur utama. Merujuk pada pendapat Sugiyono (2017), skala Likert merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu objek atau fenomena sosial tertentu. Skala ini memungkinkan peneliti untuk mengkuantifikasi respons responden secara sistematis melalui rentang jawaban yang telah ditentukan.⁸⁵ Secara umum, skala Likert mengadopsi rentang nilai dari angka 1 sampai 5, di mana setiap angka merepresentasikan tingkat intensitas sikap atau penilaian responden terhadap suatu pernyataan. Makna dari masing-masing kategori nilai tersebut dijabarkan secara rinci dalam tabel berikut:

Skala Likert	Skor
Sangat Puas(SP)	5
Puas (P)	4
Cukup Puas (CP)	3
Kurang Puas (KP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

⁸⁵ Muhammad Ramadhan, *Metode Penelitian*, Cetakan pertama (Cipta Media Nusantara, 2021).

G. Teknik Analisis data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan suatu pendekatan analisis data yang digunakan untuk menggambarkan atau merangkum informasi sebagaimana adanya, tanpa bermaksud menggeneralisasi hasil ke populasi yang lebih luas. Teknik ini mencakup penyajian data dalam berbagai bentuk visual seperti tabel, grafik, diagram lingkaran, maupun pictogram. Selain itu, statistik deskriptif juga melibatkan penghitungan ukuran-ukuran pemusatan data seperti rata-rata (mean), nilai tengah (median), dan nilai yang paling sering muncul (modus) serta ukuran penyebaran data yang mencakup desil, persentil, rata-rata hitung, standar deviasi, dan persentase.⁸⁶

2. Analisis Nilai Ekonomi (*Travel Cost Method*)

Metode analisis yang digunakan untuk menilai nilai ekonomi melalui pendekatan Travel Cost Method (TCM) mencakup estimasi berbagai jenis pengeluaran yang dikeluarkan oleh wisatawan, seperti ongkos perjalanan, konsumsi makanan dan minuman, penginapan, serta biaya tambahan lainnya seperti parkir, tiket masuk, dan pembelian oleh-oleh.⁸⁷ Biaya perjalanan merujuk pada keseluruhan pengeluaran yang dikeluarkan oleh wisatawan selama melakukan aktivitas rekreasi.

Penilaian nilai ekonomi objek wisata pantai nusa indah buntu matabing penting untuk mengetahui kontribusi ekonomi terhadap masyarakat. Salah satu

⁸⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cetakan Ke-5, (Yogyakarta: Alfabeta, 2023), 206 – 207.

⁸⁷ Muhammad Hasnanet *al.*, “Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Iboih Dengan Menggunakan Travel Cost Method Di Kecamatan Sukamakmue Kota Sabang”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian, Vol. 8, No. 4, (November, 2023): 1086, www.jim.unsyiah.ac.id/JFP.

pendekatan yang diterapkan adalah Travel Cost Method (Fauzi, 2010). Menurut (Ward dan Beal, 2000), Travel Cost Method mengukur nilai ekonomi wisata berdasarkan pengeluaran pengunjung. Tahapannya sebagai berikut:

- a. Menghitung Biaya Perjalanan Rata-rata (BPR)

$$BPR=BT+BK+BTM+BL$$

Keterangan: BT = biaya transportasi, BK = biaya konsumsi, BTM = biaya tiket masuk, BL = biaya lainnya.

- b. Menghitung Nilai Ekonomi (NE)

$$NE=BPR \times JP$$

Keterangan: JP = jumlah pengunjung.

Metode ini mencerminkan nilai manfaat wisata dari sudut pandang pengunjung melalui biaya yang rela mereka keluarkan

3. Analisis Potensi Objek Wisata (SWOT)

Analisis SWOT diterapkan dengan cara mengidentifikasi dua kategori utama dari faktor yang memengaruhi keberlangsungan objek wisata, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup kekuatan (strengths) serta kelemahan (weaknesses) yang melekat pada destinasi wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing. Sementara itu, faktor eksternal terdiri dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang berasal dari lingkungan di luar destinasi tersebut. Untuk membantu proses evaluasi strategis, digunakan matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary) guna menginventarisasi serta menilai berbagai aspek internal. Sedangkan EFAS (External Factors Analysis Summary) berfungsi untuk mengorganisasi dan menganalisis variabel-variabel eksternal

yang berpotensi memengaruhi pengembangan destinasi. Melalui kedua alat ini, analisis SWOT dapat dilakukan secara sistematis dan menyeluruh.⁸⁸

Data yang digunakan dalam penyusunan analisis IFAS dan EFAS meliputi beberapa tahapan, yaitu:

- a) Mengidentifikasi berbagai faktor yang relevan, baik yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal.
- b) Menentukan bobot untuk masing-masing faktor. Bobot ini diberikan dalam rentang 0,01 (sangat rendah pengaruhnya) hingga 0,99 (sangat tinggi pengaruhnya), dengan ketentuan bahwa total keseluruhan bobot harus berjumlah 1,00 atau 100 persen.
- c) Memberikan penilaian (rating) terhadap tiap faktor yang telah ditentukan. Penilaian dilakukan oleh responden dengan menggunakan skala Likert lima tingkat.
- d) Menghitung skor total, yaitu dengan mengalikan bobot dengan rating masing-masing faktor, kemudian menjumlahkan hasil tersebut untuk memperoleh nilai total dari faktor-faktor strategis internal maupun eksternal.

a. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Langkah-langkah dalam menentukan Faktor Strategis Eksternal (EFAS) adalah sebagai berikut⁸⁹:

- 1) Tuliskan dalam kolom pertama antara lima hingga sepuluh item yang terdiri atas peluang dan ancaman yang dihadapi oleh organisasi

⁸⁸ Sartika, 'Pengembangan Potensi Objek Wisata Air Terjun Sarambu Masiang Dalam Mendukung Pendapatan Desa Kaladi Darussalam Kecamatan Suli Barat Kabupaten Luwu', *Repository Iain Palopo*, 2022. <http://repository.iainpalopo.ac.id/Id/Eprint/5092/>>.

⁸⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan ke-23 (Gramedia Pustaka Utama, 2017).

- 2) Tentukan bobot untuk masing-masing faktor di kolom kedua dengan skala dari 0,0 (tidak berpengaruh) hingga 1,0 (sangat berpengaruh). Bobot ini menunjukkan sejauh mana pengaruh faktor tersebut terhadap strategi organisasi secara keseluruhan
- 3) Nilai setiap faktor dengan memberikan rating di kolom ketiga menggunakan skala 1 hingga 4. Untuk peluang, semakin besar potensi manfaatnya, maka nilai ratingnya mendekati 4. Sebaliknya, untuk ancaman, semakin besar dampak negatifnya, ratingnya mendekati 1
- 4) Kalikan bobot di kolom dua dengan rating di kolom tiga untuk mendapatkan skor tertimbang di kolom keempat. Skor ini akan menunjukkan kekuatan relatif dari masing-masing faktor dalam memengaruhi posisi organisasi.
- 5) Gunakan kolom kelima untuk mencatat alasan atau catatan khusus yang menjelaskan mengapa faktor-faktor tersebut dipilih dan bagaimana perhitungan skor tertimbangnya dilakukan.
- 6) Jumlahkan semua skor tertimbang di kolom empat untuk memperoleh total skor EFAS. Angka total ini merepresentasikan respons organisasi terhadap kondisi eksternal dan bisa digunakan untuk perbandingan dengan organisasi lain dalam sektor industri yang sama.⁹⁰

⁹⁰ Freddy Rangkuti, Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan Ke-23, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), 24 – 28

Tabel EFAS

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Rating	Bobot X
Eksternal			Rating
Peluang:			
Ancaman:			
Total			

b. Matriks Faktor Strategi Internal

Setelah unsur-unsur strategis eksternal berhasil dikenali, tahap berikutnya adalah menyusun matriks IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary). Matriks ini berfungsi sebagai alat untuk merangkum serta mengorganisasi faktor-faktor internal ke dalam dua kelompok utama, yaitu keunggulan (strengths) yang menjadi potensi penguat, dan keterbatasan (weaknesses) yang dapat menghambat kinerja organisasi. Penyusunan matriks IFAS memungkinkan proses evaluasi dilakukan secara terstruktur guna merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif dan relevan. Proses penyusunannya melibatkan beberapa tahapan sebagai berikut.

- 1) Identifikasi dan cantumkan 5 hingga 10 faktor peluang dan ancaman yang relevan ke dalam kolom pertama sebagai dasar analisis eksternal
- 2) Tentukan bobot untuk setiap faktor di kolom kedua, dengan skala antara 0,0 (tidak berpengaruh) hingga 1,0 (sangat berpengaruh), mencerminkan tingkat kepentingan masing-masing faktor terhadap strategi organisasi. Jumlah keseluruhan bobot harus mencapai angka 1,0 atau 100%.

- 3) Tetapkan nilai (rating) pada kolom ketiga untuk menggambarkan sejauh mana pengaruh masing-masing faktor terhadap organisasi. Gunakan skala 1 hingga 4, di mana untuk peluang rating 4 menunjukkan peluang besar, sedangkan rating 1 mencerminkan peluang yang kecil, sementara untuk ancaman rating 1 menandakan ancaman besar, dan rating 4 menandakan ancaman kecil.
- 4) Kalikan bobot (kolom 2) dengan rating (kolom 3) untuk memperoleh nilai tertimbang (weighted score) pada kolom keempat. Nilai ini menunjukkan dampak akhir dari setiap faktor terhadap organisasi
- 5) Gunakan kolom kelima untuk mencatat alasan atau penjelasan, baik terkait pemilihan faktor maupun perhitungan bobot dan rating yang diberikan
- 6) Jumlahkan seluruh skor tertimbang dalam kolom keempat untuk memperoleh total nilai pembobotan keseluruhan. Nilai total ini memberikan gambaran tentang seberapa efektif organisasi dalam merespons lingkungan eksternal. Skor ini juga dapat digunakan untuk melakukan perbandingan antar organisasi dalam industri yang sama.⁹¹

Tabel 1. 1 IFAS

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Rating	Bobot X
Internal			Rating
Kekuatan:			
Kelemahan:			
Total			

⁹¹ Rangkuti, *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*.

Total nilai faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang telah dianalisis akan dipetakan dalam diagram kartesius untuk menentukan posisi strategis organisasi. Pembagian kuadran dan implikasinya adalah sebagai berikut:.

- a. Kuadran 1: Organisasi berada pada posisi kuat secara internal dan menghadapi peluang eksternal yang besar. Strategi yang disarankan adalah strategi agresif (progresif), yaitu mendorong pertumbuhan secara optimal melalui perluasan pasar, peningkatan kapasitas, serta pengembangan potensi yang dimiliki.
- b. Kuadran 2: Organisasi menunjukkan kekuatan internal yang baik, tetapi dihadapkan pada berbagai tantangan eksternal yang signifikan. Strategi yang tepat adalah diversifikasi, yakni memperluas cakupan strategi untuk mengantisipasi berbagai hambatan yang mungkin timbul agar tetap kompetitif.
- c. Kuadran 3: Pada posisi ini, organisasi masih lemah dari sisi internal namun memiliki peluang eksternal yang menjanjikan. Rekomendasi strategi adalah reposisi atau perbaikan strategi, artinya organisasi perlu meninjau ulang pendekatan yang ada dan melakukan penyesuaian untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.
- d. Kuadran 4: Organisasi mengalami kelemahan internal sekaligus tekanan eksternal yang tinggi. Dalam kondisi ini, strategi yang direkomendasikan adalah strategi bertahan (defensif). Organisasi disarankan untuk fokus pada konsolidasi internal dan perbaikan menyeluruh sambil tetap menjaga keberlangsungan operasional.

Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam menentukan bobot dan rating dalam Analisis SWOT, yaitu:

- a. Melalui Diskusi Kelompok Terarah (FGD). Dalam metode ini, sejumlah peserta yang dianggap memahami konteks penelitian diminta untuk memberikan penilaian terhadap bobot dan rating masing-masing indikator SWOT. Penilaian dilakukan secara kolektif berdasarkan kesepakatan atau konsensus dari kelompok diskusi.
- b. Menggunakan Instrumen kuesioner. Pada metode ini, responden individu diminta untuk menilai setiap faktor dengan skala penilaian, umumnya mulai dari angka 1 (tidak penting) hingga 5 (sangat penting), sesuai dengan persepsi mereka terhadap signifikansi faktor tersebut.⁹²

Tabel Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weaknes (W)
	Tentukan faktor-faktor kekuatan Internal	Tentukan faktor-faktor kelemahan Internal
Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO
Tentukan faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk meminimalkan kelemahan untuk meraih peluang.
Treaths (T)	Strategi ST	Strategi WT
Tentukan faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti Freddy, (2017)

⁹² Rangkuti, *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. 2017

Keterangan:

- (1) Strategi SO (Strength-Opportunity): Strategi ini dirancang dengan pendekatan memaksimalkan seluruh kekuatan internal organisasi guna meraih serta memanfaatkan peluang eksternal secara optimal.
- (2) Strategi ST (Strength-Threat): Pendekatan ini berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal perusahaan untuk menghadapi atau menetralkan potensi ancaman dari luar.
- (3) Strategi WO (Weakness-Opportunity): Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia di lingkungan eksternal untuk menutup atau mengurangi kelemahan internal yang dimiliki.
- (4) Strategi WT (Weakness-Threat): Strategi ini bertujuan untuk meminimalkan kelemahan internal sekaligus menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal yang mungkin timbul.

4. Analisis Kepuasan Wisatawan (*Customer Satisfaction Index*)

Menurut Bhote (1996), **Customer Satisfaction Index (CSI)** adalah suatu indeks yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Pengukuran ini dilakukan dengan mempertimbangkan seberapa penting masing-masing atribut dari produk atau layanan yang dinilai. CSI memberikan informasi konkret mengenai tingkat kepuasan konsumen, sehingga memungkinkan dilakukan evaluasi berkala pada waktu-waktu tertentu untuk mengidentifikasi aspek yang perlu ditingkatkan, serta memperbaiki kekurangan

demikian memberikan pelayanan yang lebih baik dan bernilai bagi pelanggan.⁹³ Untuk memperoleh nilai Customer Satisfaction Index (CSI), terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan sebagai berikut.⁹⁴

1. Melakukan perhitungan terhadap Rata-Rata Skor Kepentingan (Mean Importance Score/MIS) serta Rata-Rata Skor Kepuasan (Mean Satisfaction Score/MSS). MIS merepresentasikan nilai rata-rata dari seberapa penting suatu atribut menurut persepsi pelanggan, sedangkan MSS mencerminkan rata-rata tingkat kepuasan yang dirasakan berdasarkan performa pelayanan yang diterima. Proses perhitungannya dilakukan dengan cara sebagai berikut:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

n = mewakili jumlah keseluruhan responden

Y_i = adalah skor harapan yang diberikan pada atribut ke- i

X_i = merupakan skor kepuasan terhadap atribut ke- i

2. Menghitung *Weight Factor* (WF), yaitu persentase bobot yang diperoleh dari rasio antara nilai MIS suatu indikator dengan total nilai MIS dari seluruh indikator yang diamati.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

⁹³ Fadli Fadillah M Awaludin, Hari Mantik, 'Penerapan Metode Serqual Pada Skala Likert Untuk Mendapatkan Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Sistem Informasi*, 10.1 (2023) <<https://doi.org/10.35968/Jsi.V10i1.990>>.

⁹⁴ Eric Julianto I Ardiansyah, 'Persepsi Wisatawan Terhadap Infrastruktur Wisata Pasca Revitalisasi Kawasan Kota Tua Jakarta', *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6.1 (2023) <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/57879>>.

Keterangan:

P = menunjukkan jumlah total atribut yang dinilai berdasarkan tingkat kepentingannya

I = merupakan penanda untuk atribut ke- i

MIS_i = adalah skor rata-rata yang mencerminkan tingkat kepentingan atribut ke- i

$\sum_{i=1}^p MIS_i$ = adalah akumulasi dari seluruh skor rata-rata kepentingan untuk atribut dari i hingga p

3. Menghitung Weight Score (WS), yaitu hasil dari mengalikan Weight Factor (WF) dengan Mean Satisfaction Score (MSS) untuk masing-masing atribut. Nilai ini memberikan gambaran kontribusi relatif kepuasan terhadap tiap atribut berdasarkan bobot kepentingannya.

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

Keterangan:

WFi = mengacu pada faktor bobot tertimbang untuk atribut ke- i

I = Atribut ke- i

4. Tahapan terakhir dalam proses ini adalah menghitung Indeks Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Index/CSI), yang dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

$\sum_{i=1}^p WSi$ = Total rata-rata kepentingan dari i ke p

HS = Skala maksimum

Jika nilai Customer Satisfaction Index (CSI) umumnya berada di atas 50%, hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan masih tergolong rendah. Adapun pengelompokan kategori persentase CSI adalah sebagai berikut:

No.	Nilai CSI	Keterangan
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80.99%	Puas
3	51% - 65.99%	Cukup Puas
4	35% - 50.99%	Kurang Puas
5	0% - 34.99%	Sangat Tidak Puas

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing terletak di Desa Rantebelu, Kecamatan Larompong, Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan. Pariwisata ini telah dicetuskan dari tahun 2004 yang ditetapkan wilayah ini sebagai wilayah kepariwisataan. Lokasi objek wisata ini sangat strategis, berada dipinggir laut, dan di kaki gunung. Secara geografis, lokasi ini dapat dicapai dengan menempuh jarak sekitar 27 kilometer ke arah selatan dari pusat kota Belopa . Secara geografis, kawasan ini sangat strategis karena dapat ditempuh dengan kendaraan roda dua maupun roda empat, dengan kondisi akses jalan yang relatif memadai. Keberadaan aksesibilitas yang mudah dijangkau menjadi salah satu faktor utama berkembangnya potensi wisata di Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, sehingga destinasi ini semakin dikenal oleh wisatawan, baik dari wilayah sekitar maupun dari luar Kabupaten Luwu.

Secara lanskap, Pantai Nusa Indah Buntu Matabing menyajikan kombinasi keindahan yang unik antara pesisir pantai dan latar belakang pegunungan. Hamparan pasir yang bersih berpadu dengan deburan ombak laut memberikan nuansa alami yang khas, sementara barisan pegunungan di belakang kawasan menambah daya tarik visual yang menenangkan. Perpaduan tersebut menghadirkan atmosfer wisata yang berbeda dari kebanyakan pantai lain di Sulawesi Selatan, sehingga tidak hanya menawarkan wisata bahari tetapi juga

pemandangan alam yang menyejukkan. Ciri khas inilah yang menjadikan Buntu Matabing sebagai salah satu destinasi yang sering dijadikan lokasi fotografi, rekreasi keluarga, maupun tempat relaksasi.

Ruang-ruang terbuka dimanfaatkan untuk area bermain dan interaksi sosial, sementara beberapa bagian lainnya dialokasikan untuk pembangunan fasilitas penunjang. Penataan yang cukup baik ini menunjukkan adanya perhatian dari pengelola dalam mengembangkan kawasan sebagai destinasi wisata modern, tanpa menghilangkan unsur keaslian alam yang dimilikinya. Untuk menunjang kenyamanan wisatawan, pengelola telah menyediakan berbagai fasilitas penunjang. Penginapan/villa sebagai pilihan akomodasi bagi pengunjung yang ingin bermalam (harga mulai Rp200.000 – Rp1.000.000 belum termasuk sarapan), gazebo atau galampang yang tersebar di beberapa titik sebagai tempat beristirahat (sewa Rp100.000), balai pertemuan, lapangan futsal, playground anak-anak (Rp10.000/anak), parkir kendaraan luas, bersih dan rapi, wahana bebek-bebek (Rp20.000/orang), ban untuk renang (Rp5.000), banana boat (Rp120.000), tenda-tenda beserta kursi yang tidak dikenakan tariff, dan minimarket. Selain itu, fasilitas ibadah berupa mushola juga telah tersedia, sehingga dapat memenuhi kebutuhan spiritual wisatawan muslim.

Tidak hanya mengandalkan pesona alam, Pantai Nusa Indah Buntu Matabing juga menawarkan beragam aktivitas wisata. Pengunjung dapat menikmati wisata pantai, wisata alam, maupun wisata buatan yang tersedia di kawasan tersebut. Aktivitas air atau wisata tirta juga mulai berkembang, seperti berenang atau sekadar bermain di tepi pantai. Untuk jam operasional, lokasi ini

terbuka setiap hari, dari jam 09.00 – tutup. Tiket masuk Rp10.000 per orang. selain itu, fasilitas penunjang lain juga tersedia seperti area parkir yang luas dan toilet umum. Akses informasi juga difasilitasi oleh keberadaan pusat informasi, dan tempat ibadah telah disediakan. Dari sisi promosi, Pantai Nusa Indah Buntu Matabing tidak hanya mengandalkan rekomendasi wisatawan secara informal, tetapi juga telah aktif melakukan promosi melalui berbagai media digital. Informasi mengenai destinasi Pantai Nusa Indah Buntu Matabing dapat ditemukan di Google, serta disebarluaskan melalui akun Instagram (@ni.buntumatabing), Facebook, dan TikTok resmi maupun komunitas lokal. Upaya promosi berbasis media sosial ini menjadi sarana penting dalam memperluas jangkauan informasi, sehingga wisatawan dari luar daerah dapat dengan mudah memperoleh gambaran mengenai daya tarik pantai, fasilitas yang tersedia, maupun kegiatan wisata yang ditawarkan.

2. Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang berhasil dihimpun melalui penyebaran kuesioner kepada para wisatawan di Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, dapat diperoleh gambaran mengenai profil atau karakteristik para responden seperti yang dijelaskan berikut ini:

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Laki-Laki	28	29,2%
Perempuan	68	70,8%

Total	96	100%
--------------	-----------	-------------

Berdasarkan data dalam tabel, dari total 96 responden yang disurvei, sebanyak 28 orang atau 29,2% merupakan laki-laki. Sementara itu, jumlah responden perempuan mencapai 68 orang atau 70,8%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan yang mengunjungi Pantai Nusa Indah Buntu Matabing adalah perempuan.

b. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 – 27 Tahun	38	39,58%
28 – 38 Tahun	22	22,92%
39 – 49 Tahun	18	18,75%
50 – 60 Tahun	15	15,63%
>60 Tahun	3	3,12%
Jumlah	96	100%

Berdasarkan data pada tabel, responden dengan rentang usia 17 hingga 27 tahun merupakan kelompok terbanyak, yaitu sebanyak 38 orang atau 39,58%. Selanjutnya, sebanyak 22 responden (22,92%) berada dalam usia 28 hingga 38 tahun, disusul oleh 18 responden (18,75%) berusia antara 39 hingga 49 tahun. Kelompok usia 50 hingga 60 tahun tercatat sebanyak 15 responden (15,63%), dan yang berusia di atas 60 tahun hanya 3 orang (3,12%). Dengan demikian, kelompok usia 17 sampai 27 tahun menjadi kategori usia yang paling mendominasi kunjungan ke Pantai Nusa Indah Buntu Matabing.

c. Responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	4	4,17%
SMP	13	13,54%
SMA	41	42,71%
D3	5	5,21%
S1	30	31,25%
S2	3	3,12%
Jumlah	96	100%

Mengacu pada data dalam tabel, terlihat bahwa responden dengan tingkat pendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD) berjumlah 4 orang atau sekitar 4,17%. Sementara itu, responden lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 13 orang (13,54%), lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) mencapai 41 orang (42,71%), lulusan Diploma 3 (D3) tercatat 5 orang (5,21%), lulusan Sarjana (S1) sebanyak 30 orang (31,25%), dan lulusan Magister (S2) berjumlah 3 orang (3,12%). Berdasarkan data ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung Pantai Nusa Indah Buntu Matabing berasal dari latar belakang pendidikan SMA, dengan persentase dominan sebesar 42,71%.

d. Responden berdasarkan asal

Asal	Jumlah	Persentase
Lokal (Kabupaten Luwu)	84	87,5%
Luar Kabupaten Luwu	12	12,5%
Jumlah	96	100%

Merujuk pada informasi dalam tabel, tercatat bahwa sebanyak 84 orang responden, atau sekitar 87,5%, berasal dari wilayah Kabupaten Luwu. Sementara itu, responden yang datang dari luar Kabupaten Luwu berjumlah 12 orang, dengan persentase sebesar 12,5%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar wisatawan yang mengunjungi Pantai Nusa Indah Buntu Matabing berasal dari Kabupaten Luwu.

e. Responden berdasarkan frekuensi kunjungan

Frekuensi kunjungan	Jumlah	Persentase
Pertama kali	44	45,83%
Lebih dari sekali	52	54,17%
Jumlah	96	100%

Berdasarkan data dalam tabel, tercatat bahwa sebanyak 44 responden atau sekitar 45,83% merupakan pengunjung yang baru pertama kali datang, sedangkan 52 responden atau 54,17% telah mengunjungi lokasi ini lebih dari satu kali. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan merupakan pengunjung yang telah melakukan kunjungan berulang, dengan persentase sebesar 54,17%.

2. Analisa Data

a. Nilai Ekonomi Objek Wisata (*Travel Cost Method*)

No	Asal	Jumlah	Biaya transport-	Biaya konsumsi	Biaya lain-lain	Total biaya perjalanan	Rata-rata biaya perjalanan
			tasi (Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)	(Rp)

1	Suli	13	400.000	760.000	150.000	1.310.000	100.769
2	Belopa	18	641.000	1.499.000	240.000	2.380.000	132.222
3	Riwang	10	162.000	285.000	160.000	607.000	60.700
4	Bilante	4	50.000	250.000	110.000	410.000	102.500
5	Larompong	26	580.000	1.395.000	540.000	2.515.000	96.730
6	Luwu utara	1	80.000	100.000	10.000	190.000	190.000
7	Buntu	3	65.000	315.000	75.000	455.000	151.666
	matabing						
8	Siwa	4	330.000	450.000	70.000	850.000	212.000
9	Palopo	3	140.000	200.000	30.000	370.000	123.333
10	Suli barat	3	80.000	150.000	40.000	270.000	90.000
11	Soppeng	1	50.000	50.000	20.000	120.000	120.000
12	Wajo	3	150.000	450.000	230.000	830.000	276.666
13	Bonepute	3	60.000	20.000	30.000	110.000	36.666
14	Lacinde	1	20.000	100.000	10.000	130.000	130.000
15	Keppe	3	50.000	150.000	80.000	280.000	93.333
Jumlah		96	2.858.000	6.214.000	1.795.000	10.867.000	1.916.585
Rata-rata			29.770	64.729	18.697	113.197	

Berdasarkan hasil rekapitulasi data kuesioner yang telah disajikan pada tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas wisatawan yang mengunjungi Pantai Nusa Indah Buntu Matabing berasal dari daerah Larompong. Sementara itu, pengeluaran tertinggi untuk perjalanan tercatat berasal dari pengunjung asal Wajo, dengan rata-rata biaya sebesar Rp276.666,- per orang. Di sisi lain, pengunjung dari Riwang mencatatkan pengeluaran perjalanan terendah, yaitu sebesar Rp60.700,- per individu. Secara keseluruhan, total biaya yang dikeluarkan oleh

seluruh responden mencapai Rp10.867.000,- dengan rata-rata pengeluaran per orang sebesar Rp113.197,-.

Sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh (Panjaitan et al, 2019), yang menyatakan bahwa jumlah biaya perjalanan menuju suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain jarak dari tempat asal pengunjung, ketersediaan aksesibilitas, fasilitas yang tersedia, serta daya tarik destinasi wisata itu sendiri. Dalam penelitian ini, biaya perjalanan dihitung dengan mempertimbangkan empat komponen utama, yaitu biaya transportasi, biaya konsumsi, tiket masuk, serta biaya tambahan lainnya. Dari ketiga komponen tersebut, pos biaya konsumsi tercatat sebagai pengeluaran terbesar dengan nilai Rp 6.214.000, jauh melampaui pengeluaran untuk transportasi sebesar Rp 2.858.000, serta komponen biaya lainnya yang relatif kecil.

Dominasi biaya konsumsi ini menggambarkan bahwa aktivitas kuliner, seperti pembelian makanan, minuman, maupun kebutuhan rekreatif lainnya, menjadi aspek yang paling banyak menyerap dana wisatawan selama berada di lokasi. Kondisi tersebut sekaligus menegaskan peran penting sektor kuliner lokal sebagai penggerak utama perputaran ekonomi wisata di kawasan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing. Sementara itu, porsi pengeluaran transportasi yang mencapai Rp 2.858.000 menunjukkan bahwa faktor aksesibilitas masih membutuhkan alokasi biaya tertentu, meskipun skalanya tidak sebesar konsumsi. Hal ini kemungkinan dipengaruhi oleh jarak tempuh wisatawan, jenis modal transportasi yang digunakan, serta kecenderungan penggunaan kendaraan pribadi.

Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa komponen konsumsi merupakan faktor dominan dalam struktur biaya wisatawan. Hal ini sejalan dengan perspektif ekonomi pariwisata yang menempatkan pengeluaran konsumsi sebagai indikator utama dalam perhitungan nilai ekonomi destinasi melalui pendekatan *Travel Cost Method* (TCM). Dalam konteks penilaian nilai ekonomi menggunakan pendekatan *Travel Cost Method* (TCM), total pengeluaran yang dilakukan oleh para pengunjung menjadi indikator utama dari nilai kegunaan langsung kawasan tersebut.

Menurut (Ward dan Beal, 2000), *Travel Cost Method* mengukur nilai ekonomi wisata berdasarkan pengeluaran pengunjung. Tahapannya sebagai berikut:

a. Menghitung Biaya Perjalanan Rata-rata (BPR)

$$BPR = BT + BK + BL$$

$$BPR = 29.770 + 64.729 + 18.698$$

$$BPR = \text{Rp}113.197$$

Keterangan: BT = biaya transportasi, BK = biaya konsumsi, BL = biaya lainnya.

b. Menghitung Nilai Ekonomi (NE)

$$NE = BPR \times JP$$

$$NE = 113.197 \times 10.000$$

$$NE = \text{Rp}1.131.970.000$$

Keterangan: JP = jumlah pengunjung.

Dengan mengasumsikan rata-rata kunjungan tahunan sebanyak 10.000 orang, total biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh seluruh responden mencapai Rp10.867.000. Jumlah ini berasal dari 3 komponen utama, yaitu transportasi, konsumsi, tiket masuk, dan pengeluaran lainnya. Dengan jumlah responden sebanyak 96 orang, diperoleh rata-rata biaya perjalanan per kunjungan sebesar Rp113.197. Nilai ini mencerminkan tingkat keterjangkauan wisata pantai nusa indah buntu matabing bagi pengunjung, baik domestik maupun mancanegara.

Berdasarkan pendekatan Travel Cost Method (TCM), nilai ekonomi kawasan dihitung dengan mengalikan rata-rata biaya perjalanan per pengunjung (Biaya Perjalanan Rata-rata/BPR). sebesar Rp113.197 dengan jumlah kunjungan tahunan (JP) sebanyak 10.000 orang. Hasilnya, diperoleh estimasi nilai ekonomi bulanan sebesar Rp1.131.970.000.

b. Potensi Wisata

1) Tabel Matriks IFAS

No	Faktor Strategi Internal
Strengths (Kekuatan)	
1	Keindahan alam dan panorama pantai yang masih alami
2	Biaya masuk yang terjangkau
3	Akses jalan menuju lokasi yang cukup memadai
4	Dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan wisata
Weaknesses (Kelemahan)	
1	Fasilitas umum terbatas (toilet, tempat duduk, tempat sampah)
2	Kurangnya promosi dan informasi wisata di media sosial/digital

- | | |
|---|--|
| 3 | Belum adanya papan informasi dan penunjuk arah yang jelas |
| 4 | SDM pengelola/pelaku wisata belum terlatih secara professional |

2) Tabel matriks EFAS

No	Faktor Strategi Eksternal
Opportunities (Peluang)	
1	Dukungan dari pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata
2	Tren wisataalam dan minat masyarakat terhadap destinasi lokal meningkat
3	Potensi pengembangan produk UMKM lokal sebagai daya tarik tambahan
4	Peluang promosi digital melalui media sosial dan platform pariwisata online
Threats (Ancaman)	
1	Persaingan dari objek wisata lain di daerah sekitar
2	Potensi kerusakan lingkungan akibat aktivitas wisata yang tidak terkontrol
3	Cuaca ekstrem dan abrasi pantai
4	Krisis ekonomi yang dapat menurunkan jumlah kunjungan wisatawan

Factor Strategi Internal				
Strengths/kekuatan (S) dan Weaknesses/kelemahan (W)				
No.	Pertanyaan	Bobot	rating	B x R
1	S1	0.16	4	0.65

No.	Pertanyaan	Bobot	rating	B x R
1	S1	0.16	4	0.65

2	S2	0.14	4	0.57
3	S3	0.15	3	0.46
4	S4	0.16	3	0.47
5	W1	0.11	2	0.21
6	W2	0.09	3	0.28
7	W3	0.10	1	0.10
8	W4	0.09	2	0.18
Total		1.00		2.91

Factor Strategi Eksternal				
Opportunities/peluang (O) & Threats/ancaman (T)				
No.	Pertanyaan	Bobot	rating	B x R
1	O1	0.12	4	0.12
2	O2	0.14	4	0.55
3	O3	0.14	3	0.28
4	O4	0.15	3	0.46
5	T1	0.09	2	0.37
6	T2	0.14	3	0.28
7	T3	0.12	1	0.25
8	T4	0.09	2	0.18
Total		1.00		2.49

3) Tabel matriks IFAS EFAS

No	Faktor-faktor strategi internal	Rating	Bobot	R x B
<i>Strengths (kekuatan)</i>				
1	Keindahan alam dan panorama pantai yang masih alami	0,16	4	0,65
2	Biaya masuk yang terjangkau	0,14	4	0,57
3	Akses jalan menuju lokasi yang cukup memadai	0,15	3	0,46
4	Dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan wisata	0,16	3	0,47
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>				
1	Fasilitas umum terbatas (toilet, tempat duduk, tempat sampah)	0,11	2	0,21
2	Kurangnya promosi dan informasi wisata di media sosial/digital	0,09	3	0,28
3	Belum adanya papan informasi dan penunjuk arah yang jelas	0,10	1	0,10
4	SDM pengelola/pelaku	0,09	2	0,18

wisata belum terlatih secara professional		
Total IFAS	1,00	2,91

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

No	Faktor-faktor strategi eksternal	Rating	Bobot	R x B
<i>Opportunities (Peluang)</i>				
1	Dukungan dari pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata	0,12	1	0,12
2	Tren wisataalam dan minat masyarakat terhadap destinasi lokal meningkat	0,14	4	0,55
3	Potensi pengembangan produk UMKM lokal sebagai daya tarik tambahan	0,14	2	0,28
4	Peluang promosi digital melalui media sosial dan platform pariwisata online	0,15	3	0,46
<i>Threats (Ancaman)</i>				
1	Persaingan dari objek wisata lain di daerah sekitar	0,09	4	0,37

2	Potensi kerusakan lingkungan akibat aktivitas wisata yang tidak terkontrol	0,14	2	0,28
3	Cuaca ekstrem dan abrasi pantai	0,12	2	0,25
4	Krisis ekonomi yang dapat menurunkan jumlah kunjungan wisatawan	0,09	2	0,18
Total EFAS		1,00		2,49

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Tahap Perhitungan Dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing

IFAS	2,91	EFAS	2,49
Total skor kekuatan (s)	2,14	Total skor peluang (o)	1,42
Total skor kelemahan (w)	0,77	Total skor ancaman (t)	1,08
X=S-W	1,37	Y=O-T	0,34

Mengacu pada analisis yang diperoleh dari analisis Internal Factor Analysis Summary (IFAS), dapat diketahui bahwa objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing memiliki skor kekuatan (strength) sebesar 2,14. Skor ini menunjukkan bahwa destinasi ini memiliki sejumlah faktor internal yang cukup kuat dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan potensi wisatanya.

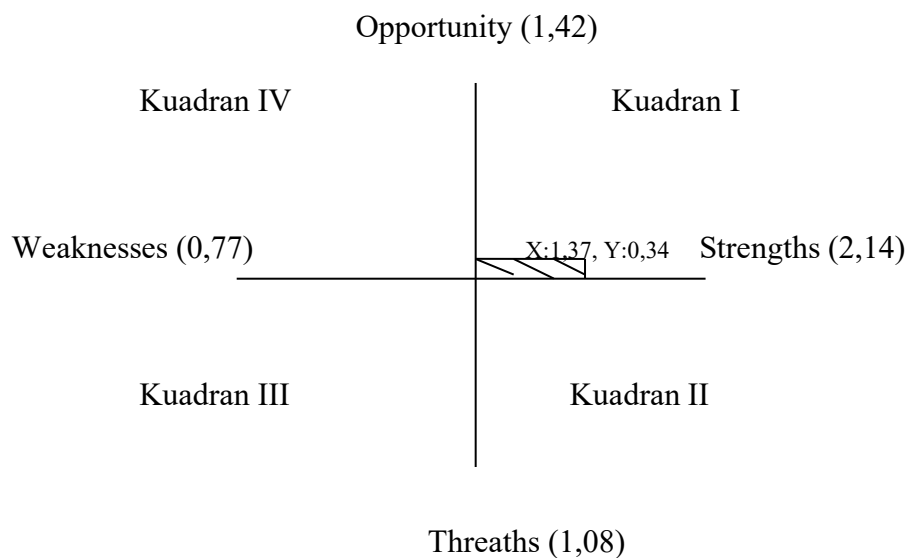
Sementara itu, kelemahan (weakness) yang teridentifikasi dalam analisis internal menunjukkan nilai sebesar 0,77. Selisih antara kekuatan dan kelemahan mencapai 1,37, yang mengindikasikan adanya dominasi kekuatan terhadap kelemahan dalam aspek internal pengelolaan destinasi.

Selisih nilai yang cukup signifikan tersebut dapat dijadikan dasar strategis bagi pengelola untuk merumuskan kebijakan yang tepat dalam memaksimalkan potensi internal yang ada, seperti peningkatan kualitas pelayanan, pemeliharaan fasilitas, serta peningkatan promosi berbasis daya tarik lokal. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan konsep economic tourism development, di mana keunggulan internal suatu destinasi wisata dapat menjadi penggerak utama dalam menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan apabila dikelola secara efektif (Yoeti, 1996).

Lebih lanjut, berdasarkan analisis External Factor Analysis Summary (EFAS), ditemukan bahwa skor peluang (opportunity) yang dimiliki objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing berada pada angka 1,42. Nilai ini mengindikasikan adanya prospek eksternal yang cukup besar bagi pengembangan destinasi, seperti tren peningkatan kunjungan wisatawan lokal, dukungan kebijakan pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata, serta potensi sinergi dengan sektor UMKM dan ekonomi kreatif setempat. Namun demikian, pengelola diharapkan tidak hanya mengandalkan peluang yang sudah ada, tetapi juga proaktif dalam menggali dan menciptakan peluang baru melalui inovasi produk wisata dan diversifikasi aktivitas wisata.

Secara keseluruhan, hasil analisis IFAS dan EFAS menggambarkan bahwa objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing berada pada posisi yang cukup

potensial untuk dikembangkan lebih lanjut. Dalam konteks teori daya tarik wisata yang dikemukakan oleh Gunn (1994), faktor-faktor kekuatan dan peluang yang tinggi ini mencerminkan daya tarik utama yang dimiliki oleh objek wisata, seperti panorama alam pantai yang eksotis, aksesibilitas yang semakin baik, dan keterlibatan masyarakat lokal sebagai pelaku wisata. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terstruktur dan berorientasi jangka panjang agar potensi internal dan eksternal tersebut dapat dioptimalkan secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan wisatawan dan nilai ekonomi daerah.



Gambar: Kuadran Strategi SWOT Potensi Objek Wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing

Keterangan:

Kuadran I : Kuadran ini mencerminkan kondisi yang sangat menguntungkan bagi organisasi, di mana kekuatan internal dan peluang eksternal saling mendukung. Dalam posisi ini,

organisasi berada dalam situasi optimal untuk melakukan ekspansi atau pengembangan yang bersifat agresif. Strategi yang paling tepat untuk diterapkan adalah strategi pertumbuhan progresif, dengan memanfaatkan seluruh potensi internal guna menangkap peluang eksternal secara maksimal

Kuadran II : Pada posisi ini, organisasi menunjukkan kekuatan internal yang signifikan, namun berada dalam lingkungan eksternal yang penuh tantangan atau ancaman. Strategi yang dianjurkan adalah mempertahankan keunggulan internal yang telah dimiliki dan menggunakannya untuk menghadapi serta mengurangi dampak dari tekanan eksternal. Diversifikasi pasar atau produk merupakan pendekatan yang tepat agar organisasi tetap adaptif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Kuadran III : Dalam kuadran ini, organisasi berada dalam kondisi yang kurang ideal secara internal, namun memiliki potensi pasar atau peluang yang besar dari lingkungan eksternal. Fokus utama dari strategi yang diterapkan adalah melakukan perbaikan internal, baik dari segi manajerial, operasional, maupun sumber daya, agar dapat memanfaatkan prospek eksternal secara optimal. Strategi ini bertujuan mengubah kelemahan menjadi kekuatan untuk menjawab peluang pasar

yang ada.

Kuadran IV: Posisi ini menggambarkan kondisi paling tidak menguntungkan, di mana organisasi menghadapi berbagai kelemahan internal sekaligus berhadapan dengan ancaman lingkungan yang tinggi. Dalam keadaan ini, diperlukan strategi bertahan yang hati-hati, serta evaluasi menyeluruh terhadap struktur organisasi, agar dapat meminimalisasi risiko dan mempersiapkan langkah pemulihan atau penyesuaian strategi secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil penghitungan kuantitatif menggunakan analisis SWOT, diperoleh bahwa nilai sumbu X sebesar +1,37 dan nilai sumbu Y sebesar +0,34. Nilai positif pada kedua sumbu tersebut menunjukkan bahwa posisi strategi objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing berada pada Kuadran I dalam matriks SWOT. Posisi ini mencerminkan kondisi yang sangat mendukung untuk pengembangan, di mana kekuatan internal dan peluang eksternal saling memperkuat. Keberadaan destinasi wisata pada Kuadran I menandakan bahwa pengelola memiliki fondasi internal yang kuat—baik dari segi daya tarik alam, potensi ekonomi, maupun persepsi positif dari wisatawan—serta didukung oleh adanya peluang dari lingkungan eksternal seperti pertumbuhan minat wisata alam dan peningkatan aksesibilitas.

Dalam konteks ini, strategi yang paling direkomendasikan adalah strategi pertumbuhan yang bersifat agresif. Pendekatan ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memaksimalkan potensi

yang dimiliki objek wisata guna menciptakan daya saing yang lebih tinggi dan mendorong peningkatan kunjungan secara berkelanjutan. Dengan demikian, hasil analisis SWOT secara kuantitatif memberikan dasar yang kuat bagi pengelola untuk merancang dan melaksanakan kebijakan strategis yang proaktif dan ekspansif.

Gambar: Diagram Matriks SWOT Dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Antai Nusa Indah Buntu Matabing

Faktor internal	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
(IFAS)	- Keindahan alam dan panorama pantai yang masih alami - Biaya masuk yang terjangkau - Akses jalan menuju lokasi yang cukup memadai - Dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan wisata	- Fasilitas umumt erbatas (toilet, tempat duduk, tempat sampah) - Kurangnya promosi dan informasi wisata di media sosial/digital - Belum adanya papan informasi dan penunjuk arah yang jelas - SDM pengelola/pelaku wisata belum

Faktor eksternal (EFAS)	terlatih secara professional	
	<i>Opportunity (O)</i>	<i>Strategi (SO)</i>
		<i>Strategi (WO)</i>
1. Dukungan dari pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata.	1. Mengoptimalkan pengelolaan potensi wisata dengan promosi digital melalui media sosial	1. Memperbaiki keterbatasan fasilitas umum melalui dukungan kerjasama dengan pemerintah daerah.
2. Tren wisata alam dan minat masyarakat terhadap destinasi lokal meningkat	2. Memanfaatkan keterjangkauan biaya masuk dalam menarik minat wisatawan, seiring dengan meningkatnya popularitas wisata alam dikalangan masyarakat	2. Mengatasi kurangnya promosi dengan memanfaatkan peluang promosi digital
3. Potensi pengembangan produk UMKM lokal sebagai daya tarik tambahan		
4. Peluang promosi digital melalui media sosial dan platform pariwisata online		
<i>Threats (T)</i>	<i>Strategi (ST)</i>	<i>Strategi (WT)</i>

1. Persaingan dari objek wisata lain di daerah sekitar.	1. Memanfaatkan akses jalan yang baik dalam nersaing dengan objek wisata lain	1. Penambahan atraksi dan fasilitas baru secara bertahap agar siap bersaing dengan atraksi wisata lainnya.
2. Potensi kerusakan lingkungan akibat aktivitas wisata yang tidak terkontrol.	2. Menjaga lingkungan dari ancaman kerusakan dengan dukungan masyarakat	2. Mengembangkan fasilitas seperti gazebo sederhana sekaligus memberi kenyamanan di tengah cuaca yang tidak menentu dan persaingan dengan objek wisata lain
3. Cuaca ekstrem dan abrasi pantai.		
4. Krisis ekonomi yang dapat menurunkan jumlah kunjungan wisatawan		

Sumner: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah disajikan pada tabel sebelumnya, dapat dirumuskan sejumlah strategi alternatif untuk pengembangan objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing. Strategi-strategi tersebut terbagi ke dalam empat kategori utama, yaitu strategi SO (Strength-Opportunity), ST (Strength-Threat), WO (Weakness-Opportunity), dan WT (Weakness-Threat),

yang masing-masing mencerminkan pendekatan kombinatif antara faktor internal dan eksternal destinasi.

- 1) Strategi SO, strategi ini bertujuan untuk memaksimalkan seluruh potensi kekuatan internal yang dimiliki objek wisata dengan cara memanfaatkan peluang-peluang eksternal yang tersedia. Pendekatan ini merupakan sinergi antara faktor kekuatan (S) dan peluang (O), sehingga difokuskan pada inisiatif ekspansif seperti peningkatan promosi destinasi, penguatan citra wisata, serta pengembangan fasilitas yang mendukung pengalaman wisatawan. Dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal, objek wisata dapat berkembang lebih cepat dan berdaya saing tinggi.
- 2) Strategi ST, dalam strategi ini, fokus diarahkan pada pemanfaatan kekuatan internal untuk menghadapi dan meredam potensi ancaman dari lingkungan eksternal. Kombinasi antara kekuatan (S) dan ancaman (T) ini dapat diterapkan melalui langkah-langkah mitigasi risiko, seperti peningkatan kualitas layanan untuk menghadapi persaingan destinasi lain, serta adaptasi terhadap perubahan preferensi pasar. Strategi ini memungkinkan pengelola untuk tetap bertahan dan unggul dalam situasi kompetitif.
- 3) Strategi WO, strategi ini bertumpu pada pemanfaatan peluang eksternal sebagai alat untuk menutupi atau memperbaiki kelemahan internal yang dimiliki oleh objek wisata. Dengan kata lain, pendekatan ini menggabungkan variabel kelemahan (W) dan peluang (O), sehingga dapat diterjemahkan ke dalam bentuk upaya peningkatan kapasitas manajerial, pengembangan infrastruktur, serta pelatihan sumber daya manusia. Strategi WO sangat

penting diterapkan agar kelemahan yang ada tidak menghambat potensi perkembangan yang lebih luas.

- 4) Strategi WT, Merupakan strategi bertahan yang bersifat defensif, strategi ini memadukan antara kelemahan internal (W) dan ancaman eksternal (T). Fokus utamanya adalah mencegah dan meminimalisir risiko dari faktor luar yang dapat memperburuk kondisi internal destinasi. Pendekatan ini menekankan pada pengendalian kerentanan organisasi melalui peningkatan efisiensi operasional dan manajemen risiko. Dengan strategi WT, objek wisata tetap dapat bertahan meski menghadapi tekanan lingkungan yang berat.

c. Kepuasan Wisatawan

Pemenuhan kebutuhan infrastruktur yang sesuai dengan preferensi wisatawan memainkan peran penting dalam menjamin kenyamanan serta menciptakan pengalaman rekreasi yang positif dan memuaskan. Ketersediaan sarana dan prasarana yang representatif tidak hanya menunjang kelancaran aktivitas wisata, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung secara keseluruhan. Oleh karena itu, untuk mengukur sejauh mana wisatawan merasa nyaman selama berada di destinasi wisata, perlu dilakukan analisis terhadap persepsi mereka terkait fasilitas dan layanan yang tersedia.

Tingkat kenyamanan wisatawan dapat dievaluasi melalui pendekatan perbandingan antara ekspektasi (harapan) dan realita di lapangan (kinerja). Metode ini memungkinkan identifikasi sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengunjung. Dalam konteks penelitian ini, persepsi kenyamanan pengunjung Pantai Nusa Indah Buntu

Matabing dianalisis menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI), yang memberikan gambaran kuantitatif mengenai tingkat kepuasan berdasarkan selisih antara nilai harapan dan kinerja.

Hasil perhitungan CSI yang disajikan pada tabel berikut menggambarkan secara menyeluruh penilaian pengunjung terhadap kenyamanan mereka selama berada di lokasi wisata. Data ini menjadi dasar penting dalam menyusun strategi peningkatan layanan di masa mendatang serta menjadi indikator sejauh mana kualitas pengelolaan wisata telah sesuai dengan preferensi pengunjung.

RUMUS	
MIS (Mean Importance Score)	: Rata-rata Harapan
MSS (Mean Satisfaction Score)	: Rata-rata Kinerja
WF (Weight Factor)	$: \frac{MIS_i}{\sum MIS} \times 100$
WS (Weight Score)	: WF x MSS
WT (Weight Total)	: $\sum WS$
CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>)	$: \frac{WT}{\text{Nilai max skala likert}}$

No.	Pertanyaan/Pernyataan	MIS	MSS	WF	WS
1	Saya puas dengan kebersihan lingkungan pantai	4,23	4,21	8,04	33,83
2	Fasilitas umum seperti toilet dan tempat sampah cukup memadai	3,79	3,96	7,21	28,53
3	Tempat parkir yang tersedia cukup nyaman dan aman	4,17	4,32	7,92	34,24

4	Tersedia area istirahat dan tempat duduk yang memadai	4,24	4,29	8,06	34,59
5	Akses jalan menuju lokasi pantai cukup mudah	3,92	4,11	7,45	30,64
6	Tersedia petunjuk arah dan papan informasi yang membantu	3,95	3,97	7,50	29,79
7	Informasi tentang pantai mudah diakses melalui internet/media sosial	3,98	4,03	7,56	30,49
8	Saya merasa aman selama berwisata di pantai ini	4,21	4,36	8	34,92
9	Petugas/pengelola pantai memberikan pelayanan yang ramah	4,03	4,10	7,66	31,45
10	Lingkungan pantai terasa kondusif dan nyaman untuk keluarga	4,04	4,22	7,68	32,41
11	Saya merasa puas berkunjung ke Pantai Nusa Indah Buntu Matabing	4,22	4,41	8,02	35,34
12	Saya akan merekomendasikan pantai ini kepada orang lain	3,90	4,16	7,41	30,78
13	Saya ingin kembali berkunjung ke pantai ini di masa mendatang	3,94	4,30	7,49	32,20
Jumlah		52,60	54,45	WT	419,21
				CSI	83,84

Keterangan:MIS : *Mean Importance Score*MSS : *Mean Satisfaction Score*WF : *Weight Factor*WS : *Weight Score*WT : *Weight Total*CSI : *Customer Satisfaction Index*

Kriteria CSI	Nilai CSI
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80%	Puas
51% - 65%	Cukup Puas
35% - 50%	Kurang Puas
0% - 34%	Tidak Puas

Mengacu pada tabel kriteria Customer Satisfaction Index (CSI) yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya oleh I Gede Edi Saputra, I Nyoman Arto Suprpto, dan Moh. Agus Sutiarto (2023) dalam karya ilmiahnya yang berjudul "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Prewedding di Pantai Melasti, Ungasan", maka hasil pengukuran tingkat kepuasan wisatawan terhadap Pantai Nusa Indah Buntu Matabing dapat dievaluasi secara objektif.⁹⁵

Dari hasil perhitungan indeks CSI yang dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa nilai CSI yang diperoleh adalah sebesar 83,84%. Persentase ini berada dalam kisaran 81% hingga 100%, yang menurut kategori pada tabel kriteria CSI tergolong dalam tingkat "Sangat Puas". Dengan demikian, dapat

⁹⁵ M. A Saputra, I. G. E., Suprpto, I. N. A., dan Sutiarto, 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Prewedding Di Pantai Melasti, Ungasan', *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2.2 (2023) <<https://doi.org/10.22334/paris.v2i2.304>>.

disimpulkan bahwa secara keseluruhan, para wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi terhadap pengalaman yang mereka rasakan selama berkunjung.

Tingkat kepuasan ini menjadi indikator positif terhadap kualitas pelayanan, kenyamanan, serta daya tarik yang ditawarkan oleh destinasi tersebut, sekaligus menjadi dasar pertimbangan penting dalam pengembangan strategi peningkatan mutu pelayanan wisata di masa mendatang.

B. Pembahasan

1. Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata menggunakan TCM

Nilai ekonomi wisatawan dihitung menggunakan metode *Travel Cost Method* (TCM), yang merupakan salah satu pendekatan populer dalam ekonomi lingkungan untuk menilai suatu nilai ekonomi dari suatu objek wisata berbasis pada biaya nyata yang dikeluarkan oleh wisatawan selama perjalanan. TCM memandang bahwa biaya yang dikeluarkan seseorang untuk mengunjungi tempat wisata mencerminkan nilai manfaat yang dirasakannya.

Pendekatan ini diasumsikan bahwa pengeluaran perjalanan wisatawan mencerminkan nilai yang bersedia mereka bayar untuk menikmati objek wisata tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan selama tahun 2025 diperkirakan mencapai 10.000 orang, dengan rata-rata pengeluaran perjalanan sebesar Rp113.197 per orang. Berdasarkan angka ini, diperoleh estimasi nilai ekonomi tahunan sebesar Rp1.131.970.000. Banyak wisatawan lokal dan luar daerah bersedia melakukan perjalanan jauh serta mengeluarkan biaya cukup besar untuk

menikmati keindahan alam dan kenyamanan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing.

Nilai ini menunjukkan bahwa keberadaan objek wisata ini mampu memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan terhadap masyarakat lokal, baik secara langsung melalui pengeluaran wisatawan maupun secara tidak langsung melalui efek berganda terhadap sektor lainnya seperti tenaga kerja masyarakat setempat, jasa transportasi lokal, dan lain sebagainya. Besarnya nilai ekonomi ini membuktikan bahwa Pantai Nusa Indah Buntu Matabing memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Luwu.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukatno, Heri Kusriyanto, Esther Meylina Sipahutar, Sahidatul Hasanah, Reflis, dan Satria Putra Utama, dalam penelitiannya dengan judul estimasi nilai ekonomi objek wisata pantai panjang menggunakan metode travel cost method (TCM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai ekonomi pantai panjang mencapai Rp11,38 miliar per tahu berdasarkan jumlah kunjungan tahunan. Biaya perjalanan dan waktu tempuh yang berpengaruh negative signifikan terhadap frekuensi kunjungan. Penelitian tersebut menegaskan pentingnya Pantai Panjang sebagai aset ekonomi dan rekreasi bagi masyarakat serta memberikan dasar kebijakan untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.⁹⁶

Hasil ini selaras dengan konsep teori ekonomi pariwisata yang dijelaskan dalam Bab II, di mana sektor pariwisata dinilai mampu menghasilkan efek ekonomi yang signifikan bagi wilayah setempat. Teori ini menyatakan bahwa

⁹⁶ Sukatno, 'Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Panjang Menggunakan Metode Travel Cost Method (TCM)', *Integrative Perspectives Of Social And Science Journal (IPSSJ)*, 2.3 (2025), p. 3138.

pariwisata dapat berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong perputaran ekonomi lokal melalui belanja wisatawan atas berbagai komponen seperti transportasi, konsumsi, serta aktivitas wisata lainnya.

Terkait Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, pengeluaran wisatawan mencakup biaya transportasi, konsumsi di lokasi wisata, serta biaya lainnya seperti tiket masuk dan wahana. Dengan demikian, nilai ekonomi yang tinggi ini bukan hanya mencerminkan tingginya daya tarik destinasi, tetapi juga memperkuat peran pariwisata sebagai salah satu penggerak ekonomi di tingkat lokal.

2. Analisis Potensi Objek Wisata Berdasarkan Matriks SWOT (IFAS dan EFAS)

Analisis SWOT dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*). Hasil skor total IFAS adalah 2,91, sedangkan EFAS adalah 2,49.

Skor IFAS sebesar 2,91 mengindikasikan bahwa faktor internal (kekuatan dan kelemahan) berada pada kategori cukup kuat. Faktor kekuatan utama yang diidentifikasi meliputi keindahan panorama pantai yang alami, aksesibilitas yang relatif mudah, serta keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan. Kelemahan yang masih terlihat antara lain keterbatasan sarana pendukung seperti tempat

sampah, toilet bersih, serta belum optimalnya promosi digital yang seharusnya menjadi strategi utama di era pariwisata modern.

Sementara itu, skor EFAS sebesar 2,49 mengindikasikan bahwa secara eksternal, objek wisata ini memiliki peluang yang cukup besar namun tetap menghadapi beberapa tantangan yang perlu dimitigasi. Peluang yang dimaksud antara lain meningkatnya minat wisatawan lokal, serta potensi promosi melalui media sosial. Di sisi lain, tantangan yang muncul termasuk persaingan antar destinasi, potensi degradasi lingkungan, serta ketergantungan terhadap cuaca. Dengan hasil ini, strategi pengembangan wisata seharusnya berfokus pada memaksimalkan kekuatan internal sambil memanfaatkan peluang eksternal, serta secara simultan menekan kelemahan dan memitigasi ancaman.

Temuan ini berkorelasi kuat dengan teori daya tarik wisata, yang mengemukakan bahwa suatu destinasi wisata akan menarik kunjungan apabila memiliki unsur-unsur penarik seperti keunikan, keindahan alam, kelengkapan fasilitas, dan kemudahan akses. Daya tarik utama Pantai Nusa Indah Buntu Matabing terletak pada kondisi alamnya yang bersih dan relatif masih perawan, yang menjadi faktor pemicu ketertarikan wisatawan, khususnya wisatawan lokal dari Kabupaten Luwu dan sekitarnya. Selain itu, hasil pemetaan SWOT menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa kelemahan seperti keterbatasan infrastruktur dan promosi, secara umum posisi Pantai Nusa Indah Buntu Matabing berada pada kuadran I (kuat dan berpeluang), yang berarti strategi yang paling tepat adalah strategi agresif (*growth-oriented strategy*), yakni mendorong ekspansi dan pengembangan destinasi secara berkelanjutan.

Kombinasi skor IFAS dan EFAS menunjukkan posisi strategis Pantai Nusa Indah Buntu Matabing dalam kuadran I strategi agresif (*Aggressive Strategy*), yaitu kondisi dimana kekuatan internal lebih tinggi dibanding tantangan eksternal, sehingga pengelola disarankan untuk melakukan ekspansi dan inovasi pengembangan destinasi. Pendekatan ini juga didukung oleh teori pengembangan pariwisata berkelanjutan yang menekankan pentingnya keseimbangan antara konservasi lingkungan, pemberdayaan ekonomi lokal, dan kenyamanan pengunjung.⁹⁷

Sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian sebelumnya oleh K. Denyk Anissa Natalya dan I Wayan Eka Sudarmawan yang berjudul '*Analisis Strategi Alternatif Bisnis Berdasarkan Analisa SWOT*', hasil analisis IFAS dan EFAS terhadap Vue Beach Club Bali menempatkan destinasi tersebut dalam Kuadran I (strategi agresif). Hal ini mengindikasikan bahwa Vue Beach Club Bali memiliki kekuatan internal yang signifikan untuk memanfaatkan peluang eksternal secara optimal. Oleh karena itu, strategi bisnis yang disarankan untuk meningkatkan daya saing terhadap kompetitor di sekitarnya meliputi penataan ulang strategi yang ada atau bahkan penggantian strategi lama dengan pendekatan yang lebih relevan dan adaptif.⁹⁸

3. Analisis Kepuasan Wisatawan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

⁹⁷ I Putu David Adi Saputra, 'Pentingnya Pariwisata Berkelanjutan Dalam Menjaga Keseimbangan Lingkungan', *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4.2 (2024), p. 208 <<https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.4613>>.

⁹⁸ I Wayan Eka Sudarmawan K. Denyk Anissa Natalya, 'Analisis Strategi Alternatif Bisnis Berdasarkan Analisa Swot', *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 3.5 (2024), p. 779 <<https://doi.org/10.22334/Paris.V3i5.791>>.

Kepuasan wisatawan merupakan indikator utama dalam mengukur keberhasilan sebuah destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan membandingkan antara harapan wisatawan (*Mean Importance Score/MIS*) dan kenyataan yang mereka rasakan (*Mean Satisfaction Score/MSS*), untuk kemudian dihitung nilai total tertimbang (WT).

Berdasarkan data kuesioner, diperoleh hasil sebagai berikut: Mean Importance Score (MIS): 52,60, Mean Satisfaction Score (MSS): 54,45, Weight Total (WT): 419,21, dan CSI: 83,84%. Dengan nilai CSI sebesar 83,84%, maka tingkat kepuasan wisatawan terhadap Pantai Nusa Indah Buntu Matabing berada pada kategori “Sangat Puas”. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung merasa bahwa pengalaman mereka di Pantai Nusa Indah Buntu Matabing telah melampaui ekspektasi, baik dari segi fasilitas, kenyamanan, pelayanan, maupun keindahan alam.

Tingginya skor ini juga menjadi indikator positif terhadap kualitas manajemen dan pelayanan di lokasi wisata. Pengalaman yang menyenangkan dan sesuai ekspektasi dapat mendorong terjadinya kunjungan ulang (*repeat visit*) dan meningkatkan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), yang merupakan strategi pemasaran yang sangat efektif dan alami dalam sektor pariwisata.

Namun demikian, menjaga tingkat kepuasan wisatawan tidak cukup hanya dengan mempertahankan fasilitas yang ada. Diperlukan evaluasi berkala, peningkatan layanan berbasis umpan balik pengunjung, serta inovasi dalam menghadirkan pengalaman baru yang otentik dan menarik. Dengan demikian,

Pantai Nusa Indah Buntu Matabing tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya, tetapi juga terus berkembang sebagai destinasi wisata unggulan. Di tengah tantangan globalisasi dan persaingan antar destinasi wisata yang semakin terbuka, pengelolaan pariwisata dituntut untuk tidak hanya berfokus pada peningkatan kunjungan jangka pendek, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan wisatawan. Dalam konteks ini, kepuasan wisatawan memiliki peran strategis dalam menciptakan loyalitas, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan destinasi.

Berdasarkan hasil pengukuran indeks kepuasan wisatawan (Customer Satisfaction Index), terlihat bahwa pengalaman wisata di objek wisata Rantebelu secara umum memberikan dampak positif bagi pengunjung. Kepuasan ini, sebagaimana dijelaskan dalam teori perilaku konsumen, dapat berkembang menjadi loyalitas ketika wisatawan merasa bahwa destinasi tersebut mampu memberikan nilai dan pengalaman yang sepadan, bahkan lebih, dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Loyalitas ini tercermin dari keinginan untuk melakukan kunjungan ulang secara sukarela, meskipun terjadi peningkatan harga, perubahan kondisi, atau persaingan dari destinasi lain.

Fenomena tersebut sejalan dengan konsep retensi wisatawan, yang didefinisikan sebagai kemampuan destinasi dalam mempertahankan hubungan berkelanjutan dengan pengunjung melalui strategi pelayanan yang profesional, inovatif, dan berorientasi jangka panjang. Ketika pengelolaan destinasi mampu membangun interaksi yang konsisten, kreatif, dan efisien, maka daya tarik wisata bukan hanya memikat wisatawan baru, tetapi juga mempertahankan mereka

sebagai pelanggan setia. Dalam konteks ini, loyalitas pelanggan menjadi aspek krusial bagi keberlangsungan dan kesuksesan bisnis. Seorang konsumen dapat dikategorikan loyal apabila menunjukkan komitmen yang konsisten untuk membeli dan menggunakan produk secara berulang, bahkan ketika terjadi peningkatan harga. Konsumen loyal cenderung tidak terpengaruh oleh perubahan harga tersebut dan tetap memilih produk dari perusahaan yang sama.⁹⁹

Selaras dengan temuan dalam studi sebelumnya yang dilakukan oleh Ririn Nurhalizah, Dwita Prisdinawati, Mira Yanuarti, dan Dodi Aprianto berjudul *'Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Layanan Objek Wisata Tebing Suban, Kabupaten Rejang Lebong'*, hasil analisis menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung mencapai 79,36%. Persentase tersebut diperoleh dari hasil pembagian skor tertimbang (weighted score) dengan total rentang skor dalam skala Likert. Berdasarkan kriteria interpretasi nilai CSI, angka tersebut termasuk dalam kategori 'puas', karena berada dalam kisaran nilai 60–80%.¹⁰⁰

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ririn dkk bahwa sebagian besar jawaban petani menyatakan puas terhadap kinerja yang telah dilakukan oleh Objek Wisata Tebing Suban Kabupaten Rejang Lebong, akan tetapi masih adanya atribut yang dinilai kurang memuaskan oleh pengunjung dan atribut tersebut dirasa sangat penting oleh pengunjung sehingga layanan pada

⁹⁹ Fasiha, Muhammad Yusuf, Humiras Betty, and Marlina Sihombing, 'The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets', 7.2 (2022), pp. 177–92.

¹⁰⁰ Ririn Nurhalizah, 'Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Layanan Objek Wisata Tebing Suban, Kabupaten Rejang Lebong', *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*, vol. 4 no. 1 (2025) <<https://doi.org/10.55606/Jurrit.V4i1.5484>>.

Objek Wisata Tebing Suban terus meningkat atribut-atribut kinerja yang menjadi prioritas utama bagi kelompok tani.

Dalam teori ekonomi pariwisata, tingkat kepuasan wisatawan berperan penting dalam menentukan keberlanjutan dan pertumbuhan sektor ini. Wisatawan yang puas cenderung memiliki kemungkinan besar untuk melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Dengan kata lain, kepuasan wisatawan menjadi salah satu indikator keberhasilan ekonomi wisata di suatu daerah.

Sedangkan dari sudut pandang teori daya tarik wisata, kepuasan merupakan refleksi dari bagaimana elemen-elemen penarik berhasil menjawab ekspektasi wisatawan. Pantai Nusa Indah Buntu Matabing, dengan potensi daya tarik yang dimiliki, telah mampu menghadirkan suasana wisata yang memenuhi unsur keindahan, kenyamanan, serta nilai rekreasi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap persepsi dan kepuasan pengunjung.

Hasil perhitungan CSI juga dapat digunakan sebagai dasar evaluasi berkelanjutan. Dengan mengidentifikasi atribut-atribut mana yang mendapatkan skor kepuasan tertinggi dan mana yang masih perlu ditingkatkan, pengelola destinasi dapat melakukan perbaikan pelayanan secara terarah dan strategis, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi daya saing destinasi tersebut di tengah persaingan destinasi wisata lain.

4. Keterkaitan Antara Nilai Ekonomi, Potensi Wisata, dan Kepuasan Wisatawan

Ketiga aspek utama dalam penelitian ini, yaitu nilai ekonomi, potensi wisata, dan kepuasan wisatawan, saling berkaitan erat dalam mendukung

eksistensi dan keberlanjutan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing sebagai destinasi wisata unggulan. Nilai ekonomi yang tinggi mencerminkan tingginya minat kunjungan, yang secara langsung menunjukkan bahwa potensi wisata di lokasi tersebut memang layak dikembangkan. Sementara itu, tingkat kepuasan yang tinggi menandakan bahwa wisatawan memperoleh pengalaman positif selama kunjungan mereka.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya keterhubungan yang erat antara tiga variabel yang diteliti, yakni nilai ekonomi wisata dengan menggunakan analisis *Travel Cost Method* (TCM), potensi wisata dengan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT), serta kepuasan wisatawan dengan menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI). Secara kuantitatif, nilai ekonomi Pantai Nusa Indah Buntu Matabing mencapai Rp 1,1 miliar per tahun, menandakan bahwa destinasi tersebut memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Hal ini konsisten dengan hasil analisis SWOT yang menempatkan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing pada kuadran I (strategi agresif), yang mengindikasikan bahwa destinasi memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang besar untuk terus dikembangkan. Temuan ini semakin diperkuat dengan tingkat kepuasan wisatawan yang tinggi, yakni sebesar 83,84% (kategori sangat puas), yang mencerminkan keberhasilan pengelolaan daya tarik wisata serta kepuasan terhadap pelayanan dan fasilitas yang tersedia. Dengan demikian, ketiga variabel penelitian memperlihatkan keterkaitan yang saling menguatkan, bukan kontradiktif. Keberadaan potensi yang tinggi mampu mendorong kunjungan, kunjungan menghasilkan nilai ekonomi, dan kepuasan

wisatawan menjadi indikator bahwa destinasi Pantai Nusa Indah Buntu Matabing memiliki daya saing untuk berkembang di masa mendatang. Oleh karena itu, hasil ini memperkuat pentingnya pengelolaan destinasi secara strategis dan terpadu, agar keberlanjutan wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing ini dapat terjamin dalam jangka panjang.

Berdasarkan keterkaitan tersebut, penelitian ini menekankan pentingnya penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah sebagai kerangka pengelolaan yang berkelanjutan. Penerapan prinsip keadilan (al-‘adl) dapat dilakukan dengan mendistribusikan manfaat ekonomi secara merata antara pengelola, maupun masyarakat lokal sehingga tercipta keseimbangan dan tidak ada pihak yang dirugikan, yang di mana pada Pantai Nusa Indah Buntu Matabing telah memberikan pekerjaan terhadap masyarakat sekitar, baik yang bekerja sebagai bagian resepsionis, kemandirian, dan lain-lain. Selanjutnya, prinsip keberlanjutan (istidāmah) yang perlu diwujudkan melalui pengelolaan lingkungan pantai yang bertanggung jawab, termasuk menjaga ekosistem pesisir, mengelola sampah dengan baik, serta mengatur daya tampung kunjungan agar tidak menimbulkan degradasi lingkungan. Sementara itu, prinsip keberkahan (barakah) dapat diimplementasikan melalui aktivitas wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti penyediaan kuliner halal, fasilitas ibadah yang memadai, serta penerapan etika dalam pelayanan dan aktivitas wisata. Integrasi prinsip-prinsip ini akan menjadikan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing tidak hanya sebagai sumber pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai destinasi wisata pantai yang memberikan manfaat sosial, ekologis, dan spiritual.

Implikasi dari temuan penelitian ini juga memberikan dasar penting bagi pemerintah daerah Kabupaten Luwu dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata. Dari aspek ekonomi, hasil penelitian mengonfirmasi bahwa sektor pariwisata berpotensi menjadi salah satu sumber pertumbuhan ekonomi terutama terhadap masyarakat lokal yang bekerja di Pantai Nusa Indah Buntu Matabing. Dari aspek kelembagaan, tata kelola pariwisata perlu diperkuat melalui model kolaborasi yang melibatkan masyarakat Desa Rantebelu, baik dalam pengelolaan destinasi, promosi, maupun pemberian layanan wisata, sehingga tercipta partisipasi aktif dan pemerataan manfaat. Sementara itu, dari aspek pelayanan dan infrastruktur, pemerintah perlu menjaga bahkan meningkatkan kepuasan wisatawan dengan menyediakan sarana prasarana yang representatif, akses jalan yang memadai, transportasi yang lancar, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia di sektor pariwisata. Dengan memperhatikan tiga aspek ini, hasil penelitian dapat dijadikan rujukan praktis untuk memperkuat daya saing destinasi sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Terkait dengan itu, pemerintah daerah juga dapat mendorong terbukanya objek wisata baru, dengan memperhatikan potensi-potensi yang dimiliki daerah lain yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata terutama di Kabupaten Luwu.

Lebih jauh lagi, bahwa penelitian ini memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi model pengukuran *Halal Tourism* maupun *Sustainable Tourism* di Kabupaten Luwu. Dalam kerangka *Halal Tourism*, indikator tambahan yang dapat digunakan mencakup penyediaan fasilitas ibadah yang mudah dijangkau, jaminan

kuliner halal, serta pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini relevan dengan tren global yang menempatkan wisata halal sebagai salah satu segmen industri pariwisata yang terus berkembang, khususnya di negara-negara dengan mayoritas Muslim. Sementara itu, dalam perspektif *Sustainable Tourism*, penelitian dapat diperluas dengan memasukkan variabel lingkungan seperti jejak ekologi, konservasi pesisir, dan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi. Dengan pengembangan ini, penelitian bukan hanya menggambarkan kondisi eksisting, tetapi juga dapat menjadi kerangka konseptual untuk membangun pariwisata daerah yang berdaya saing global, berkelanjutan, serta tetap berpijak pada nilai-nilai Islam. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa Pantai Nusa Indah Buntu Matabing memiliki nilai ekonomi yang signifikan, potensi wisata yang kuat, serta tingkat kepuasan wisatawan yang tinggi. Ketiga variabel tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan dan memperkuat satu sama lain dalam mendukung keberlanjutan pariwisata di wilayah Kabupaten Luwu. Saran rekomendasi yang ditawarkan yaitu melalui penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah menjadi pijakan strategis untuk memastikan pengelolaan destinasi berjalan adil, berkelanjutan, dan membawa keberkahan bagi seluruh pihak. Temuan penelitian ini juga memberikan implikasi nyata bagi pemerintah daerah, khususnya dalam aspek ekonomi, kelembagaan, serta penyediaan infrastruktur dan pelayanan yang berkualitas. Lebih jauh, penelitian ini juga dapat dikembangkan sebagai dasar konseptual dalam merancang model pariwisata halal maupun pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Luwu. Dengan demikian, hasil kajian ini tidak hanya berkontribusi pada

pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memiliki nilai praktis dalam memperkuat kebijakan dan strategi pembangunan pariwisata daerah yang inklusif, kompetitif, dan sesuai dengan prinsip syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Perhitungan nilai ekonomi menggunakan metode Travel Cost Method (TCM) menunjukkan bahwa Estimasi nilai manfaat ekonomi dari aktivitas wisata di Pantai Nusa Indah Buntu Matabing yang diperoleh melalui pendekatan Travel Cost Method (TCM) menunjukkan besaran kontribusi ekonomi sebesar Rp1.131.970.000 per tahun. Nilai ini diperoleh dengan mengalikan rata-rata pengeluaran per wisatawan, yaitu Rp113.197, dengan jumlah kunjungan wisatawan yang diproyeksikan mencapai 10.000 orang dalam setahun. Temuan ini mencerminkan bahwa keberadaan objek wisata tersebut memberikan dampak ekonomi yang cukup signifikan, baik bagi masyarakat sekitar maupun bagi pembangunan ekonomi daerah secara keseluruhan, serta memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan yang berkelanjutan.
2. Hasil analisis SWOT yang dikalkulasi secara kuantitatif menunjukkan total skor IFAS sebesar 2,91 dan skor EFAS sebesar 2,49. Skor ini menggambarkan bahwa kekuatan internal lebih dominan dibandingkan ancaman eksternal. Dengan demikian, Pantai Nusa Indah Buntu Matabing berada pada posisi strategis yang memungkinkan penerapan strategi pengembangan berbasis kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, seperti keindahan alam,

keterlibatan masyarakat, dan dukungan pemerintah. Meskipun demikian, beberapa aspek seperti promosi dan penyediaan fasilitas umum perlu diperbaiki agar dapat meningkatkan daya saing destinasi.

3. Pengukuran tingkat kepuasan wisatawan dengan metode Customer Satisfaction Index (CSI) menghasilkan skor 83,84%, yang termasuk dalam kategori "Sangat Puas". Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan merasa bahwa pelayanan, fasilitas, dan suasana yang mereka alami di Pantai Nusa Indah Buntu Matabing telah memenuhi bahkan melampaui harapan mereka. Tingkat kepuasan yang tinggi ini menjadi indikator positif bahwa pengelolaan destinasi berjalan cukup baik dan layak untuk dipertahankan maupun ditingkatkan ke depannya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka saran penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk pengelola wisata, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada di lokasi wisata, baik itu seperti, kebersihan toilet, serta penambahan wahana atau atraksi baru untuk menarik minat kunjungan ulang, maupun aktivitas ekowisata yang dapat memperkuat citra Pantai Nusa Indah Buntu Matabing sebagai destinasi unggulan
2. Untuk pemerintah daerah, disarankan dapat memperhatikan beberapa aspek seperti membuat kebijakan pelayanan pariwisata, yang tidak hanya meningkatkan kualitas destinasi yang ada, tetapi juga mendorong terbukanya

objek wisata baru yang serupa, serta regulasi yang mendukung pariwisata yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar penelitian ini dapat dikembangkan lebih jauh dengan memperluas indikator pengukuran, baik dalam konteks halal tourism maupun sustainable tourism.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haris Hidayatullah, Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang dengan Metode Biaya Peralanan (Travel Cost Method)”, Repository Universitas Jember, (Februari, 2020), [Http://Repository.Unej.Ac.Id/Handle/123456789/101780](http://Repository.Unej.Ac.Id/Handle/123456789/101780).
- Agustinus, ‘Analisis Pengembangan Cagar Budaya Waruga Sebagai Potensi Pariwisata Di Desa Sawangan Kabupaten Minahasa Utara’, *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, vol.8.no.1 (2025) <<https://doi.org/10.35729/Jhp.V8i1> Januari>.
- Aini Syarif, I Made Suyasa, and Linda Ayu Darmutika, ‘Pengembangan Potensi Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Bayan Kabupaten Lombok Utara’, *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12.2 (2023).
- Alberta Tahiri and others, ‘Tourism and Hotel Industry: Definition, Concepts and Development – the Case of Kosovo’, *Quality - Access to Success*, 22.182 (2021).
- Alejandra Tauro and others, ‘Field Environmental Philosophy : A Biocultural Ethic Approach to Education and Ecotourism for Sustainability’, 2021.
- Ali Hasan, Tourism Marketing, Cetakan Pertama (CAPS, 2015).
- Ali Suroto, Jelajah Ilmiah Pariwisata Indonesia, Cetakan Pertama (Penerbit Andi, 2025).
- Andi Rahman Putera Slamet Riyanto, Muh Nur Luthfi Azis, *ANALISIS SWOT: Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*, cetakan pe (Bintang Pustaka Madani, 2021).

Asep R Rukmana, 'The Quadruple Helix Strategy for Tourism Development : Contents Case Study at Mekar Rahayu Village , Marga Asih District , Bandung Regency', 2021.

Ashoer, *Ekonomi Pariwisata*. Cetakan 1 (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021)

Atalel Wubalem, Teshale Woldeamanuel, and Zerihun Nigussie, 'Economic Valuation of Lake Tana : A Recreational Use Value Estimation through the Travel Cost Method', 2023.

Darmayasa, *Interpretasi Daya Tarik Wisata*, Cetakan Pertama, (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025).

Debora Ernika Siahaan, Suradi Wijaya Saputra, and Siti Rudiyaniti, 'Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Bandengan Jepara Menggunakan Metode Travel Cost Method', *Jurnal Pasir Laut*, 7.1 (2023), pp. 6–14, doi:10.14710/jpl.2023.53071.

Dedy Riantoro, Menaksir Nilai Ekonomi Objek Wisata Taman Manneken Manokwari: Aplikasi *Individual Travel Cost Method*", JFRES, Vol. 4, No. 2, (2021): 55, <https://doi.org/10.36883/Jfres.V4i2.64>

Effendi F, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Cetakan Pertama, (Penerbit Takaza Innovatix Labs, 2024)

Ekklesyia Venny Herlianti and Rindo Bagus Sanjaya, 'Dampak Positif Pariwisata Terhadap Budaya, Ekonomi, Dan Lingkungan Di Kasepuhan Cipta Mulya', *Kritis*, 31.2 (2022), pp. 132–49, doi:10.24246/kritis.v31i2p132-149.

Eric Julianto I Ardiansyah, 'Persepsi Wisatawan Terhadap Infrastruktur Wisata Pasca Revitalisasi Kawasan Kota Tua Jakarta', *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, (2023) <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/57879>>.

Fadli Fadillah M Awaludin, Hari Mantik, 'Penerapan Metode Serqual Pada Skala Likert Untuk Mendapatkan Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Sistem Informasi*, 10.1 (2023) <<https://doi.org/10.35968/Jsi.V10i1.990>>.

Faridatul Jannah, Elys Fauziyah, "Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Tlangoh di Kabupaten Bangkalan", *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi* 24, No.1 (Juni 2023): 69, <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/jdse/article/view/9587>

Fasiha, Muhammad Yusuf, Humiras Betty, and Marlina Sihombing, 'The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets', 7.2 (2022), pp. 177–92.

Febri Yuliani Siti Hajar, *Perencanaan Pariwisata (Teori dan Praktek Dalam Perspektif Administrasi Publik)*, Cetakan Pertama (UMSU Press, 2024).

Fletcher, John, Alan Fyall, David Gilbert And Stephen Wanhill, *Tourism: Principles And Practice*, 6th edition (UK: Pearson, 2018).

Freddy Rangkuti, *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan ke-23 (Gramedia Pustaka Utama, 2017).

Gadinga W Forje, Martin N Tchamba, and Manasseh Eno-nku, 'Determinants of Ecotourism Development in and around Protected Areas : The Case of

- Campo Ma ' an National Park in Cameroon', *Scientific African*, 11 (2021), p. e00663, doi:10.1016/j.sciaf.2020.e00663.
- Hasnan, Baihaqi, and Arlita, 'Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Iboih Dengan Menggunakan Travel Cost Method Di Kecamatan Sukamakmue Kota Sabang'
- Helmi Aliansyah and Wawan Hermawan, 'Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat', *Bina Ekonomi*, 23.1 (2021), pp. 39–55, doi:10.26593/be.v23i1.4654.39-55.
- Hikmah dan Nurdin, *Pemasaran Pariwisata*, Cetakan Pe (PT. Nasya Expanding Management, 2021)
- I Made Gede Darma Susila and others, 'Analisis Kepuasan Wisatawan Di Kaamala Resort Ubud', *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, 3.2 (2024), pp. 162–73, doi:10.52352/jham.v3i2.1501.
- I Made Tamba I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, I Gusti Ayu Ari Agung, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha*, cetakan pe (Unmas Press, 2018).
- I Made Trisna Semara Putu Eka Wirawan, *Pengantar Pariwisata*, Cetakan Pe (Ipb International Press, 2021)
- I Putu David Adi Saputra, 'Pentingnya Pariwisata Berkelanjutan Dalam Menjaga Keseimbangan Lingkungan', *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4.2 (2024), p. 208 <<https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.4613>>.

- I Wayan Eka Sudarmawan K. Denyk Anissa Natalya, 'Analisis Strategi Alternatif Bisnis Berdasarkan Analisa Swot', *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 3.5 (2024), p. 779 <<https://doi.org/10.22334/Paris.V3i5.791>>.
- Imam Mahrudi Deradjat Mahadi Sasoko, 'Teknik Analisis Swot Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan', *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, vol.22.no.1 (2023).
- Indah Susilowati, 'Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha Economic Valuation of Tourist Attractions with Travel Cost Approach Economic Valuation of Tourist Attractions with Travel Cost Approach', 11.24 (2024).
- Indra Mualim Hasibuan, 'Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8.2 (2023), pp. 1200, <Http://Dx.Doi.Org/10.30651/Jms.V8i2.19280>
- Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, edisi 2 (Gerbang Media Aksara, 2017).
- John Tribe, *The Economics Of Recreation, Leisure And Tourism*, 4 edition (Elsevier, 2011).
- John Tribe, *The Economics Of Recreation, Leisure And Tourism*, 6th edition (Taylor & Francis Group, 2020).
- Joonghyun Hwang and others, 'The Economic Value of Freshwater Fisheries in Florida : An Application of the Travel Cost Method for Black Crappie Fishing Trips', 233.September 2020 (2021).

Kinanti Ida Nursanti Prasetyo Dan Eko Sugiarto, “Daya Tarik Wisata Waduk Gunungrowo Di Kabupaten Pati, Jawa Tengah”, *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, Vol. 1, No.2,(2023):58–60, <https://Jurnal.Ittc.Web.Id/Index.Php/Jkph/Article/View/367>.

M Fathurrahman Nurul Hakim, ‘Potensi Dan Pengembangan Obyek Pariwisata Curug Jeglong Kabupaten Kendal Kabupaten Plantungan Jawa Tengah’, 2.1 (2019).

M. A Saputra, I. G. E., Suprpto, I. N. A., dan Sutiarto, ‘Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Prewedding Di Pantai Melasti, Ungasan’, *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2.2 (2023) <<https://doi.org/10.22334/paris.v2i2.304>>.

Maryono Maryono, Beryaldi Agam, and Oktavia Nurmawaty Sigi, ‘Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Pantai Bahari Jawai Di Kabupaten Sambas’, *PAPALELE (Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Perikanan Dan Kelautan)*, 5.2 (2021), pp. 86–93, doi:10.30598/papalele.2021.5.2.86.

Mas, Nur Amal, Nining Winda Irawati, dan Sitti Aisyah, “Strategy For The Development Of Halal Tourism: A Review Of Sharia Economics At The Pincara Hot Springs In Masamba District, North Luwu Regency", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 11, No. 2, (2025): 130-139, <https://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jei/Article/View/15579> .

McConnell T.C Haab, *Valuing Environmental And Natural Resources: The Economics Of Non-Market Valuation* (Edward Elgar, 2003).

- Meisye Kiriman, 'Analisis Pengembangan Potensi Pariwisata Di Kabupaten Kepulauan Sitaro (Studi Kasus Di Pulau Siau)', *Jurnal Berkalah Ilmiah Efisiensi*, vol.23.no.6 (2023), p. 184
<<https://ejournal.unsrat.ac.id/V3/Index.Php/Jbie/Article/View/49525>>.
- Muh. Agung Acmad Gani, 'Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Bahari Di Kota Makassar', *Journal of Management Science (JMS)*, 1.2 (2020), pp. 309–24, doi:10.52103/jms.v1i2.293.
- Muh. Rivaldi A. Tadda, Nurlinah Nurlinah, and Sukri Sukri, 'Strategi Pengembangan Pariwisata: Studi Kasus Pantai Buntu Matabing & Ponnori Di Kabupaten Luwu', *Kybernan: Jurnal Studi Kepemerintahan*, 5.2 (2022), pp. 116–26, doi:10.35326/kybernan.v5i2.2347.
- Muhajir, Muhammad Nur Alam, Fahadil Amin Al Hasan, " The Development Of Halal Tourism Destinations In Indonesia: Potentials, Opportunities And Challenges", *Journal Of Islamic Economic And Business*, Vol. 3, No. 2, (2021): 2685-9300 .
- Muhammad Ashoer, et al., *Ekonomi Pariwisata*, Cetakan 1 (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021)
- Muhammad Hasnan, Akhmad Baihaqi, and Tuti Arlita, 'Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Iboih Dengan Menggunakan Travel Cost Method Di Kecamatan Sukamakmue Kota Sabang', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 8.4 (2023), pp. 2615–878 <www.jim.unsyiah.ac.id/JFP>.

Muhammad Muddassar Khan and others, ‘The Significance of Digital Marketing in Shaping Ecotourism Behaviour through Destination Image’, 2022, pp. 1–18.

Muhammad Ramadhan, *Metode Penelitian*, Cetakan pertama (Cipta Media Nusantara, 2021).

Nemai Sahani, ‘International Journal of Geoheritage and Parks Application of Hybrid SWOT-AHP-FuzzyAHP Model for Formulation and Prioritization of Ecotourism Strategies in Western Himalaya , India’, *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9.3 (2021), pp. 349–62, doi:10.1016/j.ijgeop.2021.08.001.

Nur Fadisa, Syamsurizaldi Syamsurizaldi, and Hendri Koeswara, ‘Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Pada Kawasan Geopark Ngarai Sianok Maninjau Di Kota Bukittinggi’, *Jurnal Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 3.2 (2022), p. 73, doi:10.20527/jpp.v3i2.3985.

Oktaviani Fuji Lestari et al., “ Analisis Nilai Ekonomi Objek Wisata Air Terjun Tanjung Belt Di Kecamatan Kampar Kiri Hulu Kabupaten Kampar Dengan Pendekatan Metode Biaya Perjalanan”, *JOM Fekon*, Vol. 4 No. 1, (Februari,2017):536
<https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/118957-ID-Analisis-Nilai-Ekonomi-Objek-Wisata-Air.Pdf>

Primadi Candra Susanto *et al.*, “Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)”, *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol. 3, No. 1, (April, 2024): 2, <https://doi.org/10.38035/Jim.V3i1>.

Putri Ayu Lestari, 'Pengembangan Objek Wisata Alam Danau Ranau Di Perbatasan Kabupaten Lampung Dan Ogan Komering Ulu', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, vol.2.no.1 (2021), pp. 37–38.

Putu Indah Rahmawati Komang Krishna Darmawan, 'Pengembangan Potensi Wisata Alam Desa Cau Belayu', *Junral Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, vol.5 no.1 (2022), p. 52
<<https://ejournal.undiksha.ac.id/Index.Php/JMPP/Article/View/35485>>.

Rahmat Ihza Mahendra, "Perlindungan Hukum Terhadap Investor Di Sektor Pariwisata", Vol. 3, No.1, (Maret, 2023): 32 – 33, [Https://E-Journal.Upr.Ac.Id/Index.Php/JIH/Article/View/7760](https://E-Journal.Upr.Ac.Id/Index.Php/JIH/Article/View/7760)

Ramlawati Tabito, Syarwani Canon, and Bobby Rantow, 'Valuasi Ekonomi Dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Perintis Kabupaten Bone Bolango', *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 9.2 (2024), pp. 25–41, doi:10.29407/jae.v9i2.22829.

Ririn Nurhalizah, 'Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Layanan Objek Wisata Tebing Suban, Kabupaten Rejang Lebong', *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*, vol. 4 no. 1 (2025) <<https://doi.org/10.55606/Jurrit.V4i1.5484>>.

Sana Naseem, 'The Role of Tourism in Economic Growth: Empirical Evidence from Saudi Arabia', *Economies*, 9.3 (2021), doi:10.3390/economies9030117

Sartika, 'Pengembangan Potensi Objek Wisata Air Terjun Sarambu Masiang Dalam Mendukung Pendapatan Desa Kaladi Darussalam Kecamatan Suli

- Barat Kabupaten Luwu’, *Repository Iain Palopo*,2022.
<http://repository.iainpalopo.ac.id/Id/Eprint/5092/>>.
- Sattarova Zukhra Ilkhamovna, ‘Agro And Ecotourism In Uzbekistan’, 2024, pp. 169–77.
- Sayantan Khanra, Amandeep Dhir, and Puneet Kaur, ‘Bibliometric Analysis and Literature Review of Ecotourism: Toward Sustainable Development’, 37.April 2020 (2021), doi:10.1016/j.tmp.2020.100777.
- Siti Fadjarajani, ‘Analisis Potensi Pariwisata Di Kabupaten Cianjur’, *Jurnal Geografi*,(2021),
 <<https://journal.unesa.ac.id/Index.Php/Jg/Article/Download/V19.1.7/Pdf>>.
- Siti Hajar, ‘Tourism Planning In Developing The Tourism Potential Of The Pusuk Buhitarea In Samosir Regency’, *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi*, vol.11 no.1(2022).
- Siti Romdona *et al.*, “Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancaradan Kuesioner”, JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik, Vol. 3,No. 1, (Januari,2025):44, <https://samudrapublisher.Com/Index.Php/JISOSEPOL>.
- Sri Susanty, *Manajemen Destinasi Pariwisata (Pengembangan Destinasi Berkelanjutan*, Cetakan Pertama (Penerbit Widina Media Utama, 2024).
- Subhan Purwadinata and Ambarwati Ambarwati, ‘Analisis Potensi Dan Daya Tarik Obyek Wisata Pantai Saliper Ate Kabupaten Sumbawa’, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11.1 (2023), pp. 61–71, doi:10.58406/jeb.v11i1.1154.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi Kedua: Cetakan Ke-5, (Yogyakarta: ALFABETA, 2023)

- Sukatno, 'Estimasi Nilai Ekonomi Objek Wisata Pantai Panjang Menggunakan Metode Travel Cost Method (TCM)', *Integrative Perspectives Of Social And Science Journal (IPSSJ)*, 2.3 (2025), p. 3138.
- Sulistiyadi, *Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*, Cetakan Pertama, (Anugrah Utama Raharja, 2021).
- Suparman Muzakir, *Pariwisata Budaya (Potensi Pariwisata Budaya Di Negeri Seribu Megalit*, cetakanper (Edu Publisher, 2023)
- Suparman Vitayanti fattah, *Ekonomi Pariwisata (Teori, Model, Konsep Dan Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*, cetakan pertama (Publica Indonesia Utama, 2023).
- Suparman, *EKONOMI PARIWISATA: Teori, Model, Konsep Dan Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*, cetakan pertama, (Publica Indonesia Utama, 2023).
- Tri Wahyono, M. Budi Nur Rahman, and M. Iqbal Ageng Tedjakusuma, 'Pengembangan Potensi Objek Wisata Air Terjun', *Webinar Abdimas 5*, 5.1 (2022), pp. 1072–79.
- Tuti Anggraeni, *Model Historical Tourist Engagement Dalam Membangun Loyalitas Wisatawan Di Jawa Barat*, Cetakan Pertama (Cv. Mega Press Nusantara, 2024).
- W. Yahya, S. Wahyudiono, and T. Suhartati, 'Estimasi Nilai Ekonomi Wana Wisata Tanjung Papuma RPH Grintingan BKPH Wuluhan KPH Jember Menggunakan Travel Cost Method', *Agroforetech*, 2.2 (2024), pp. 889–900

Wardiyanta, Pengantar Ekonomi Pariwisata, Cetakan 1 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Analisis Nilai Ekonomi dan Potensi Objek Wisata Terhadap Kepuasan

Wisatawan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya Annisa Islamiyah dengan NIM 2104010055 dari program studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Palopo. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul, "Analisis Nilai Ekonomi dan Potensi Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing".

Berkenaan dengan itu, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu, saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Semua identitas Bapak/Ibu, saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan jawaban kuesioner hanya akan dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

A. Identitas Responden

1. Nama:
2. Usias:
3. Jenis kelamin:
4. Pendidikan terakhir:
5. Asal:
6. Pekerjaan:

B. Kuesioner *Travel Cost Method*

1. Jumlah kunjungan : _____ kali

(jumlah kunjungan wisatawan ke wisata pantai nusa indah buntu matabing seama 12 bulan terakhir)

2. Biaya transportasi : Rp_____
3. Biaya konsumsi : Rp_____
4. Biaya tiket/karcis : Rp_____
5. Biaya toilet umum : Rp_____
6. Biaya wahana : Rp_____
7. Jarak tempuh : _____ km

C. Kuesioner SWOT

Beri tanda silang (✓) pada setiap jawaban

Keterangan:

Sangat tidak setuju (STS) = 1

Tidak setuju (TS) = 2

Netral (N) = 3

Setuju (S) = 4

Sangat Setuju (SS) = 5

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
A. Strengths (Kekuatan)						
1.	Saya merasa keindahan alam Pantai Nusa Indah sangat memanjakan mata.					
2.	Biaya masuk ke Pantai Nusa Indah sangat terjangkau bagi semua kalangan.					
3.	Akses jalan menuju Pantai Nusa Indah sudah cukup memadai					

4.	Masyarakat lokal menunjukkan sikap ramah dan mendukung wisatawan.					
B. Weaknesses (Kelemahan)						
1.	Fasilitas umum seperti toilet, tempat duduk, dan tempat sampah masih kurang memadai.					
2.	Informasi tentang Pantai Nusa Indah sulit ditemukan di media sosial.					
3.	Saya tidak menemukan papan informasi atau penunjuk arah yang jelas di lokasi					
4.	Petugas atau pengelola di pantai tampak kurang terlatih dalam pelayanan wisata.					
C. Opportunities (Peluang)						
1.	Saya mengetahui bahwa pemerintah daerah mendukung pengembangan wisata di daerah ini.					
2.	Saat ini wisata alam seperti Pantai Nusa Indah sangat diminati masyarakat.					
3.	Produk lokal seperti makanan atau kerajinan berpotensi menarik minat wisatawan					
4.	Promosi melalui media sosial dapat meningkatkan kunjungan ke Pantai Nusa Indah					
D. Threats (Ancaman)						
1.	Pantai Nusa Indah memiliki banyak					

	pesaing dari objek wisata lain di sekitar daerah ini.					
2.	Jika tidak dijaga, lingkungan pantai bisa rusak karena aktivitas wisatawan.					
3.	Cuaca ekstrem atau abrasi pantai dapat mengganggu kenyamanan wisata					
4.	Keadaan ekonomi masyarakat bisa memengaruhi jumlah kunjungan ke Pantai Nusa Indah.					

D. Kuesioner Survei Kepuasan Wisatawan

Beri tanda silang (✓) pada setiap jawaban.

Keterangan:

Tingkat Kepentingan (X)	Nilai	Tingkat Kinerja (Y)	Nilai
Sangat Tidak Penting(STP)	1	Sangat Tidak Puas (STP)	1
Tidak Penting (TP)	2	Tidak Puas (TP)	2
Netral (N)	3	Netral (N)	3
Penting (P)	4	Puas (P)	4
Sangat Penting (SP)	5	Sangat Puas (SP)	5

[illegible]

[illegible]

Lampiran 2 Rekapitan Kuesioner CSI

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Respondent	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2	1	4	3	3	4	4	5	5	4	3	3	4	3	3
3	2	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3
4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3
6	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4
7	6	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3
8	7	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
9	8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	9	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
11	10	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
12	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
13	12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	13	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	14	3	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3
16	15	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4
17	16	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	5	3	4
18	17	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	5	5
19	18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	19	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
21	20	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4
22	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
23	22	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4
24	23	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4
25	24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
26	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	26	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
28	27	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
29	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
31	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
32	31	4	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4
33	32	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
34	33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	34	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	4
36	35	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
37	36	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3
38	37	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3
39	38	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3
40	39	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3
41	40	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3

	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC
1	Presepsi/Kinerja													
2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	
4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	
5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	
6	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	
7	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	
8	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	4	2	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
12	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
13	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	
14	5	4	3	4	4	2	5	4	5	5	5	4	5	
15	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
16	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	
17	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	
18	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	3	4	
19	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
22	3	4	3	4	3	2	2	4	3	3	4	3	4	
23	5	5	5	5	4	3	3	4	3	5	5	5	5	
24	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	
25	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
28	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	
29	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	
30	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	
31	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	3	4	4	
32	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	
33	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	
34	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
36	3	3	3	3	2	3	2	5	3	3	5	4	5	
37	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	
38	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	
39	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	
40	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	
41	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	
42	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	
43	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	
44	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	
45	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	
46	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	
47	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	
48	3	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	
49	5	5	5	5	3	3	3	4	5	4	5	5	5	
50	5	5	5	5	3	3	4	5	3	4	5	5	5	
51	3	3	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	
52	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	
53	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	
54	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	
55	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
56	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
57	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	
58	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	
59	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	
61	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	
63	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	
64	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
67	4	3	5	5	3	5	3	4	4	4	5	5	5	
68	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
69	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
70	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	
71	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	
72	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
74	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	
75	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	
76	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	
77	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
78	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
81	3	3	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	
82	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	4	4	
83	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	
84	4	4	2	4	2	2	3	4	2	4	4	4	4	
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
86	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	
87	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
88	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	
89	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
92	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	
93	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
94	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
95	5	4	3	3	5	4	4	4	5	4	3	5	5	
96	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
98	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
99	404	390	415	412	395	381	387	419	394	405	423	399	413	
100	4.21	3.96	4.32	4.29	4.11	3.97	4.03	4.36	4.10	4.22	4.41	4.16	4.30	
101														

102							
103							
104							
105							
106							
107							
108							
109							
110							
111							
112							
113							
114							
115							
116							
117							
118							
119							
120							
121							
122							
123							
124							
125							
126							
127							
128							
129							
130							
131							
132							
133							
134							
135							
136							
137							
138							
139							
140							
141							

RUMUS			
MIS (Mean Importance Score)	:	Rata-rata Harapan	
MSS (Mean Satisfaction Score)	:	Rata-rata Kinerja	
WF (Weight Factor)	:	$\frac{MIS_i}{\sum MIS} \times 100$	
WS (Weight Score)	:	WF x MSS	
WT (Weight Total)	:	$\sum WS$	
CSI (Customer Satisfaction Index)	:	$\frac{WT}{\text{Nilai max skala likert}}$	

	MIS		MSS		Pertanyaan	WF	WS
H1	4.23	K1	4.21	1	1	8.04	33.83
H2	3.79	K2	3.96	2	2	7.21	28.53
H3	4.17	K3	4.32	3	3	7.92	34.24
H4	4.24	K4	4.29	4	4	8.06	34.59
H5	3.92	K5	4.11	5	5	7.45	30.64
H6	3.95	K6	3.97	6	6	7.50	29.79
H7	3.98	K7	4.03	7	7	7.56	30.49
H8	4.21	K8	4.36	8	8	8	34.92
H9	4.03	K9	4.10	9	9	7.66	31.45
H10	4.04	K10	4.22	10	10	7.68	32.41
H11	4.22	K11	4.41	11	11	8.02	35.34
H12	3.90	K12	4.16	12	12	7.41	30.78
H13	3.94	K13	4.30	13	13	7.49	32.20
Jumlah	52.60	Jumlah	54.45			WT	419.21
						CSI	83.84

Skala Liker	
1	Sangat tidak puas
2	Tidak puas
3	Netral
4	Puas
5	Sangat Puas

Kriteria CSI	Nilai CSI
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80%	Puas
51% - 65%	cukup puas
35% - 50%	kurang puas
0% - 34%	Tidak puas

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1		Responden	strengths (kekuatan)				weaknesses (kelemahan)				
2		1	4	2	3	4	5	6	7	8	
3		2	4	3	4	4	3	2	2	2	
4		2	4	5	3	3	3	2	2	2	
5		3	4	4	3	4	3	2	2	2	
6		4	4	3	3	3	3	3	3	3	
7		5	4	3	3	3	3	2	3	2	
8		6	4	3	3	3	2	2	2	2	
9		7	4	3	3	4	1	2	2	3	
10		8	5	2	4	4	3	3	2	3	
11		9	4	4	5	4	2	3	4	3	
12		10	4	3	4	5	1	4	5	3	
13		11	3	3	3	3	2	2	2	2	
14		12	4	5	4	4	4	4	2	2	
15		13	4	5	5	3	2	3	3	3	
16		14	4	3	3	4	2	2	2	2	
17		15	3	3	2	3	2	2	3	3	
18		16	4	3	4	3	4	3	3	1	
19		17	4	4	3	3	3	3	4	3	
20		18	5	5	5	5	1	5	5	3	
21		19	5	5	5	5	1	4	4	3	
22		20	4	4	3	3	2	3	3	2	
23		21	5	3	2	5	4	3	3	2	
24		22	4	3	3	4	1	1	2	2	
25		23	4	4	4	4	3	1	3	3	
26		24	4	4	3	4	2	3	2	5	
27		25	5	4	4	4	2	2	2	2	
28		26	5	5	5	5	1	1	2	1	
29		27	5	3	3	4	3	2	3	3	
30		28	5	4	4	5	3	3	2	2	
31		29	4	4	4	4	3	2	3	3	
32		30	4	4	4	4	3	2	3	3	
33		31	4	3	3	4	3	4	3	3	
34		32	4	5	5	4	2	2	2	2	
35		33	4	4	4	4	3	4	3	3	
36		34	4	4	4	4	3	3	3	2	
37		35	4	4	4	4	1	1	1	1	
38		36	4	3	4	4	2	2	2	2	
39		37	4	3	4	4	2	2	2	2	
40		38	4	3	4	4	2	2	2	2	
41		39	4	4	4	4	2	2	2	2	
42		40	4	3	4	4	2	2	2	2	
43		41	5	5	5	5	1	1	1	1	
44		42	5	5	5	5	2	2	2	2	
45		43	3	3	4	4	3	2	4	2	
46		44	4	4	3	3	3	3	3	1	
47		45	4	4	3	3	3	2	2	2	
48		46	4	4	3	4	2	2	4	2	
49		47	4	4	4	4	2	2	3	3	
50		48	4	4	4	4	2	2	3	3	
51		49	4	3	4	3	3	2	4	3	
52		50	4	3	4	4	3	4	4	2	
53		51	5	3	3	4	4	3	3	2	
54		52	3	3	4	4	4	3	2	4	
55		53	3	3	4	4	4	3	2	4	
56		54	5	4	4	4	3	2	3	3	
57		55	5	3	4	4	3	2	3	3	
58		56	4	3	5	3	3	2	4	2	
59		57	4	3	4	4	3	2	2	2	
60		58	4	4	4	4	2	2	2	2	
61		59	4	4	4	4	2	2	2	2	
62		60	3	4	3	3	2	2	2	3	
63		61	4	3	4	4	3	2	2	3	
64		62	5	3	4	5	3	2	2	1	
65		63	4	2	4	4	3	2	2	1	
66		64	5	4	4	5	3	2	2	1	
67		65	4	3	5	3	3	2	4	2	
68		66	3	3	4	4	4	3	2	2	
69		67	3	3	4	4	2	3	2	2	
70		68	4	4	4	4	3	3	3	3	
71		69	5	4	4	4	4	3	2	3	
72		70	4	4	4	4	3	2	2	2	
73		71	5	4	4	5	3	1	1	1	
74		72	4	4	4	4	2	4	2	3	
75		73	4	4	4	4	2	2	2	2	
76		74	4	4	4	4	3	2	3	3	
77		75	4	4	4	4	4	2	2	2	
78		76	4	5	4	3	3	3	3	3	
79		77	4	4	4	4	4	1	1	1	
80		78	4	3	4	4	3	2	4	2	
81		79	3	4	5	5	3	1	3	1	
82		80	4	3	4	4	3	2	2	1	
83		81	4	3	3	5	3	3	3	3	
84		82	4	3	2	5	4	4	4	3	
85		83	4	3	4	4	2	2	2	2	
86		84	5	2	4	4	4	3	2	3	
87		85	5	4	5	5	3	1	3	1	
88		86	5	4	5	5	2	2	2	2	
89		87	5	4	5	5	3	1	3	1	
90		88	5	5	5	5	3	1	3	1	
91		89	5	4	5	5	3	1	3	1	
92		90	5	4	4	4	4	3	2	2	
93		91	3	3	4	4	3	4	3	3	
94		92	3	3	4	2	2	2	1	3	
95		93	3	4	3	3	4	3	4	1	
96		94	4	4	2	5	4	4	2	2	
97		95	3	3	3	3	3	3	3	3	
98		96	4	2	4	4	4	3	3	2	
99		Jumlah	395	345	370	380	261	225	242	213	
100		Rata-rata	4.11	3.59	3.85	3.96	2.72	2.34	2.52	2.22	
101											
102											
103											

	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
1	Responden		opportunities (peluang)				threats (ancaman)				
2			9	10	11	12	13	14	15	16	
3	1		4	4	4	5	3	5	5	3	
4	2		4	5	5	5	3	4	3	3	
5	Jumlah		8	9	9	10	6	9	8	6	
6	Rata-rata		4	4,5	4,5	5	3	4,5	4	3	32,3
7											
8	Internal										
9	Strengths (kekuatan) & Weaknesses (kelemahan)										
10	No.	Uraian	Bobot	Rating	BxR						
11	1	S1	0.16	4	0.65						
12	2	S2	0.14	4	0.57						
13	3	S3	0.15	3	0.46						
14	4	S4	0.16	3	0.47						
15	5	W1	0.11	2	0.21						
16	6	W2	0.09	3	0.28						
17	7	W3	0.10	1	0.10						
18	8	W4	0.09	2	0.18						
19	Total	1.00		2.91							
20											
21											
22											
23											
24											

Lampiran 4 Dokumentasi











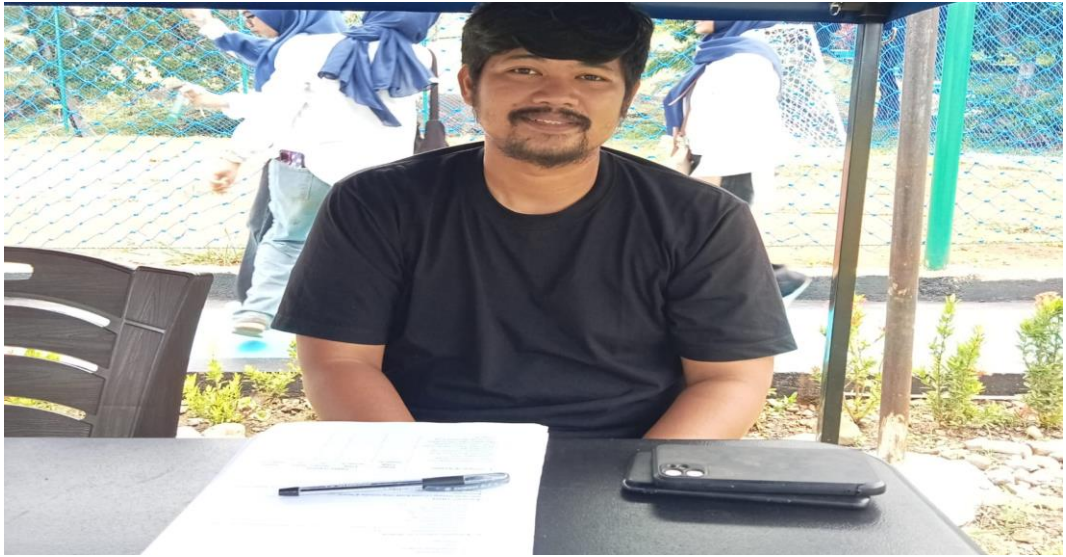








Gambar di atas menunjukkan penulis dengan Dr. Drs. H. Basmin Mattayang Andi Sennu, M.Pd, selaku pemilik objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing. dan Bapak Prasetyo Sallo, selaku manager objek wisata Pantai Nusa Indah Buntu Matabing.









PEMERINTAH KABUPATEN LUWU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jln. Jend. Sudirman, Kelurahan Senga, Kecamatan Belopa, Kab. Luwu Telpn : (0471) 3314115

Nomor : 0208/PENELITIAN/28.05/DPMTSP/V/2025
Lamp : -
Sifat : Biasa
Perihal : Izin Penelitian

Kepada
Yth. Ka. Desa Rantebelu
di -
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo : B 143.a/In. 19/FEBI/HM.01/05/2025 tanggal 21 Mei 2025 tentang permohonan Izin Penelitian. Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama	: Annisa Islamiyah
Tempat/Tgl Lahir	: Lempopacci / 13 Oktober 2002
Nim	: 2104010055
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Alamat	: Desa. Lempopacci Lempopacci Kecamatan Suli

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :

**ANALISIS NILAI EKONOMI DAN POTENSI OBJEK WISATA TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN PANTAI NUSA INDAH BUNTU MATABING**

Yang akan dilaksanakan di **OBJEK WISATA PANTAI NUSA INDAH BUNTU MATABING**, pada tanggal **23 Mei 2025 s/d 23 Juli 2025**

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.



Diterbitkan di Kabupaten Luwu
Pada tanggal : 23 Mei 2025
Kepala Dinas



Drs. MUHAMMAD RUDI, M.Si
Pangkat : Pembina Utama Muda IV/c
NIP : 19740411 199302 1 002

Tembusan :

1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;
2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo;
4. Mahasiswa (i) Annisa Islamiyah;
5. Anslp.

RIWAYAT HIDUP



Annisa Islamiyah, lahir di Desa Lempopacci pada tanggal 13 Oktober 2002. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Irianto dan Ibu Hariani. Saat ini bertempat tinggal di Desa Lempopacci, Kec. Suli, Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2014 di MIS ANNUR UTAMA. Kemudian pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Suli hingga tahun 2017. Lulus dari sekolah menengah pertama, penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan di MAN Luwu dan lulus pada tahun 2020. Penulis mendaftarkan diri di Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo pada tahun 2021 dengan Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Sebelum menyelesaikan akhir studi, penulis Menyusun skripsi dengan judul, “Kajian Nilai Ekonomi, Potensi Wisata, dan Kepuasan Wisatawan Pantai Nusa Indah Buntu Matabing” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi jenjang Strata I (S1).