Pengembangan Objek Wisata Muncak Teropong Laut: Kesesuaian Terhadap Aspek *Supply* dan *Demand* 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity* dan *Ancillary*)

Maria Silvya Rosvintaria br. Munthe (22117112)

Pembimbing {M. Bobby Rahman, S.T., M.Si. (Han), Ph.D. (Can), Yudha Rahman, S.T., M.T.}

ABSTRAK

Muncak Teropong Laut merupakan salah satu objek wisata di Provinsi Lampung yang menyuguhkan pemandangan alam yang memukau. Objek wisata ini sangat berpotensi untuk digali dan dikembangkan menjadi objek wisata unggulan. Namun perkembangan objek wisata ini cenderung stagnan dan bahkan menurun setiap tahunnya. Maka dari itu, diperlukan perencanaan pengembangan pariwisata yang tepat agar objek wisata Muncak Teropong Laut dapat berkembang dengan maksimal. Salah satu pendekatan yang sangat mendasar untuk meninjau perencanaan dan pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan meninjau kesesuaian antara permintaan wisatawan dan penawaran pengelola objek wisata.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi kesesuaian pengembangan objek wisata Muncak Teropong Laut melalui identifikasi aspek supply pengelola dan aspek demand wisatawan terhadap 4A (attraction, accessibility, amenity dan ancillary) menggunakan analisis Boston Consulting Group (BCG) Matrix. Aspek supply pengelola diidentifikasi menggunakan analisis deskriptif kualitatif melalui hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pengelola objek wisata Muncak Teropong Laut. Sedangkan aspek demand wisatawan diidentifikasi menggunakan analisis statistik deskriptif melalui kuesioner dengan responden wisatawan objek wisata Muncak Teropong Laut.

Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek supply dan aspek demand mendapatkan nilai yang tinggi dan berada pada kuadran stars. Artinya, pengembangan objek wisata Muncak Teropong Laut sudah sesuai antara aspek supply pengelola dengan aspek demand wisatawan terhadap 4A (attraction, accessibility, amenity dan ancillary). Pengelola sudah menyediakan komponen pariwisata dengan baik dan wisatawan sudah merasa puas dengan ketersediaan yang ada. Meskipun begitu, masih perlu dilakukan beberapa peningkatan pada beberapa sub-variabel yang memiliki nilai rendah, seperti angkutan umum, jaringan jalan dan promosi objek wisata.

Kata kunci: Pengembangan Objek Wisata, Kesesuaian Sistem Pariwisata, 4A Pariwisata