KESESUAIAN PENAWARAN DAN PERMINTAAN PARIWISATA
(Studi Kasus: Muncak Teropong Laut, Kabupaten Pesawaran)

Maria Silvya[1], M. Bobby Rahman[2], Yudha Rahman[3]

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Jurusan Teknologi Infrastruktur dan Kewilayahan
Institut Teknologi Sumatera

Abstrak

Muncak Teropong Laut (MTL) merupakan salah satu objek wisata alam yang terletak di Kabupaten Pesawaran. Objek wisata ini memiliki 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 MTL dapat berkembang dengan maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kesesuaian antara penawaran pengelola dan permintaan wisatawan terhadap 4A (*attraction, accessibility, amenity* dan *ancillary*) di MTL. Identifikasi kesesuaian didapatkan melalui identifikasi masing-masing penawaran dan permintaan menggunakan analisis deskriptif melalui hasil observasi lapangan, wawancara dan kuesioner. Selanjutnya, hasil identifikasi tersebut dianalisis menggunakan teknik analisis *Boston Consulting Group* (BCG) *Matrix* dengan menentukan skor penawaran dan permintaan lalu memasukkan hasil penilaian ke dalam matriks. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penawaran pengelola dan permintaan wisatawan terhadap 4A sudah sesuai dan memiliki daya saing yang tinggi. Pengelola sudah menyediakan komponen pariwisata dengan baik dan wisatawan sudah merasa puas dengan ketersediaan yang ada. Meskipun begitu, masih perlu dilakukan beberapa peningkatan pada sub-variabel angkutan umum, jaringan jalan dan promosi objek wisata.

Kata Kunci:Penawaran Pariwisata, Permintaan Pariwisata, Kesesuaian Pariwisata

Abstract

Muncak Teropong Laut (MTL) is one of the natural attractions located in Pesawaran Regency. It has the potential to be developed as a leading attraction. However, the development of MTL tends to be stagnant and even decreases every year. Therefore, planning in tourism development is required in this situation so that MTL could develop more fully. The purpose of this research was to identify the suitability between the supply of the developer and the demand of the tourists to 4A (*attraction, accessibility, amenity, and ancillary*) *at MTL. The suitability was identified through each identification of supply and demand using descriptive analysis on field observations, interviews, and questionnaires. Furthermore, the results of the identification was analyzed using Boston Consulting Group (BCG) Matrix with determines supply and demand scores then put it on the matrix. The result of this research shows that the supply of the developer and the demand of the tourists on 4A is already suitable dan has high competitiveness. The developer has provided well on tourism components and the tourist itself already felt satisfied with the existing condition. However, it is still necessary to do some upgrades on some sub-variables that got low scores, such as public transportations, road repairs, and tourism promotions.*

Keywords:Tourism Supply, Tourism Demand, Tourism Suitability

LATAR BELAKANG

Provinsi Lampung memiliki sumber daya alam dan budaya yang sangat melimpah, tetapi belum seluruh potensinya dikelola dan digali secara mendalam sebagai daya tarik pariwisata. Dalam RPJMD Provinsi Lampung Tahun 2019-2031 disebutkan masih terdapat beberapa masalah dalam pengembangan pariwisata Provinsi Lampung, diantaranya adalah belum optimalnya pengembangan destinasi dan pemasaran pariwisata. Maka dari itu, kedepannya objek wisata di Provinsi Lampung akan dikembangkan dengan prinsip integrasi aktivitas pariwisata berbasis masyarakat melalui pembangunan regional, keterhubungan, pendanaan kolaboratif dan pemasaran yang terencana.

Objek wisata Muncak Teropong Laut (MTL) merupakan salah satu potensi wisata Provinsi Lampung yang berlokasi di Desa Munca, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran. Objek wisata ini ramai dikunjungi wisatawan dan dikenal dengan lokasinya yang menghadap langsung dengan teluk Lampung. Berdasarkan penelitian Ridho (2018), pengelola objek wisata MTL telah berupaya untuk meningkatan kualitas pengelolaan objek wisata ini melalui pembangunan dan pengembangan sarana prasarana. Tetapi pada praktiknya, menurut observasi awal peneliti objek wisata MTL ini tampak belum begitu berkembang dan cenderung stagnan dibandingkan awal mula pengembangannya. Hal ini kemudian menjadi dasar bagi penelti untuk mencari ketidaksesuaian antara apa yang ditawarkan pengelola dengan apa yang diharapkan oleh wisatawan di MTL.

Menurut Suprapto (2005), ketidaksesuaian dalam proses pengembangan objek wisata mempengaruhi kondisi potensi objek wisata yang kedepannya. Konsekuensinya, potensi objek wisata dapat saja stagnan atau bahkan memudar (Pangestuti, 2019). Salah satu pendekatan yang memungkinkan dipakai untuk meninjau perencanaan dan pengembangan sebuah objek wisata adalah melalui peninjauan terhadap kesesuaian antara permintaan wisatawan dan penawaran pengelola objek wisata (Richardy, 2014). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan kategori penggabungan antara sisi *supply* (penawaran) dan *demand* (permintaan) dengan mengidentifikasi kedua komponen kategori tersebut berdasarkan konsep 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity*, dan *Ancillary*) yang dikemukakan oleh Cooper (2008).

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri atas dua kata yaitu pari dan wisata (Yoeti, 1993). Yoeti (1993) juga mengungkapkan bahwa Pari berarti "banyak" atau "berkeliling", sedangkan wisata berarti "pergi" atau "bepergian". Atas dasar itu, pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dikemukakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Menurut UU No.10/2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Sistem Pariwisata

Menurut Hall (2008), sistem pariwisata dibagi menjadi 2 (dua) bagian besar yakni penawaran atau *supply* dan permintaan atau *demand*. Kedua bagian

besar tersebut masing-masingnya merupakan subsistem yang saling berinteraksi erat satu sama lain. Ditambah lagi Gunn (1988) telah lebih dulu menjelaskan sistem fungsional pariwisata melalui pendekatan *supply* dan *demand*. Dari sisi *demand* komponen pariwisata adalah masyarakat atau pasar wisata yang memiliki kemauan dan kemampuan untuk melakukan perjalanan wisata. Sementara dari sisi *supply* komponen pariwisata terdiri atas atraksi dan pelayanan wisata, transportasi serta informasi dan promosi wisata yang semuanya ada dalam wilayah pariwisata (Gunn, 1988).

Komponen Pariwisata

Wisatawan yang melakukan perjalanan ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) memerlukan berbagai kebutuhan dan pelayanan mulai dari keberangkatan sampai kembali lagi ke tempat tinggalnya (Suwerna & Widyatmaja, 2017). Aktivitas pariwisata yang wisatawan lakukan di daerah tujuan wisata sangat terkait dengan kegiatan kehidupan kita sehari-hari. Sama seperti yang kita lakukan setiap hari, wisatawan juga butuh makan dan minum, tempat menginap, serta alat transportasi yang membawanya pergi dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Menurut Hadiwijoyo (2012), komponen pariwisata yang harus ada adalah attraction dan *accomodation.* Sedangkan menurut Stange dan Brown (2013), komponen pariwisata adalah 3A, yakni *attraction, activity,* dan accessibility. Buhalis dan Costa (2006) berpendapat bahwa komponen pariwisata terdiri atas 6A, yakni *attraction, amenity, ancillary, activity, accessibility,* dan *available package*. Pada penelitian ini digunakan teori komponen pariwisata dari Cooper (2008), dengan pertimbangan bahwa teori ini lebih efektif dan sudah mencakup komponen-komponen pariwisata dengan jelas. Cooper (2008) berpendapat, untuk memenuhi kebutuhan dan pelayanan tersebut, DTW harus didukung empat komponen utama atau yang dikenal dengan istilah ”4A” yaitu : a) Atraksi (*attraction*), b) Fasilitas (*amenities*), c) Pendukung (*access*), dan d) pelayanan (*ancillary services*).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif dengan metode penelitian *mixed method*. Metode ini melibatkan penggunaan dua metode yaitu metode kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian. Penggunaan gabungan dari kedua metode tersebut dinilai memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang permasalahan penelitian dibanding penggunaan salah satu di antaranya (Ninik Supriyati, 2015). Metode kualitatif digunakan dalam mengidentifikasi aspek *supply* dari objek wisata MTL dan metode kuantitatif digunakan dalam mengidentifikasi aspek *demand* dari wisatawan objek wisata MTL.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terbagi atas data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari wawancara, kuesioner dan observasi lapangan. Informan wawancara ditentukan dengan *purposive sampling* yang ditujukan pada pengelola objek wisata MTL. Sedangkan responden kuesioner didapatkan dengan *accidental sampling* yang ditujukan pada wisatawan objek wisata MTL. Melalui rumus *Lemeshow* diketahui sampel kuota wisatawan yang diperlukan sebanyak 96 responden wisatawan. Data sekunder didapatkan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dan pengelola objek wisata MTL.

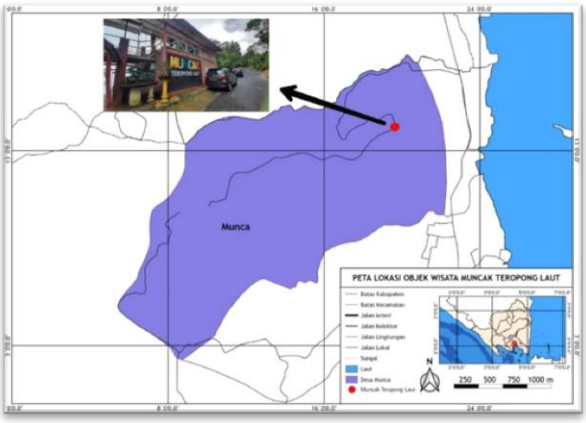
Seluruh data yang didapatkan selanjutnya dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan *Boston Consulting Group*

(BCG) *Matrix*. Analisis deskriptif pada penelitian ini dibagi atas analisis deskriptif kualitatif analisis statistik deskriptif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi *supply* dari pengelola dan analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi *demand* dari wisatawan. Analisis BCG (*Boston Consulting Group*) *Matrix* digunakan untuk mengidentifikasi kesesuaian antara *supply* dan *demand* melalui 2 tahap, yakni *scoring* dan *matrix*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek Wisata MTL

Objek wisata MTL mulai dibangun pada tahun 2015 dan dibuka untuk umum pada Juni 2016. Awalnya MTL belum menjadi sebuah tempat wisata bagi masyarakat umum, tetapi hanya sebagai tempat persinggahan pribadi atau rumah bersantai bagi Taufik beserta keluarga di waktu senggangnya. Seiring berjalannya waktu, ada seorang pengunjung yang mendatangi objek wisata tersebut dan sangat takjub akan keindahannya. Pengunjung tersebut pun mengambil beberapa foto akan objek wisata tersebut dan mengunggahnya ke sosial media. Mulai dari situ, banyak pengunjung lain yang datang dari masyarakat luas datang ke MTL setiap harinya.



Sumber: Penulis, 2021.

Gambar 1. Peta Lokasi Objek Wisata MTL

Jalan menuju objek wisata MTL dari Kota Bandarlampung sudah beraspal hingga pintu masuk ke Desa Munca. Ketika memasuki Desa Munca, masih ada jalan berbatu dan rusak meskipun sudah diaspal sebelumnya. Jalan juga terjal, berkelok, dan belum ada penerangan ketika memasuki Desa Munca. Pada objek wisata MTL terdapat banyak spot foto yang tersebar di lokasi objek wisata. Keamanan lokasi spot foto juga dijaga dengan cara pembatasan jumlah orang dalam sekali pengambilan foto. Selain spot foto, juga sudah tersedia warung yang berjualan minuman, mushola, toilet umum, dan tempat untuk duduk menikmati pemandangan dari objek wisata MTL.

Hingga saat ini sarana dan prasarana wisata di MTL terus dikembangkan untuk memanjakan setiap pengunjung yang datang. Pada saat penelitian ini di susun, pengunjung dapat menikmati pemandangan alam di MTL hanya dengan membayar tiket masuk sebesar Rp 10.000 per orang, dan biaya parkir sebesar Rp 5.000 untuk kendaraan roda dua dan Rp 10.000 untuk kendaraan roda empat. Pada tahun 2017 objek wisata MTL telah menyumbang kontribusi terhadap PAD dengan membayar pajak sebesar 30% dari pendapatan per tahun yakni Rp 86.000.000 dan akan ditingkatkan lagi dengan pengoptimalan pengembangan objek wisata (Ridho, 2018).

Supply Pengelola Objek Wisata MTL

1. *Attraction*

a. Spot Foto

Objek wisata MTL menyediakan 8 spot foto dengan tema yang berbeda-beda. Pengelola menyediakan spot foto berdasarkan tren yang sedang berlaku. Setiap spot foto rutin diperbaiki dikarenakan

sebagian besar bahannya merupakan kayu, dengan maksud mempertahankan kesan klasik dan natural. Meskipun begitu, masih terdapat 2 spot foto yang sudah tidak layak pakai, dikarenakan kayu sudah terlalu lapuk dan dapat menimbulkan kecelakaan.



Sumber: Hasil Observasi, 2021.

Gambar 2. Spot Foto di Objek Wisata MTL

b. Pemandangan Alam

Objek wisata MTL terletak di atas dataran tinggi Desa Munca berhadapan langsung dengan hamparan teluk Lampung, pepohonan di sekitar pegunungan dan permukiman teluk pesisir Lampung. Wisatawan juga dapat melihat sejumlah kapal yang lalu-lalang maupun beristirahat di tengah laut, dikarenakan objek wisata MTL juga berseberangan dengan Pelabuhan Panjang.



Sumber: Hasil Observasi, 2021.

Gambar 3. Pemandangan Alam di Objek Wisata MTL

Objek wisata MTL beroperasi 24 jam, sehingga saat dini hari wisatawan juga dapat menyaksikan matahari terbit dari objek wisata MTL. Matahari muncul di balik pegunungan di seberang objek wisata MTL, dan sinar matahari terpantulkan di hamparan laut hadapannya. Sore ke malam hari juga wisatawan dapat menyaksikan pemandangan yang tidak kalah menarik, yakni hamparan cahaya lampu dari permukiman pinggir pesisir Lampung dan kapal-kapal yang beristirahat di tengah laut.



Sumber: Hasil Observasi, 2021.

Gambar 4. Pemandangan Alam Objek Wisata MTL Dini Hari

Selain suguhan pemandangan alam, pengelola juga melakukan perawatan terhadap lingkungan sekitar objek wisata MTL, seperti membersihkan belukar, merawat tanaman-tanaman yang ada dan menambahkan tanaman-tanaman hiasan.

2. *Accessibility*

a. Angkutan Umum



Sumber: Hasil Observasi, 2021.

Gambar 5. Angkutan Umum

Ketersediaan angkutan umum yang melayani rute menuju objek wisata MTL dilihat melalui observasi lapangan. Ketersediaan angkutan umum dinilai belum memadai untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata MTL apabila ditinjau dengan Peraturan Menteri Perhubungan tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Dalam Trayek. Angkutan umum dengan rute menuju objek wisata MTL tidak tersedia, angkutan umum hanya tersedia di sepanjang jalan Laksamana R. E. Martadinata. Dimana, jalan Laksamana R. E. Martadinata merupakan jalur utama sebelum masuk ke jalan masuk menuju objek wisata MTL. Selain itu, kondisi armada angkutan yang tersedia juga belum menyediakan perlengkapan keselamatan yang mendukung, seperti pintu yang tidak berfungsi dengan baik dan tidak tersedianya alat pemadam api ringan. Jadwal keberangkatan angkutan umum yang tersedia juga belum tetap.

b. Jaringan Jalan

Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 13 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pemeliharaan dan Penilikan Jalan, ketersediaan jalan dapat dinilai kondisinya dengan penentuan nilai *Road Condition Index* (RCI). Observasi jaringan jalan dilakukan di Jalan Laksamana R. E. Martadinata dan sepanjang jalan masuk menuju objek wisata MTL. Kondisi kedua jalan tersebut sangat berbanding terbalik. Jalan Laksamana R. E. Martadinata memiliki kondisi yang baik dengan nilai RCI 5-6. Jalan ini terbuat dari aspal yang masih bagus, sedikit sekali lubang dan permukaan agak sedikit tidak rata.

Sedangkan jalan masuk menuju objek wisata MTL memiliki kondisi rusak bergelombang dengan nilai RCI 3-4. Jalan ini terbuat dari aspal pada tahun 2016, tetapi sudah banyak bagian jalan yang rusak. Mulai dari jalan masuk hingga pertengahan jalan menuju objek wisata MTL dipenuhi dengan kerusakan jalan. Bahkan terdapat 1 bagian jalan yang longsor dan belum ada perbaikan. Pada jalan masuk ini juga tidak ditemukan pembatas jalan dan penerangan jalan.

c. Rambu Petunjuk

Objek wisata MTL sudah memiliki 2 rambu petunjuk yang terbuat dari *banner* atau spanduk berwarna dasar biru dengan tulisan berwarna putih dan tiang rambu dengan bahan besi. Rambu pertama diletakkan di awal jalur atau jalan masuk menuju objek wisata MTL dan rambu kedua diletakkan di pertengahan jalur atau jalan masuk menuju objek wisata MTL. Hal ini disebabkan karena jalan masuk hanya terdiri atas 1 jalur dan memiliki persimpang pada pertengahan jalan masuk. Berdasarkan kuesioner dengan wisatawan, penempatan kedua rambu petunjuk ini sudah cukup membantu para wisatawan untuk mengunjungi objek wisata MTL.

3. *Amenity*

a. Penginapan

Objek wisata MTL sudah menyediakan penginapan yang memenuhi persyaratan tersebut. Penginapan berjumlah 2 kamar dengan fasilitas tempat tidur, kamar mandi dalam, pendingin ruangan, ventilasi, pencahayaan cukup, kamar yang bersih dan terawat, serta dapat menggunakan fasilitas yang tersedia di dalam objek wisata MTL. Seperti dapur, mushola, lahan parkir dan daya tarik objek wisata. Penginapan mengenakan tarif Rp 300.000 untuk 1 malam dan sudah bebas biaya tiket masuk objek wisata. Tarif tersebut dapat dianggap sesuai dengan fasilitas yang disediakan pengelola.

b. Tempat Makan dan Minum

Ketersediaan usaha rumah makan di objek wisata MTL sudah cukup memenuhi peraturan tersebut. Ruang makan dan minum sudah sesuai dengan kapasitas tempat duduk, memiliki sirkulasi udara dan pencahayaan yang cukup. Penyediaan makanan sudah cukup memenuhi persyaratan hygiene dan sanitasi sesuai dengan peraturan. Meja dan kursi serta peralatan makan juga sudah cukup memenuhi persyaratan sanitasi. Tata cara pelayanan juga sudah cukup sederhana, mulai dari penyajian makanan dan minuman, pembayaran hingga penanganan keluhan tamu. Pelayanan yang tersedia juga sudah cukup bersih dan sopan.



Sumber: Hasil Observasi, 2021.

Gambar 6. Tempat Makan dan Minum

Kekurangan dari ketersediaan tempat makan dan minum adalah belum adanya daftar menu makanan yang disertai dengan harga, sumber daya manusia yang mengelola bukan berasal dari kejuruan yang sesuai dan variasi makanan yang kurang banyak.

c. Sarana Peribadatan

Sarana peribadatan yang tersedia adalah 1 mushola yang dibangun oleh pemilik objek wisata. mushola mudah diakses dan berada di dalam objek wisata, luas ruangan dapat menampung kurang lebih 10 orang, memiliki sistem sirkulasi udara, pencahayaan, pintu masuk dan keluar yang baik dan penanda arah dengan tulisan yang terbaca jelas serta mudah dilihat. Selain mushola juga tersedia tempat wudhu yang cukup baik (Menteri Pariwisata, 2018).



Sumber: Hasil Observasi, 2021.

Gambar 7. Sarana Peribadatan

Kekurangan dari sarana peribadatan yang tersedia adalah fasilitas membersihkan diri belum terpisah antara pengunjung pria dan wanita, termasuk untuk penyandang disabilitas yang masing-masing dilengkapi dengan papan nama yang jelas. Meskipun begitu, wisatawan sudah merasa cukup dan puas dengan ketersediaan sarana peribadatan di objek wisata ini.

d. Lahan Parkir

Ketersediaan lahan parkir di objek wisata MTL saat ini hanya dapat menampung sepeda motor dan mobil penumpang golongan I dan II. Lahan parkir untuk sepeda motor terletak di samping objek wisata dan dibuat dari rangkaian kayu dengan atap pelat seng, meskipun tampak tidak ada kerusakan pada ketersediaan lahan parkir, lahan parkir ini masih belum memenuhi keamanan dan kenyamanan bagi para wisatawan. Dengan luas 20 m^2, lahan parkir ini dapat menampung kurang lebih 13 sepeda motor. Terkadang apabila sepeda motor yang ada melebihi kapasitas, maka sepeda motor akan parkir di lahan parkir roda empat.



Sumber: Hasil Observasi, 2021.

Gambar 8. Lahan Parkir Kendaraan Roda Dua

Sedangkan untuk lahan parkir mobil penumpang berada tepat di depan objek wisata dan berada di pinggir jalan. Mobil harus parkir secara paralel dikarenakan lahan yang terbatas. Dengan luas kurang lebih 70 m^2, lahan parkir ini dapat menampung sebanyak kurang lebih 7 mobil penumpang.



Sumber: Hasil Observasi, 2021.

Gambar 9. Lahan Parkir Kendaraan Roda Empat

Apabila kendaraan roda empat melebihi kapasitas, maka wisatawan dapat menggunakan bagian pinggir jalan untuk lahan parkir. Meskipun hal ini tidak sebaiknya dilakukan, tetapi masyarakat tidak merasa keberatan apabila keadaan ini terjadi. Karena seringkali saat masa *high season*, kendaraan roda empat parkir di sepanjang jalan naik Desa Munca sekitar objek wisata MTL.

e. Toilet Umum

Ketersediaan toilet umum sudah mencukupi kebutuhan wisatawan, dengan jumlah toilet umum sebanyak 4 toilet (1 di luar, 1 di dalam mushola, 2 dalam masing-masing penginapan). Kualitas air juga sudah baik, air bersumber dari mata air disalurkan dengan pipa, tidak berwarna dan tidak berbau. Sarana kamar mandi juga sudah cukup baik, luas lantai melebihi 1,2m^2, tidak licin dengan kemiringan yang cukup, dikelilingi dinding, pintu berfungsi dengan baik, tersedia bak penampung dengan gayung, ventilasi dan penerangan, kloset jongkok, serta air bekas dapat langsung dialirkan ke sistem saluran atau tangki septik. Selain itu juga disediakan wastafel dan cermin.



Sumber: Hasil Observasi, 2021.

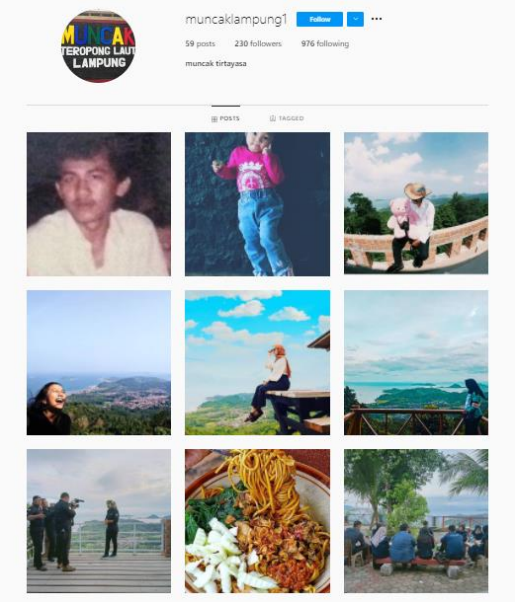
Gambar 10. Toilet Umum

4. *Ancilliary*

Ancillary services atau sering juga disebut juga pelengkap yang harus disediakan pada daerah tujuan wisata, baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata (Cooper, 2008). Komponen *ancillary* pada penelitian ini difokuskan pada kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola. Promosi merupakan segala kegiatan yang bertujuan merangsang terjadinya konsumsi produk dengan waktu yang singkat (Shimp, 2000).

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata MTL sangat minim. Pengelola hanya menggunakan sosial media berupa instagram dan pengelolaannya masih sangat rendah. Intensitas promosi di sosial media tersebut masing belum sering dan teratur. Sebagian besar wisatawan mendapatkan informasi mengenai objek wisata ini melalui sosial media yang mempromosikan pariwisata

setempat tanpa kerjasama dengan pengelola objek wisata. Objek wisata MTL juga beberapa kali disorot beberapa stasiun televisi melalui acara berita maupun acara wisata.



Sumber: Instagram.com/muncaklampung1 (diakses pada tanggal 7 April 2021).

Gambar 11. Instagram MTL

***Demand* Wisatawan Objek Wisata MTL**

1. *Attraction*

Pada variabel atraksi, peneliti lebih menekankan mengenai ketertarikan, pemanfaatan dan keterkesanan wisatawan terhadap atraksi yang tersedia. Berikut merupakan hasil dari pengumpulan data kuesioner dengan 100 responden wisatawan.

a. Spot Foto

Berdasarkan hasil kuesioner, 96% wisatawan merasa tertarik akan spot foto yang telah tersedia di objek wisata MTL dan 4 % wisatawan merasa tidak tertarik dengan ketersediaan spot foto saat ini. Kondisi ini menunjukkan respon positif dari wisatawan akan ketersediaan spot foto. 85% wisatawan sudah pernah mengguakan setidaknya 3 dari spot foto yang sudah tersedia dan 15% wisatawan belum atau tidak pernah menggunakan setidaknya 3 dari spot foto yang tersedia. Kondisi ini menunjukkan respon positif wisatawan dan ketepatan pembangunan spot foto oleh pengelola objek wisata MTL.

b. Pemandangan Alam

Berdasarkan hasil kuesioner, 98% wisatawan terkesan dengan pemandangan alam yang tersedia di objek wisata MTL dan 2% wisatan tidak merasa terkesan dengan pemandangan alam yang tersedia. Kondisi ini menunjukkan peran besar ketersediaan pemandangan alam yang tersedia pada pengembangan objek wisata MTL.

2. *Accessibility*

Pada variabel aksesibilitas, peneliti lebih menekankan kepada kecukupan ketersediaan dan kepuasan wisatawan akan aksesibilitas yang tersedia.

a. Angkutan Umum

Berdasarkan hasil kuesioner, 9% wisatawan yang merasa cukup dengan ketersediaan angkutan umum menuju objek wisata MTL dan 91% wisatawan merasa ketersediaan angkutan umum menuju objek wisata MTL tidak mencukupi kebutuhannya dalam berwisata. Berdasarkan hasil kuesioner jug ditemukan bahwa 100% responden wisatawan mengunjungi objek wisata MTL menggunakan kendaraan pribadi. Kondisi ini menunjukkan rendahnya ketersediaan pelayanan angkutan umum dan mengakibatkan ketidakcukupan pada wisatawan. 2% dari wisatawan yang merasa puas akan ketersediaan angkutan umum menuju objek wisata MTL dan 98% wisatawan merasa tidak puas akan ketersediaan angkutan umum menuju objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan keselarasan antara tidak terpenuhinya kebutuhan wisatawan akan pemenuhan pelayanan angkutan umum mengakibatkan rendahnya tingkat kepuasan wisatawan.

b. Jaringan Jalan

Berdasarkan hasil kuesioner, 69% wisatawan sudah merasa ketersediaan jaringan jalan menuju objek wisata MTL sudah mencukupi kebutuhannya dalam berwisata dan 31% wisatawan merasa ketersediaan jaringan jalan belum mencukupi kebutuhannya dalam berwisata ke objek wisata MTL. kondisi ini menunjukkan meskipun kondisi jalan naik objek wisata MTL tergolong buruk, wisatawan masih memaklumi akan hal tersebut dan masih merasa cukup dengan ketersediaannya.

Berdasarkan hasil kuesioner ditemukan bahwa hanya 39% wisatawan yang merasa puas akan ketersediaan jaringan jalan menuju objek wisata MTL dan 61% wisatawan merasa tidak puas akan ketersediaan jaringan jalan menuju objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun wisatawan sudah merasa cukup akan ketersediaan jaringan jalan menuju objek wisata MTL, wisatawan masih belum puas akan ketersediaannya. Wisatawan masih mengharapkan perbaikan jalan kedepannya, khususnya jalan naik Desa Munca untuk menuju objek wisata MTL.

c. Rambu Petunjuk

Berdasarkan hasil kuesioner, 71% wisatawan sudah merasa cukup akan ketersediaan rambu penunjuk objek wisata yang tersedia untuk menuju objek wisata MTL dan 29% wisatawan masih merasa tidka cukup akan ketersediaan rambu penunjuk objek wisata menuju objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan kuantitas maupun kualitas rambu penunjuk agar kebutuhan wisatawan dapat lebih tercukupi.

3. *Amenity*

Pada variabel amenitas, peneliti lebih menekankan kepada kebutuhan dan kepuasan wisatawan akan amenitas yang telah tersedia. Berikut merupakan hasil dari pengumpulan data tersebut.

a. Penginapan

Berdasarkan hasil kuesioner, 52% wisatawan membutuhkan ketersediaan penginapan di objek wisata MTL dan 48% wisatawan tidak merasa membutuhkan ketersediaan penginapan di objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyediaan pengelola akan penginapan di objek wisata MTL sudah cukup efektif, dikarenakan sebagian besar wisatawan merasa membutuhkan ketersediaan penginapan tersebut. 64% wisatawan sudah merasa puas akan ketersediaan penginapan di objek wisata MTL dan 36% wisatawan merasa tidak puas akan ketersediaan penginapan di objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan wisatawan sudah puas akan ketersediaan penginapan di objek wisata MTL.

b. Tempat Makan dan Minum

Berdasarkan hasil kuesioner, 100% wisatawan merasa membutuhkan ketersediaan tempat makan dan minum di objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketersediaan tempat makan dan minum merupakan prioritas dan kebutuhan bagi seluruh wisatawan saat mengunjungi suatu objek wisata. 69% wisatawan sudah merasa puas akan ketersediaan tempat makan dan minum di objek wisata MTL dan 31% wisatawan masih merasa tidak puas akan ketersediaan tempat makan dan minum di objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan bahwa wisatawan sudah merasa cukup puas akan ketesediaan tempat makan dan minum yang ada di objek wisata MTL, tetapi lebih baik lagi apabila kuantitas dan kulitasnya ditingkatkan lagi.

c. Sarana Peribadatan

Berdasarkan hasil kuesioner, 97% wisatawan membutuhkan ketersediaan sarana peribadatan di objek wisata MTL dan 3% sisanya merasa tidak membutuhkan ketersediaan sarana peribadatan di objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan pentingnya ketersediaan sarana peribadatan di objek wisata. 91% wisatawan sudah merasa puas akan ketersediaan sarana peribadatan di objek wisata MTL dan 9% wisatawan tidak merasa puas akan ketersediaan sarana peribadatan di objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan ketersediaan sarana peribadatan di objek wisata MTL sudah memenuhi kepuasan wisatawan yang datang dan penyediaan pengelola akan sarana peribadatan juga sudah tepat.

d. Lahan Parkir

Berdasarkan hasil kuesioner, 100% wisatawan membutuhkan ketersediaan lahan parkir di objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketersediaan lahan parkir di objek wisata MTL merupakan sebuah prioritas yang harus dipenuhi oleh pengelola. 60% wisatawan sudah merasa puas akan ketersediaan lahan parkir di objek wisata MTL dan 40% wisatawan tidak merasa puas akan ketersediaan lahan parkir di objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketersediaan lahan parkir di objek wisata MTL sudah cukup membuat wisatawan merasa puas, tetapi lebih baik lagi apabila kuantitas dan kualitas lahan parkir ditingkatkan.

e. Toilet Umum

Berdasarkan hasil kuesioner, 100% wisatawan merasa membutuhkan ketersediaan toilet umum di objek wisata MTL. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketersediaan toilet umum merupakan suatu prioritas dalam pengembangan objek wisata MTL. 72% wisatawan sudah merasa puas akan ketersediaan toilet umum di objek wisata MTL dan 28% wisatawan tidak merasa puas akan ketersediaan toilet umum di objek wisata MTL.

4. *Ancillary*

Komponen *ancilliary* pada penelitian ini difokuskan pada kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola. Berdasarkan hasil analisis *supply ancilliary*, kegiatan promosi yang dilakukan pengelola terhadap objek wisata MTL sangat rendah. 47% wisatawan mengetahui objek wisata MTL melalui teman, 44% melalui sosial media dan 9% sisanya melalui rekomendasi mesin pencarian google dan/atau menemukan objek wisata ini sendiri. Sosial media yang dimaksud disini juga bukan sosial media yang dibuat oleh pengelola, melainkan sosial media dari akun wisata atau orang lain. Berdasarkan hasil kuesioner juga ditemukan bahwa hampir seluruh wisatawan tidak mengetahui adanya sosial media milik objek wisata MTL.

Sintesis Analisis *Supply* dan *Demand* Objek Wisata MTL

Analisis nilai aspek *supply* dan *demand* objek wisata MTL terdiri atas 4 (empat) variabel dengan total 11 (sebelas) sub-variabel. Setiap sub-variabel mendapatkan nilai tinggi dengan skor 2 (dua) dan nilai rendah dengan skor 1 (satu). Kesimpulan hasil dari kedua aspek ditentukan dari range antara rendah dan tinggi berdasarkan jumlah skor maksimal dan minimal dari tiap sub-variabel. Dengan jumlah sub-variabel sebanyak 11 (sebelas) sub-variabel, maka skor maksimal pada kedua aspek adalah 22 (dua puluh dua), skor minimal adalah 11 (sebelas), dan nilai tengah adalah 16,5. Sehingga apabila jumlah skor aspek lebih kecil sama dengan 16,5 maka aspek tersebut mendapatkan nilai rendah dan apabila jumlah skor aspek lebih

dari 16,5 maka aspek tersebut mendapatkan nilai tinggi.

Tabel 1. Kesimpulan Aspek *Supply*

No	*Supply*	Nilai		Skor
		Tinggi	Rendah	
1	Spot foto	x	-	2
2	Pemandangan alam	x	-	2
3	Angkutan umum	-	x	1
4	Jaringan jalan	-	x	1
5	Rambu petunjuk	x	-	2
6	Penginapan	x	-	2
7	Tempat makan dan minum	x	-	2
8	Sarana peribadatan	x	-	2
9	Lahan parkir	x	-	2
10	Toilet umum	x	-	2
11	Promosi	-	x	1
Jumlah				19

Sumber: Hasil Analisis, 2021.

Berdasarkan Tabel 1. kesimpulan aspek *supply* di atas, jumlah skor yang didapatkan adalah 19. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek *supply* dari objek wisata MTL mendapatkan nilai tinggi. Dengan demikian secara keseluruhan aspek *supply* atau penawaran wisata dari pengelola objek wisata MTL dalam pengembangannya sudah cukup mendukung. Untuk beberapa sub-variabel yang memperoleh nilai rendah, seperti angkutan umum, jaringan jalan dan promosi yang disediakan oleh pengelola objek wisata, perlu menjadi perhatian lebih kedepannya dalam pengembangan objek wisata.

Tabel 2. Kesimpulan Aspek *Demand*

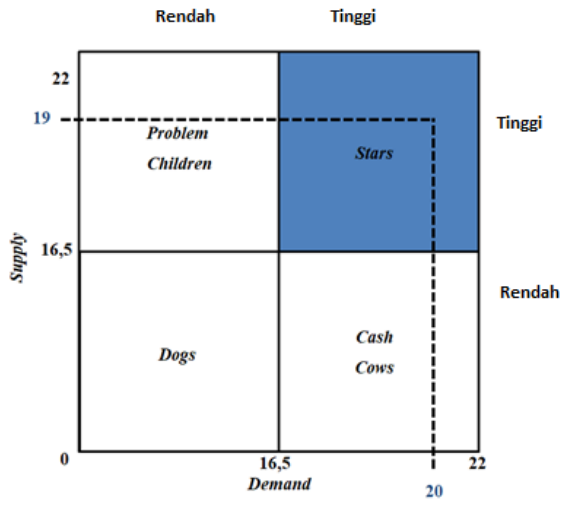
No	*Demand*	Nilai		Skor
		Tinggi	Rendah	
1	Ketertarikan spot foto	x	-	2
2	Pemandangan alam	x	-	2
3	Angkutan umum	-	x	1
4	Jaringan jalan	x	-	2
5	Rambu petunjuk	x	-	2
6	Penginapan	x	-	2
7	Tempat makan dan minum	x	-	2
8	Sarana peribadatan	x	-	2
9	Lahan parkir	x	-	2
10	Toilet umum	x	-	2
11	Promosi	-	x	1
Jumlah				20

Sumber: Hasil Analisis, 2021.

Berdasarkan Tabel 2. kesimpulan aspek *demand* di atas, jumlah skor yang didapatkan adalah 20. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek *demand* dari objek wisata MTL mendapatkan nilai tinggi. Dengan demikian secara keseluruhan aspek *demand* atau permintaan wisatawan objek wisata MTL dalam pengembangannya sudah cukup mendukung. Untuk beberapa sub-variabel yang memperoleh nilai rendah, seperti angkutan umum dan promosi perlu menjadi perhatian lebih kedepannya dalam pengembangan objek wisata MTL.

Kesesuaian pada penelitian ini diidentifikasi melalui hasil penilaian dari aspek *supply* pengelola mengenai kualitas dan kuantitas dari ketersediaan 4A (*attraction, accessibility, amenity* dan *ancillary*) di objek wisata MTL dan aspek *demand* wisatawan mengenai kebutuhan dan kepuasan akan ketersediaan 4A (*attraction, accessibility, amenity* dan *ancillary*) yang telah disediakan oleh pengelola di objek wisata MTL. Setelah diperoleh hasil analisis aspek *supply* pengelola dan *demand* wisatawan dalam pengembangan objek wisata MTL terhadap 4A (*attraction, accessibility, amenity* dan *ancillary*) dengan skor keduanya yang tinggi, aspek *supply*

mendapatkan skor 19 dan aspek *demand* mendapatkan skor 20. Maka berikut merupakan hasil analisis kedua aspek tersebut dalam *Boston Consulting Group (*BCG) *Matrix:*



Sumber: Hasil Analisis, 2021.

Gambar 12. Matriks BCG

Berdasarkan Gambar 4.38 matriks BCG di atas, posisi pengembangan objek wisata MTL berada pada kuadran *Stars.* Posisi tersebut menunjukkan bahwa aspek *supply* dan aspek *demand* 4A dalam pengembangan objek wisata MTL sudah sesuai karena berada pada kuadran yang sama dan keduanya bernilai tinggi, sehingga memiliki daya saing yang tinggi pula. Dari sisi *supply* pengelola terhadap pemenuhan kebutuhan wisatawan sudah cukup baik dan dari sisi *demand* wisatawan juga sudah merasa cukup dan puas akan ketersediaan yang diberikan oleh pengelola objek wisata MTL.

Melalui matriks juga dapat dilihat bahwa aspek *demand* wisatawan memiliki nilai yang lebih tinggi daripada aspek *supply* pengelola. Meskipun kedua aspek sudah mendapatkan nilai yang tinggi, kondisi ini dapat menjadi masalah kedepannya apabila nilai aspek *supply* tidak ditingkatkan. Masalah yang dimaksud adalah penurunan kuantitas wisatawan yang mengunjungi objek wisata MTL. Peningkatan nilai aspek *supply* dapat dilakukan dengan meningkatkan masing-masing nilai dari sub-variabel yang mendapatkan nilai rendah.

Sub-variabel yang mendapatkan nilai rendah antara lain angkutan umum, jaringan jalan dan promosi objek wisata. Peningkatan nilai sub-variabel angkutan umum dapat dilakukan dengan pemenuhan standar ketersediaan angkutan umum dan kerjasama antara pengelola objek wisata dengan penyedia jasa angkutan umum. Peningkatan nilai sub-variabel jaringan jalan dapat dilakukan dengan perbaikan jalan masuk atau jalan naik menuju Desa Munca serta menambahkan pembatas dan penerangan jalan di sepanjang jalan masuk atau jalan naik menuju Desa Munca. Peningkatan nilai sub-variabel promosi objek wisata dapat dilakukan dengan pembuatan *website*, pengelolaan sosial media dan pameran pariwisata yang bekerjasama dengan wisata setempat atau Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran maupun Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan yang dilakukan pengelola sebagai penyedia dan dan kebutuhan wisatawan objek wisata MTL telah sesuai. Meskipun objek wisata MTL perkembangannya cenderung stagnan, tetapi ternyata pengembangan yang dilakukan pengeloal sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh wisatawan. Berdasarkan temuan studi yang telah dijabarkan, aspek *supply* dan aspek *demand* 4A (*attraction, accessibility, amenity* dan ancillary) dalam pengembangan objek wisata MTL sudah sesuai dan memiliki nilai yang tinggi, sehingga daya saing yang dimilikinya juga

tinggi. Namun, meskipun kedua aspek sudah mendapatkan nilai yang tinggi, kondisi ini dapat menjadi masalah kedepannya apabila nilai aspek *supply* tidak ditingkatkan. Masalah yang dimaksud adalah penurunan kuantitas wisatawan yang mengunjungi objek wisata MTL.

Peningkatan nilai aspek *supply* dapat dilakukan dengan meningkatkan masing-masing nilai dari sub-variabel yang mendapatkan nilai rendah, seperti angkutan umum, jaringan jalan dan promosi objek wisata. Peningkatan nilai sub-variabel angkutan umum dapat dilakukan dengan pemenuhan standar ketersediaan angkutan umum dan kerjasama antara pengelola objek wisata dengan penyedia jasa angkutan umum. Peningkatan nilai sub-variabel jaringan jalan dapat dilakukan dengan perbaikan jalan masuk atau jalan naik menuju Desa Munca serta menambahkan pembatas dan penerangan jalan di sepanjang jalan masuk atau jalan naik menuju Desa Munca. Peningkatan nilai sub-variabel promosi objek wisata dapat dilakukan dengan pembuatan *website*, pengelolaan sosial media dan pameran pariwisata yang bekerjasama dengan wisata setempat atau Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran maupun Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

Buhalis, D., & Costa, C. (2006). *Tourism management dynamics: trends, management and tools*. Routledge.

Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and practice*. Pearson education.

Gunn, C. A. (1988). *Tourism planning.* (Issue Ed. 2). Taylor & Francis.

Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat: sebuah pendekatan konsep*. Graha Ilmu.

Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. Pearson Education.

Menteri Pariwisata. (2018). Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 3 Tahun 2018 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata. *Director*, *15*(40), 6–13.

Ninik Supriyati. (2015). METODE PENELITIAN GABUNGAN (Mixed Methods). *Widyaiswara BDK*, 1–24.

Pangestuti, I. S. E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal*

Peraturan Menteri Perhubungan tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Dalam Trayek

Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 13 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pemeliharaan dan Penilikan Jalan

Richardy, M. (2014). Analisis Kesesuaian Permintaan (Demand) Wisatawan Dan Penawaran (Supply) Obyek Wisata Pantai Walengkabola. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, *3*(3), 519–531.

Ridho, R. K. (2018). *Analisis Keberadaan Wisata Alam Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Marsyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.

Shimp, T. A. (2000). Advertising promotion. *Supplemental Aspects of Integrated*, *4*, 245–273.

Stange, J., & Brown, D. (2013). *Tourism destination management achieving*

sustainable and competitive results. US Agency for International Development.

Suprapto, A. (2005). Analisis Penawaran Dan Permintaan Wisata Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Di Keraton Surakarta Hadiningrat. *Diponegoro University, Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota*.

Suwerna, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.

Yoeti, O. A. (1993). *Pengantar ilmu pariwisata*.