

**POTENSI PENGEMBANGAN KAWASAN PARIWISATA  
PANTAI BONTOLAN DI KABUPATEN BANGGAI LAUT**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
(S1) Pada Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako*

**Oleh:**

**RASMA  
C10120110**



**JURUSAN ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TADULAKO  
PALU  
2025**

**POTENTIAL DEVELOPMENT OF BONTOLAN BEACH  
TOURISM AREA IN BANGGAI LAUT REGENCY**

**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to Fulfill the Requirements for Bachelor's Degree  
In the Departement of Economics and Development Studies  
Faculty of Economics and Business, Tadulako University

**By:**

**RASMA**  
**C10120110**



**DEPARTEMENT OF ECONOMICS AND DEVELOPMENT STUDIES  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
TADULAKO UNIVERSITY**

**PALU  
2025**



## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rasma

NIM : C10120110

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Potensi Pengembangan Kawasan Pariwisata Pantai Bontolan Di  
Kabupaten Banggai Laut

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan yang telah saya buat, merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila di kemudian hari ternyata penulisan skripsi ini merupakan hasil penjiplakan (plagiat) dari karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Tadulako. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar.

Penulis,



Rasma  
C10120110

**HALAMAN PERSETUJUAN**


**SKRIPSI**


**POTENSI PENGEMBANGAN KAWASAN PARIWISATA PANTAI  
BONTOLAN DI KABUPATEN BANGGAI LAUT**

**Mengetahui,**

Ketua Jurusan IESP  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNTAD

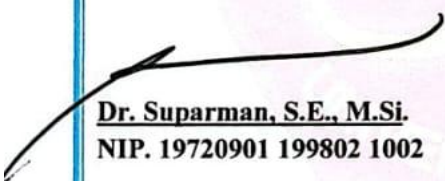
Peneliti,

  
Dr. H. Yunus Sading, S.E., M.Si.  
NIP. 19650905 199203 1 006

  
RASMA  
C10120110

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama

  
Dr. Superman, S.E., M.Si.  
NIP. 19720901 199802 1002

Tanggal... 1/12/2025

Pembimbing Rendamping

  
Mukhtar Tallesang, S.E., M.E.  
NIP. 19700515 200112 1 001

Tanggal... 26/11/2025



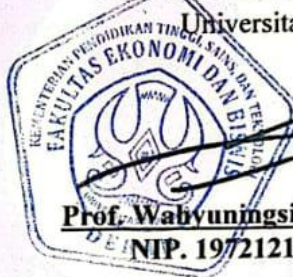
**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**POTENSI PENGEMBANGAN KAWASAN PARIWISATA PANTAI  
BONTOLAN DI KABUPATEN BANGGAI LAUT**

Diterima Oleh Panitia Ujian Skripsi  
Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako  
Pada Tanggal 21 November 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Tadulako



**Prof. Wabyuningsih, S.E., M.Sc., Ph.D.**  
**NIP. 19721210 200604 2 002**

**Susunan Dewan Penguji**

Ketua : Dr. Edhi Taqwa, S.E., M.Si

Sekretaris : Rita Suirlan, S.E., MPW

Anggota : Dr. Rita Yunus, S.E., M.Si

Pembimbing I : Dr. Suparman, S.E., M.Si

Pembimbing II : Mukhtar Tallesang, S.E., M.E

This block contains the handwritten signatures of the five members of the exam committee. From top to bottom, the signatures correspond to: Dr. Edhi Taqwa, Rita Suirlan, Dr. Rita Yunus, Dr. Suparman, and Mukhtar Tallesang. Each signature is written in black ink over a dotted line.

**POTENTIAL DEVELOPMENT OF BONTOLAN BEACH TOURISM AREA  
IN BANGGAI LAUT REGENCY**

**Rasma<sup>1</sup>, Suparman<sup>2</sup>, Mukthar Tallesang<sup>3</sup>**

***Department of Economics and Development Study of the  
Faculty of Economics and Business, University of Tadulako***

**ABSTRACT**

*This research aims to examine efforts to increase visitors and determine alternative development strategies that need to be carried out on Bontolan Beach tourism in Banggai Laut Regency. This research is a qualitative descriptive research. The sampling process uses Non Probability Sampling with Purposive Sampling technique. The methods used is the Analytical Hierarchy Process (AHP). The results of the study show that the strategy chosen is to add promotional activities or events. These activities can be carried out by maintaining the cleanliness and beauty of nature, then utilizing and optimizing promotions through online platforms such as Instagram, Facebook, YouTube, and TikTok to produce interesting and creative content, including images and videos about activities taking place at Bontolan Beach Tourism located in Banggai Laut Regency, accompanied by captions that attract attention. The aim of the promotion is to increase the number of visitors to Bontolan Beach Tourism in Banggai Laut Regency.*

**Keywords:** *Potential Development, Tourism, AHP*

**POTENSI PENGEMBANGAN KAWASAN PARIWISATA PANTAI  
BONTOLAN DI KABUPATEN BANGGAI LAUT**

**Rasma<sup>1</sup>, Suparman<sup>2</sup>, Mukthar Tallesang<sup>3</sup>**

**Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi meningkatkan pengunjung dan menentukan strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Proses pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Metode yang digunakan adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dipilih adalah dengan menambahkan aktivitas atau kegiatan promosi. Aktivitas tersebut dapat dilakukan dengan cara menjaga kebersihan serta keindahan alam, kemudian memanfaatkan dan mengoptimalkan promosi melalui *platform* daring seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, dan *Tiktok* untuk menghasilkan konten yang menarik dan kreatif, meliputi gambar dan *video* tentang kegiatan berlangsung di Wisata Pantai Bontolan yang terletak di Kabupaten Banggai Laut, disertai dengan *caption* yang menarik perhatian. Tujuan dari promosi adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada Wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut.

**Kata Kunci:** Potensi Pengembangan, Pariwisata, AHP

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikuan Warahmatullahi Wabarakaatuh*

Dengan mengucapkan rasa syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya. Tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **"Potensi Pengembangan Kawasan Pariwisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut"** guna untuk memenuhi satu di antara persyaratan untuk menyelesaikan gelar S1 di Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako.

Dengan segenap hati dan ketulusan serta rasa syukur dan bahagia telah sampai pada titik ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya teruntuk yang teristimewa kedua orang tua saya, Bapak **Hasrin Kunak** dan Ibu **Hasnin H. Adaan** dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya. Dua orang yang selalu mengusahakan anaknya untuk menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang belum pernah merasakan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana, yang selalu memberikan segala hal yang terbaik untuk anak-anaknya, selalu memberikan dukungan,



motivasi, kasih sayang, nasihat, serta doa, dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah dan ikhtiar untuk menjadi seseorang yang berpendidikan dan tidak henti-hentinya berdoa demi tercapai semua cita-cita dan keinginan anak-anaknya. Terima kasih atas segala hal yang tak terhitung jumlahnya. Semoga Papa dan Mama sehat, panjang umur dan bahagia selalu.

Penulis menyadari bahwa dalam meraih kesempatan pendidikan ini, tidak terlepas dari keterlibatan berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Dari awal penulis menjalani kuliah hingga detik-detik terakhir penulis menyelesaikan studi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati yang penuh rasa haru perkenankan penulis menghaturkan ungkapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. **Prof. Dr. Ir. Amar, S.T., M.T., IPU., Asean Eng.** selaku Rektor Universitas Tadulako yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Tadulako Palu.
2. **Prof. Wahyuningsih, S.E., M.Sc., Ph.D.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mempresentasikan skripsi dihadapan Tim Ujian Sarjana.
3. **Dr. H. Yunus Sading, S.E., M.Si.** selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan dan **Dr. Yohan, S.E., M.Si.** selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako Palu.
4. **Dr. Laendatu Paembonan, S.E., M.Si.** selaku Dosen Wali penulis yang sejak awal masuk ke lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis beliau lah yang

memberikan arahan-arahan kepada penulis.

5. **Dr. Suparman, S.E., M.Si.** selaku Pembimbing Utama, yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya. Terima kasih atas segala bimbingan, arahan, dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya.
6. **Mukhtar Tallesang, S.E., M.E.** selaku Pembimbing Pendamping yang dengan penuh kesabaran membimbing penulis hingga sampai pada titik ini. Terima kasih telah membantu, membimbing, dan selalu mendorong penulis untuk terus berkembang.
7. **Dr. Edhi Taqwa, S.E., M.Si.** selaku Ketua Penguji, **Rita Suirlan, S.E., MPW.** selaku Sekretaris Penguji dan **Dr. Rita Yunus, S.E., M.Si.** sebagai Penguji Utama, yang telah memberikan dukungan, arahan dan nasehat bijak yang sangat bermanfaat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP) yang telah banyak memberikan segala kemampuan akademiknya, kapasitas keilmuan kepada mahasiswa. Penulis sampaikan ucapan terima kasih.
9. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako atas bantuan dan pelayanan yang memudahkan proses studi selama ini.
10. Terima kasih kepada adikku tersayang **Hilda** dan **Hasran H. Kunak** yang selalu memberikan semangat, dukungan, bantuan, dan doanya selama ini. Walaupun melalui celotehannya, tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah

sebuah bentuk dukungan dan motivasi.

11. Kepada Nenek tersayang yang saya panggil **Yaya**. Terima kasih untuk semua doa dan dukungan sehingga penulis dapat berada di titik ini. Terima kasih sudah selalu mengajarkan penulis untuk hidup dengan penuh kesabaran dan rasa syukur. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi, harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
12. Terima kasih kepada Bapak **Yusran H. Mulya** selaku Pemilik Wisata Pantai Bontolan Kabupaten Banggai Laut yang telah bersedia membantu dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
13. Terima kasih kepada Bapak **Alm. Andi Chairul Achsan, S.P., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing Lapangan dan teman-teman KKN Tematik Angkatan 105 Posko Desa Padende Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi yang sudah memberikan keceriaan, canda tawa, sedih, senang dan pengalaman selama satu bulan yang sangat berharga selama KKN.
14. Kepada teman-teman seperjuangan Angkatan 2020 Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya selama ini.
15. Anggota SAKIYAYUMA yaitu **Annisa, Zakia Indacahyati Irwan, Febriyana Usman**, dan **Ayu Meylita Sari** yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi, perhatian, dan juga menjadi tempat berbagi cerita ketika penulis merasa baik maupun tidak baik selama masa kuliah.
16. Semua biasku baik dalam bentuk manusia asli maupun manusia 2 dimensi yang secara tidak langsung telah menghibur dan membantu penulis untuk

terus semangat dalam berjuang, tetap sehat, dan termotivasi selama proses penyusunan skripsi.

17. Kepada seluruh member EXO Kim Minseok (Xiumin), Kim Junmyeon (Suho), Zhang Yixing (Lay), Byun Baekhyun, Kim Jongdae (Chen), Park Chanyeol, Do Kyungsoo (D.O.), Kim Jongin (Kai), dan Oh Sehun. Terima kasih telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi penulis melalui karya-karya dan lagu-lagu kalian.
18. Para produser musik Pop, KPop, JPop, CPop, dan Religius, ilustrator manhwa/manga, sudradara film/drama Korea, Jepang, dan China yang telah membuat karya-karya hebat untuk menghibur penulis.
19. Semua pihak yang belum sempat disebut satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
20. Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri, **Rasma**. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski tidak semua hal berjalan sesuai harapan. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski sering kali tak terlihat. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase sulit dalam kehidupan ini. Semoga kedepannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan. Mari terus

bekerja sama untuk tumbuh dan berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Semoga dalam skripsi ini bisa membantu dan menambah pengetahuan serta wawasan bagi penulis. Oleh karena itu penulis juga mengharapkan kritik dan saran sehingga kedepannya penulis bisa dapat lebih baik lagi, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua.

Palu, 21 November 2025

RASMA  
C10120110

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iv</b>
<b><i>ABSTRACT</i></b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Tinjauan Teoretis	8
2.1.1.1 Destinasi Pariwisata	8
2.1.1.2 Industri Pariwisata	9
2.1.1.3 Pemasaran Pariwisata	9
2.1.1.4 Kelembagaan Pariwisata	10
2.1.1.5 Pengertian Pariwisata	11
2.1.1.6 Potensi Pariwisata	12
2.1.1.7 Pengembangan Pariwisata	13
2.1.1.8 Wisata Pantai	14
2.1.1.9 Jumlah Kunjungan Wisata	14
2.1.1.10 Tingkat Hunian Hotel	15
2.1.1.11 Atraksi (Daya Tarik)	16
2.1.1.12 Aksesibilitas	16
2.1.1.13 Amenitas	17
2.1.1.14 Akomodasi	18
2.1.1.15 Aktivitas	18
2.1.2 Tinjauan Empiris	19
2.2 Kerangka Pemikiran	27

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>29</b>
3.1 Tipe Penelitian	29
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	30
3.3.1 Jenis Data	30
3.3.2 Sumber Data	30
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.5 Metode Pengumpulan Data	31
3.6 Metode Analisis	31
3.7 Definisi Operasional Variabel	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>36</b>
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	36
4.1.1.1 Letak Geografis Kabupaten Banggai Laut	36
4.1.1.2 Keadaan Demografis Kabupaten Banggai Laut	36
4.1.1.3 Profil Wisata Pantai Bontolan	37
4.2 Kondisi Variabel Yang Diteliti Pada Lokasi Penelitian	37
4.3 Prioritas Alternatif Strategi Menggunakan AHP	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
<b>DAFTAR RUJUKAN</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>65</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Skema Kerangka Pemikiran	28
4.1	Kawasan Lingkungan Wisata Pantai Bontolan	38
4.2	Pemandangan Laut Pantai Bontolan	38
4.3	Keindahan Bawah Laut Pantai Bontolan	39
4.4	Akses Jalan Menuju Wisata Pantai Bontolan	39
4.5	<i>Banner</i> dan Sosial Media <i>Tiktok</i> Pantai Bontolan	40
4.6	Fasilitas Umum Wisata Pantai Bontolan	40
4.7	Fasilitas Penunjang Wisata Pantai Bontolan	41
4.8	<i>Homestay</i>	41
4.9	Gazebo Pantai Bontolan	42
4.10	Kawasan Wisata Pantai Bontolan	42
4.11	Menyelam dan <i>Snorkeling</i>	43
4.12	Menaiki Donat Boat	43
4.13	Hierarki Alternatif Strategi	44

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Matriks Penelitian Terdahulu	23
3.1	Tabel Pendekatan AHP	32
3.2	Nilai Indeks Random	34
4.1	Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria	45
4.2	Normalisasi Berpasangan Antar Kriteria	45
4.3	Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Atraksi	47
4.4	Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Atraksi	47
4.5	Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aksesibilitas	49
4.6	Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aksesibilitas	49
4.7	Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Amenitas	50
4.8	Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Amenitas	51
4.9	Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Akomodasi	52
4.10	Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Akomodasi	52
4.11	Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Aktivitas	54
4.12	Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aktivitas	54
4.13	Perbandingan Berpasangan Untuk Menentukan Bobot Alternatif Antar Kriteria	56
4.14	Nilai Prioritas Alternatif	57

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor Pariwisata kini menjadi satu diantara sektor perekonomian terbesar di Indonesia, dapat dilihat dari peningkatan jumlah wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Industri pariwisata merupakan industri masa depan yang dapat dikembangkan untuk mendorong pembangunan perekonomian dan menjadi program pembangunan nasional yang selalu menjadi pusat perhatian pemerintah pusat dan daerah serta menjadi salah satu tumpuan pemerintah untuk pulih dari krisis perekonomian (Ashoer, 2021).

Kemajuan dalam industri pariwisata sangat cepat, menjadikan sektor ini salah satu yang terpenting dalam ekonomi negara. Terdapat beragam jalur penerbangan, lokasi wisata yang baru, serta peningkatan dalam fasilitas akomodasi yang menunjukkan bahwa pariwisata memiliki kapasitas besar untuk meningkatkan ekonomi suatu negara. Sektor ini akan menghasilkan banyak pendapatan untuk daerah, sehingga setiap daerah berusaha semaksimal mungkin untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya (Yulianti, 2020).

Industri pariwisata Indonesia masih banyak permasalahannya, seperti kapasitas sumber daya manusia yang belum memadai, infrastruktur yang belum memadai untuk mendukung pengembangan pariwisata, komunikasi dan publikasi yang belum optimal, infrastruktur yang belum memadai untuk mendukung pengembangan pariwisata, dan industri pariwisata yang masih kurang, investasi

dan aspek lingkungan hidup masih belum diperhitungkan dalam pengembangan pariwisata (Nugroho, 2020).

Kabupaten Banggai Laut adalah hasil pemisahan dari Kabupaten Banggai Kepulauan yang berpusat di Salakan. Pemisahan ini menandakan bahwa daerah tersebut mempunyai otonomi atau kemampuan untuk mengatur urusannya sendiri. Dengan kata lain, daerah ini bisa berdiri sendiri dalam aspek pengelolaan, pemerintahan, pembangunan dan juga ekonomi. Untuk mengembangkan suatu daerah, salah satu sektor yang sangat penting adalah sektor ekonomi, dimana daerah perlu dapat menemukan sumber pendapatan dari wilayahnya sendiri. Hal ini dilakukan oleh pemerintah daerah. Industri yang ingin mereka dukung adalah industri pariwisata (Babo, 2016).

Perkembangan industri pariwisata seringkali diukur dari nilai ekonomi suatu wilayah atau lokasi wisata yang tersedia. Industri pariwisata memiliki potensi untuk menciptakan sejumlah besar pekerjaan, sehingga dapat menurunkan angka pengangguran yang memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Kemajuan perekonomian daerah melalui pengembangan sektor pariwisata memberikan pengaruh positif terhadap kondisi pertumbuhan perekonomian daerah. Pertumbuhan ekonomi adalah perkembangan kegiatan yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dalam produksi barang dan jasa dalam masyarakat. Perkembangan ekonomi suatu wilayah biasanya tercermin dalam pertumbuhan PDRB yang diperhitungkan dalam harga konstan (Sukirno, 2010).

Objek wisata pantai merupakan bagian fisik dari pantai yang bisa digunakan sebagai tempat untuk melakukan aktivitas wisata. Pengembangan wisata pantai

pada dasarnya adalah mengubah aktivitas dari wilayah daratan ke area pantai serta mengubah cara berpikir dari pariwisata massal menjadi pariwisata berkualitas, dari pariwisata yang berfokus pada pendapatan yang tinggi menjadi pariwisata yang mendistribusikan pendapatan secara merata kepada semua pemangku kepentingan dan dari sekadar memanfaatkan lingkungan menjadi mengoptimalkan potensi lingkungan (Anwar, 2011).

Kabupaten Banggai Laut memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan sektor pariwisatanya. Sebagai wilayah kepulauan, kawasan laut dan pesisir menjadi sumber daya utama yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan wisata. Keindahan pantai berpasir putih, pulau-pulau kecil, serta beragam formasi geologi bawah laut menjadikan perairan Kabupaten Banggai Laut sebagai habitat penting bagi terumbu karang dan berbagai jenis biota laut. Banyak spesies yang hidup di wilayah ini memiliki keanekaragaman, bahkan beberapa di antaranya bersifat endemik, seperti ikan *Banggai Cardinal Fish* (BCF) dan burung mas (*Nikobar pigeon*). Selain itu, keberadaan danau yang dihuni oleh ubur-ubur tidak beracun turut menambah daya tarik kawasan tersebut, sehingga Banggai Laut memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata (Mappa, 2022).

Aspek yang krusial untuk memperbaiki kinerja pemerintah daerah, terutama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banggai Laut, adalah penerapan Sapta Pesona melalui kebijakan yang mengedepankan pengembangan pariwisata dan kebudayaan yang demokratis, inklusif, serta berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009 yang

menegaskan bahwa pengembangan pariwisata harus berlandaskan prinsip kepentingan, kekeluargaan, keadilan dan kesetaraan, keseimbangan, kemandirian, keberlanjutan, partisipasi, demokrasi, dan persatuan (Halimu, 2022).

Merujuk pada Perda Kabupaten Banggai Laut Nomor 7 Tahun 2016 yang mengatur Pembentukan serta Susunan Perangkat Daerah, dan dipertegas kembali dalam Perda Kabupaten Banggai Laut Nomor 34 Tahun 2017 mengenai Kepariwisata dan Rincian Tugas di bidang Kepariwisata. Dinas Kebudayaan Kabupaten Banggai Laut menyampaikan bahwa sektor penting yang menjadi tanggung jawab pemerintah adalah sektor pariwisata dan kebudayaan (Halimu, 2022).

Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara yang berkunjung di Kabupaten Banggai Laut dapat diketahui bahwa selama Tahun 2019-2023. Pada Tahun 2019, jumlah wisatawan yang berkunjung tercatat sebanyak 40.202 jiwa. Sementara itu, pada Tahun 2020 angka kunjungan menurun menjadi 22.816 jiwa. Pada Tahun 2021 terjadi peningkatan, yaitu jumlah kunjungan wisatawan mencapai 31.580 jiwa. Sedangkan pada Tahun 2022 terjadi penurunan yaitu jumlah kunjungan wisatawan mencapai 20.995 jiwa. Tahun 2023 jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu mencapai 31.700 jiwa (Dinas Pariwisata Kabupaten Banggai Laut, 2024).

Pertumbuhan sektor pariwisata dapat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian dengan melihat jumlah wisatawan yang berdampak pada

pertumbuhan nilai tukar mata uang (Nizar, 2011). Oleh karena itu, hal ini berdampak positif terhadap aktivitas perekonomian yang dihasilkan.

Wilayah Kabupaten Banggai Laut merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Sulawesi Tengah yang dikenal sebagai daerah dengan deretan pantai berpasir putih yang memikat. Wilayah ini memiliki potensi besar untuk pengembangan sektor pariwisata, khususnya wisata pantai. Salah satu destinasi pantai yang cukup terkenal berada di Desa Bone Baru, yaitu Pantai Bontolan, yang terletak sekitar 9 km dari pusat kota. Jumlah kunjungan wisata Pantai Bontolan pada Tahun 2019 mencapai 3.452 jiwa. Pada Tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 1.968 jiwa mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Pada Tahun 2021 terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mencapai 4.518 jiwa. Pada Tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 7.235 dan pada Tahun 2023 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 8.327 (Pengelola Pantai Bontolan, 2023).

Wisata Pantai Bontolan termasuk Objek wisata pantai yang baru resmi dibuka pada awal tahun 2019. Ini adalah pantai umum yang dikelola oleh pihak swasta yakni Bapak Yusran H. Mulya selaku pemilik wisata Pantai Bontolan. Pantai ini menawarkan berbagai keindahan alam, termasuk pasir putih dan pemandangan sore yang menakjubkan dengan matahari terbenam (Mulya, 2025).

Meski Pantai Bontolan memiliki keunikan tersendiri, perkembangan pariwisata di daerah ini menghadapi beberapa masalah, seperti ketidakjelasan dalam perencanaan manajemen, kurangnya organisasi, dan minimnya pengawasan yang menyebabkan kebingungan dalam pengelolaan retribusi. Oleh karena itu,



kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat lokal sangat penting untuk memperbaiki sistem pengelolaan pariwisata agar potensi ini dapat dimanfaatkan secara optimal. Selain itu, dukungan kebijakan dari pemerintah dalam peningkatan fasilitas dan infrastruktur akan berperan krusial dalam menarik minat wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri (Wiranto *et al.*, 2024).

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi peningkatan pengunjung wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut?
2. Bagaimana strategi alternatif pengembangan wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui strategi meningkatkan pengunjung pada wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut.
2. Untuk menentukan strategi alternatif pengembangan pada wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoretis

Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengembangan sektor pariwisata dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu ekonomi, khususnya kajian dan penelitian tentang pariwisata di Kabupaten Banggai Laut.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau acuan bagi peneliti lain dalam melaksanakan penelitian berikutnya.
- b. Bagi pemerintah, penelitian ini memberikan kontribusi dalam penyediaan kajian, data, dan informasi mengenai karakteristik pariwisata dalam bidang ilmu ekonomi, khususnya dalam riset pemasaran untuk mengembangkan inovasi jasa dalam strategi pengembangan yang dijalankan. Serta dapat dijadikan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan pembangunan ekonomi di Kabupaten Banggai Laut.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Tinjauan Teoretis**

###### **2.1.1.1 Destinasi Pariwisata**

Destinasi wisata adalah lokasi yang dijadikan sasaran kunjungan bagi para pelancong dari berbagai penjuru dunia. Tempat-tempat ini menawarkan beragam atraksi yang memikat pengunjung, seperti keindahan alam, warisan sejarah dan budaya, aktivitas rekreasi, kuliner, serta banyak hal menarik lainnya. Ada beberapa elemen yang menjadi titik perhatian dalam analisis destinasi wisata, antara lain: 1). Atraksi Wisata: Destinasi wisata memiliki berbagai atraksi yang mampu menarik perhatian para pengunjung. Atraksi tersebut dapat berupa pemandangan alam, sejarah, budaya, kuliner, olahraga, dan banyak hal menarik lainnya; 2). Sarana dan Prasarana: Destinasi wisata perlu dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pelancong, seperti tempat menginap, transportasi, tempat makan, dan fasilitas penunjang lainnya; 3). Mutu Layanan: Destinasi wisata yang baik seharusnya menyediakan layanan yang berkualitas serta bersahabat kepada wisatawan. Layanan yang memuaskan dan ramah akan meningkatkan pengalaman pengunjung selama berlibur; 4). Dampak Sosial dan Lingkungan: Pengembangan destinasi wisata perlu mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan yang mungkin timbul. Jika destinasi berkembang tanpa memperhatikan aspek sosial dan lingkungan, hal itu bisa menimbulkan masalah yang berdampak negatif (Suparman *et al.*, 2023).

### **2.1.1.2 Industri Pariwisata**

Industri pariwisata memiliki peran utama dalam memberikan layanan kepada para wisatawan. Keberhasilan sektor ini sangat bergantung pada interaksi yang baik antar semua bidang yang terlibat. Kerjasama antara penyedia layanan pariwisata akan menghasilkan pengalaman yang menyenangkan bagi para turis. Secara umum, industri pariwisata melibatkan empat sektor utama: 1). Transportasi; 2). Akomodasi; 3). Layanan Tambahan; dan 4). Penjualan dan Distribusi. Pertumbuhan industri pariwisata tidak akan mencapai posisi saat ini jika para wisatawan tidak dapat berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya dengan mudah dan cepat. Oleh karena itu, sektor transportasi sangat diperlukan untuk memfasilitasi hal tersebut. Jenis transportasi yang dapat digunakan oleh wisatawan terbagi menjadi; transportasi udara, transportasi laut, dan transportasi darat. Kebutuhan transportasi bagi wisatawan dapat dibagi menjadi tiga kategori; transportasi dari titik keberangkatan domestik ke negara tujuan dan kembali; transportasi antar tujuan dalam negeri, ketika wisatawan mengunjungi lebih dari satu tempat; serta transportasi di dalam negara tujuan (Suparman *et al.*, 2023).

### **2.1.1.3 Pemasaran Pariwisata**

Berdasarkan sudut pandang pemasaran, partisipasi dalam aktivitas pariwisata dapat dipandang sebagai perpanjangan dari keterhubungan antara merek dan konsumen. Oleh karena itu, penyedia layanan pariwisata perlu mengembangkan produk atau layanan yang lebih berorientasi pada konsumen dan pasar, serta fokus pada kualitas dan inovasi untuk menarik perhatian konsumen

dan memenuhi berbagai kebutuhan. Produk wisata yang disediakan oleh penyedia layanan harus mampu memenuhi ekspektasi perjalanan dan kepuasan kebutuhan konsumen, sehingga dapat meningkatkan niat untuk kembali dan loyalitas wisatawan. Sama seperti sektor lainnya, industri pariwisata harus menangani isu lingkungan, termasuk faktor eksternal dan internal seperti pelanggan, pesaing, serikat pekerja, serta saluran distribusi, untuk memaksimalkan kinerja pariwisata secara keseluruhan, seperti jumlah wisatawan yang datang dan pergi setiap tahun, nilai produksi tahunan dari sektor pariwisata, penyerapan tenaga kerja, dan tingkat okupansi hotel (Suparman *et al.*, 2023).

#### **2.1.1.4 Kelembagaan Pariwisata**

Menurut (Suparman *et al.*, 2023) Kelembagaan pariwisata adalah sebuah sistem sosial yang terbentuk dari interaksi antar manusia seiring berjalannya waktu. Dalam dunia pariwisata, lembaga ini mencakup berbagai peraturan, norma, dan praktik yang mengatur interaksi sosial, serta membantu masyarakat menghadapi isu-isu bersama. Kelembagaan pariwisata juga meliputi struktur organisasi dan sistem yang mendukung manajemen dan pengembangan sektor pariwisata, termasuk pembentukan dan penguatan lembaga yang bertanggung jawab mengelola sektor ini. Kelembagaan pariwisata perlu berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah, sektor industri, dan masyarakat agar semua pihak dapat bekerja sama dengan baik dalam menciptakan serta memelihara lokasi wisata yang berkualitas. Dengan cara ini, upaya untuk memajukan sektor pariwisata secara menyeluruh menjadi lebih efektif.

#### **2.1.1.5 Pengertian Pariwisata**

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Menurut (Muljadi, 2010), konsep pariwisata mulai dikenal oleh masyarakat sekitar abad ke-18, terutama setelah terjadinya Revolusi Industri di Inggris. Kata pariwisata muncul dari kegiatan yang dilakukan dalam perjalanan, yaitu aktifitas yang melibatkan seseorang berpindah tempat tinggal untuk sementara, diluar tempat tinggal sehari-hari dengan berbagai alasan selain untuk mendapatkan penghasilan. Di sisi lain Organisasi Pariwisata Dunia (WTO) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan aktivitas seseorang yang berpergian ke atau tinggal di tempat yang berbeda dari lingkungan biasa mereka. Aktivitas ini berlangsung tidak lebih dari satu tahun secara berturut-turut, untuk tujuan rekreasi, bisnis atau alasan lain.

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan oleh orang atau kelompok ke tempat berbeda guna mencapai kesejahteraan dalam aspek sosial, alam, budaya, rekreasi, pengembangan pribadi, dan pengetahuan lingkungan. Tujuan pariwisata adalah memenuhi kebutuhan fisik, mental, dan intelektual semua wisatawan melalui rekreasi dan perjalanan. Ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia, mendorong pertumbuhan ekonomi, mengentaskan

kemiskinan, mengatasi pengangguran, meningkatkan pendapatan pemerintah melindungi alam dan lingkungan serta mempromosikan budaya (Arjana, 2020).

#### **2.1.1.6 Potensi Pariwisata**

Potensi wisata mencakup semua yang dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata dan bermanfaat untuk memajukan sektor pariwisata di wilayah tersebut. Indonesia adalah sebuah negara dengan banyak pulau. Selain terdapat lima pulau besar, yaitu Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua, negara ini juga memiliki ribuan pulau kecil lainnya. Sebagai sebuah negara yang dikelilingi lautan dan terletak di antara dua samudera, yaitu Samudera Pasifik dan Samudera Hindia, maka kekayaan alam yang bernuansa maritim menjadi salah satu daya tarik utama untuk berkunjung ke Indonesia. Tentu saja, pantai-pantai di Indonesia pun jumlahnya mencapai ribuan. Laut dan pantai tersebut menyimpan berbagai potensi yang jika dikelola dengan baik, akan memberikan banyak manfaat bagi masyarakat setempat (Yulius *et al.*, 2018).

Sumber daya pesisir yang memiliki potensi untuk pariwisata dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu ekosistem dan jenis organisme hidup. Ekosistem pesisir yang paling menarik untuk wisata adalah terumbu karang, hutan mangrove, dan pantai berpasir putih. Namun, beberapa sumber daya tertentu yang memiliki nilai seni dan keindahan juga dapat menjadi destinasi wisata, seperti pantai berbatu, pantai berpasir cokelat atau hitam, serta ekosistem pantai lainnya dengan pemandangan yang menakjubkan. Berbagai jenis biota yang memiliki sifat endemik dan langka juga menarik perhatian wisatawan, seperti penyu, duyung, lumba-lumba, paus, kerang kima, dan lain-lain (Yulianda, 2019).



### **2.1.1.7 Pengembangan Pariwisata**

Pengembangan merupakan upaya atau metode untuk meningkatkan dan memperluas sesuatu yang telah ada. Pengembangan pariwisata di suatu lokasi tujuan wisata biasanya selalu mempertimbangkan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat yang ada disekitarnya (Yulianti, 2020).

Pengembangan sektor pariwisata merupakan opsi yang signifikan bagi suatu negara atau wilayah karena efek beragam yang muncul dari aktivitas pariwisata. Pertumbuhan ekonomi menjadi hasil utama yang ditandai dengan terbukanya kesempatan kerja, dorongan investasi, sehingga produk wisata, baik berupa barang maupun jasa, mengalami perkembangan yang berkelanjutan. Pembangunan pariwisata tidak lepas dari adanya daya tarik yang ada, termasuk jenis pengembangan yang diarahkan pada penyediaan sarana dan aksesibilitas (Arjana, 2020).

Menurut Yulianti (2020), ada beberapa aspek yang penting untuk mengembangkan objek wisata. Pertama, Daya Tarik Wisata menarik minat pengunjung, dan dapat berupa keindahan alam, daya tarik buatan seperti kota bersejarah, dan daya tarik budaya seperti festival dan museum. Kedua, Promosi dan Pemasaran penting untuk memperkenalkan daya tarik wisata kepada pengunjung. Ketiga, Pasar Wisata berfungsi untuk memamerkan dan menjual produk serta kreativitas pengrajin, sekaligus menjadi alternatif rekreasi. Keempat, Transportasi sangat penting untuk membawa wisatawan ke lokasi wisata dan dapat meningkatkan ekonomi daerah. Terakhir, masyarakat setempat berperan

dalam menyambut wisatawan dengan menyediakan akomodasi dan fasilitas lainnya.

#### **2.1.1.8 Wisata Pantai**

Pantai adalah tempat rekreasi yang sering dikunjungi orang-orang untuk mengisi waktu senggang mereka. Selain iklim, pantai dan lautan adalah sumber daya geografi yang sangat vital bagi industri pariwisata. Pantai merupakan salah satu kekayaan berharga di dunia pariwisata. Pantai wisata adalah pantai yang menawarkan daya tarik sebagai lokasi berlibur baik karena faktor fisiknya, atraksi, fasilitas, dan lainnya (Devina, 2011).

Menurut Yulianda (2019) pariwisata adalah cara memanfaatkan sumber daya alam yang mengandalkan keindahan alam untuk kepuasan manusia. Aktivitas yang dilakukan manusia untuk tujuan wisata dikenal juga sebagai pariwisata. Pariwisata mencakup perjalanan sementara dari lokasi biasa mereka beraktivitas dan tinggal ke tempat lain, dengan tujuan menikmati perjalanan atau destinasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Husin (2019), wisata pantai yang ideal memiliki daya tarik yang menarik, pasir putih yang bersih, pemandangan yang menenangkan, serta potensi perikanan di pantai dengan air yang jernih dan tenang.

#### **2.1.1.9 Jumlah Kunjungan Wisatawan**

Jumlah pengunjung dalam sektor pariwisata adalah indikator keberhasilan yang memberikan pengaruh pada komunitas lokal dan pemerintah daerah. Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009, diartikan bahwa wisatawan adalah individu yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata.

Sementara itu, menurut Pratiwi (2018) wisatawan, yaitu seseorang yang melakukan perjalanan atau tinggal sementara di suatu lokasi dalam waktu 24 jam hingga tidak lebih dari 6 bulan. Banyaknya wisatawan berdampak langsung terhadap pendapatan dan perekonomian daerah. Apabila masa tinggalnya lebih lama maka secara langsung akan mempengaruhi pendapatan, sehingga banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata dapat meningkatkan pendapatan industri pariwisata.

Menurut (Sugiana, 2011) menyatakan bahwa wisatawan adalah individu atau kelompok yang bepergian untuk berlibur, bisnis, pengobatan, keagamaan, atau pendidikan. Orang yang meninggalkan rumah untuk waktu tertentu dikategorikan sebagai wisatawan. Setiap wisatawan memiliki tujuan jelas saat bepergian. Wisatawan dibagi menjadi dua tipe, yaitu:

1. Wisatawan Mancanegara merupakan orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang ke negara selain negara tempat tinggal tetapnya.
2. Wisatawan Nusantara merupakan warga negara yang melakukan perjalanan dalam wilayah negaranya tanpa melintasi batas negaranya.

#### **2.1.1.10 Tingkat Hunian Hotel**

Tingkat penghunian hotel merujuk pada kondisi jumlah kamar yang berhasil terjual, yang juga menunjukkan sejauh mana produk hotel terjual, termasuk suksesnya penjualan kamar. Banyaknya pengunjung serta durasi mereka tinggal di lokasi wisata tertentu akan berdampak positif pada tingkat pengisian kamar hotel (Windriyaningrum, 2013).

Hotel merupakan faktor penting dalam menunjang pariwisata, transportasi dan kegiatan lainnya. Okupansi hotel adalah jumlah kamar yang ditempati oleh tamu atau wisatawan dibandingkan dengan jumlah kamar yang tersedia, dihitung harian, bulanan, atau tahunan. Jika di kawasan tersebut terdapat hotel dengan kamar yang sesuai, wisatawan tidak akan ragu untuk berkunjung ke kawasan tersebut, apalagi jika hotel tersebut nyaman. Dengan demikian, industri pariwisata khususnya akomodasi yakni hotel, memperoleh banyak pendapatan ketika wisatawan tinggal lebih lama (Rowidaningsih, 2023).

#### **2.1.1.11 Atraksi (Daya Tarik)**

Daya tarik merupakan bagian penting dalam industri perjalanan dan pariwisata karena mampu menarik wisatawan untuk datang dan menjelajah. Tujuan utama dari daya tarik adalah membuat wisatawan tertarik untuk mengeksplorasi serta menikmati berbagai tempat menarik selama masa liburan mereka. Tujuan ini dirancang khusus, selain daya tarik alam, acara, dan budaya. Suatu lokasi dapat menjadi destinasi wisata jika memiliki karakteristik yang mendukung pengembangannya sebagai daya tarik wisata. Kunci dalam menilai potensi suatu lokasi tergantung pada apa yang dicari oleh wisatawan. Setiap tempat wisata memiliki daya tarik yang mampu menarik pengunjung untuk datang (Muharromah, 2020).

#### **2.1.1.12 Aksesibilitas**

Aksesibilitas berarti kemampuan untuk memberikan akses kepada wisatawan mengunjungi suatu lokasi wisata, termasuk dalam perjalanan menuju ke lokasi tersebut (Suanmali, 2014). Aksesibilitas tidak hanya terbatas pada sektor

transportasi, tetapi juga mencakup kemudahan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan wisatawan. Oleh karena itu, (Eichhorn & Buhalis, 2011) Mengaksesibilitas mencakup akses ke transportasi dan semua informasi yang dibutuhkan pengunjung. Salah satu aspek yang berkaitan dengan transportasi adalah infrastruktur jalan. Pertumbuhan sektor pariwisata sangat dipengaruhi oleh infrastruktur jalan dan transportasi karena hal ini memudahkan masyarakat untuk sampai ke lokasi wisata serta meningkatkan kegiatan usaha di daerah tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup warga setempat (Aliffianto *et al.*, 2017).

Mudahnya mendapatkan barang, layanan, aktivitas, dan tempat yang diinginkan tergantung pada ketersediaan, biaya yang terjangkau, serta kenyamanan dari sarana transportasi, informasi, atau penyebaran geografis dari aktivitas dan lokasi tersebut. Suatu wilayah tidak akan mendukung pengembangan pariwisata jika tidak dilengkapi dengan bandara, pelabuhan, serta jalan yang memadai (Ghose & Johann, 2018).

#### **2.1.1.13 Amenitas**

Amenitas mencakup berbagai jenis fasilitas yang mendukung kebutuhan pengunjung selama berwisata di suatu tempat. Fasilitas ini dapat berupa barang fisik maupun non fisik yang bertujuan agar pengunjung merasa lebih tertarik, lebih mudah atau lebih nyaman. Amenitas mencakup infrastruktur, penyedia makanan dan minuman, tempat untuk bersenang-senang, serta lokasi untuk berbelanja. Salah satu tantangan utama dalam pengembangan pariwisata dan kemajuan destinasi wisata adalah penyediaan fasilitas yang memadai. Penyediaan fasilitas

ini bergantung pada berbagai faktor seperti karakteristik, lokasi, dan target pengunjung. Beberapa aktivitas di lokasi wisata tertentu mungkin memerlukan perlengkapan dan fasilitas tambahan (Riwukore *et al.*, 2021).

#### **2.1.1.14 Akomodasi**

Akomodasi wisata sangat penting untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan saat berkunjung. Wisatawan biasanya mencari berbagai pilihan akomodasi dengan harga dan tipe yang beragam. Yang paling mereka butuhkan adalah tempat tidur saat menjalani perjalanan wisata. Akomodasi adalah layanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan, seperti area untuk menginap atau tempat tinggal sementara bagi mereka yang bepergian jauh. Akomodasi wisata dapat berupa lokasi di mana pengunjung dapat beristirahat, tidur, mandi, makan, minum, serta menikmati berbagai layanan yang tersedia (Afandi, 2024).

#### **2.1.1.15 Aktivitas**

Kegiatan pariwisata mencakup apa yang dilakukan oleh wisatawan atau alasan yang membuat mereka berkunjung ke suatu tempat. Wisatawan bisa menghabiskan waktu di sana mulai dari setengah hari hingga beberapa minggu. Daya tarik suatu tempat, seperti pantai, taman, bangunan bersejarah, lanskap, dan budaya, dapat meningkatkan aktivitas wisata di sana. Dengan banyak pilihan yang tersedia saat berlibur, pengunjung cenderung menghabiskan waktu lebih lama di lokasi tersebut. Berdasarkan teori motivasi, perjalanan seseorang biasanya dipengaruhi oleh berbagai alasan. Motivasi ini merupakan kekuatan internal yang mendorong individu untuk berusaha dan memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukan suatu kegiatan (Huggins *et al.*, 2017).

### 2.1.2 Tinjauan Empiris

Bibin & Ardian (2020), meneliti Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Songka di Kota Palopo. Studi ini bertujuan untuk merancang metode pengembangan objek wisata Pantai Songka agar lebih optimal dalam penggunaan. Metode yang digunakan adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP), yang berfungsi untuk menemukan strategi yang tepat dalam mengembangkan Pantai Songka. Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa aspek ekologis menjadi prioritas dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Songka. Ini dilakukan dengan menyusun peta kesesuaian wisata Pantai Songka dan menghitung kemampuan dukung area tersebut. Dengan cara ini, jumlah pengunjung dapat diatur agar kelestarian sumber daya alam tetap terjaga dan menghindari kerusakan.

Manurung & Nababan (2022), meneliti Kajian Prioritas Pengembangan Daerah Wisata Pantai Kecamatan Teluk Mengkudu Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process*. Studi ini bertujuan untuk membuat keputusan mengenai pantai-pantai mana yang akan diprioritaskan sebagai tempat wisata utama di area tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Proses Hirarki Analitik (AHP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor paling penting dalam pengembangan wisata pantai adalah kuliner dengan bobot 25%, fasilitas yang memiliki nilai 24%, keindahan dan kebersihan di 21%, aksesibilitas jalan dengan 17%, dan pelayanan yang berkontribusi 13%. Pantai yang ditetapkan sebagai prioritas untuk pengembangan adalah Pantai Sialang Buah dengan persentase 23%, Pantai Mutiara Indah dengan 18%, dan Pantai Taluh dengan 15%.



Andriani & Jannah (2022), meneliti Pengembangan Wisata Pantai Halal di Kabupaten Sumenep Dengan Pendekatan SWOT dan ANP. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi strategi yang efektif dalam mengembangkan wisata Pantai Halal di Kabupaten Sumenep dengan menerapkan metode SWOT dan ANP. Penelitian ini menggunakan dua teknik analisis, yaitu *Strength Weakness Opportunities Threat* (SWOT) dan *Analytical Network Process* (ANP). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT mencakup kondisi lingkungan dan lokasi geografis yang cukup baik (kekuatan), kurangnya dukungan dari masyarakat (kelemahan), potensi pariwisata di Kabupaten Sumenep (peluang), serta fenomena pariwisata yang menarik pengunjung dari berbagai daerah, yang dapat menyebabkan kesenjangan sosial di lingkungan lokal (ancaman). Strategi prioritas alternatif yang dihasilkan dari ANP meliputi peningkatan akses dan fasilitas, kolaborasi dengan masyarakat, penciptaan peluang kerja, pelestarian lingkungan, serta penentuan visi dan misi.

Kusnanto *et al.*, (2023) meneliti Pengembangan Kawasan Prioritas Pariwisata di Kabupaten Banggai. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi fasilitas serta infrastruktur pariwisata yang paling baik dan menganalisis rencana pengembangan pariwisata yang seharusnya menjadi prioritas di Kabupaten Banggai. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah analisis AHP dengan lima variabel ukuran, yaitu Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Akomodasi, Ketersediaan Fasilitas Pendukung, dan Ketersediaan Sarana dan Prasarana. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa nilai total untuk setiap alternatif objek wisata adalah Pantai Kilo Lima (0,46), Pulau Dua (0,18), Teluk Lalong (0,14), dan Air

Terjun Salodik (0,19). Oleh karena itu, objek wisata yang harus diprioritaskan untuk pengembangan di kawasan pariwisata Kabupaten Banggai adalah Pantai Kilo Lima yang memiliki nilai bobot tertinggi (0,46).

Seftiani & Chandriyanti (2023), meneliti Analisis Prioritas Pengembangan Kawasan Wisata Alam Pantai di Kabupaten Tanah Bumbu. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kriteria mana yang paling banyak berpengaruh dalam menentukan prioritas pengembangan objek wisata alam pesisir di Kabupaten Tanah Bumbu serta untuk mengetahui pilihan alternatif dalam pengembangan tersebut. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP), yang berfokus pada penentuan prioritas kebijakan untuk pengembangan wisata pantai di Kabupaten Tanah Bumbu. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kriteria yang utama dalam mendukung pengembangan kawasan wisata alam pesisir di Kabupaten Tanah Bumbu adalah daya tarik, yang memiliki nilai preferensi sebesar 68%, kemudian fasilitas dengan nilai preferensi 20%, dan akses dengan nilai preferensi 12%. Selain itu, dari dua alternatif yang diteliti, Pantai Pagatan memperoleh nilai preferensi 63%, sedangkan Pantai Angsana mendapatkan nilai preferensi 37%.

Wijaya *et al.*, (2023), meneliti Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Pantai Kaluku. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi potensi serta strategi pengembangan pariwisata di Pantai Kaluku. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pantai Kaluku memiliki menariknya atraksi, seperti kegiatan tahunan di bulan Agustus, karapan sapi, permainan voli pasir, serta sarana

prasarana yang cukup baik. Namun, kondisi akses jalan menuju Pantai Kaluku masih memerlukan perbaikan. Ada empat pilihan strategi untuk pengembangan pariwisata di Pantai Kaluku, yaitu perlunya kerjasama, promosi lewat media sosial, dan pengembangan sarana dan prasarana yang mendukung.

Latif *et al.*, (2023), meneliti Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai di Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara. Tujuan dari studi ini adalah untuk menganalisis destinasi pantai yang telah mengalami kemajuan, memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut, dan yang kurang berpotensi untuk pertumbuhan. faktor-faktor yang menarik bagi wisatawan dan pengembangan untuk objek wisata tersebut. Dalam analisis data, berbagai teknik digunakan, seperti Evaluasi Multi-Kriteria (MCE), regresi logistik biner, dan AWOT, yang merupakan gabungan dari AHP dan SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa evaluasi terkait aspek fisik, kelembagaan, sosial budaya, dan ekonomi dari sembilan objek wisata pantai mengindikasikan bahwa lima di antaranya sudah mengalami perkembangan. Di sisi lain, dua objek wisata dinilai memiliki potensi untuk berkembang, sedangkan dua lainnya dinyatakan kurang potensial. Faktor-faktor yang menarik perhatian wisatawan di destinasi pantai termasuk usia, biaya, dan fasilitas yang tersedia. Strategi prioritas untuk pengembangan objek wisata pantai di Kota Ternate terdiri dari memanfaatkan keunikan tempat tersebut dan meningkatkan promosi, meningkatkan program pariwisata yang berbasis masyarakat, serta menyediakan sarana akomodasi.

**Tabel 2.1**  
**Matriks Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penelitian/ Tahun	Judul Penelitian	Sumber Publikasi	Tujuan Penelitian	Teori yang digunakan	Metode Analisis	Temuan Penelitian	Keterbatasan Penelitian
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Bibin & Ardian (2020)	Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Songka di Kota Palopo	<i>Edutourism Journal of Tourism Research</i>	Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pengembangan objek wisata Pantai Songka agar bermanfaat lebih optimal	- Strategi Pengembangan Pariwisata	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Penelitian menunjukkan bahwa untuk pengembangan, aspek lingkungan yang harus diutamakan adalah membuat peta kesesuaian dan menghitung kemampuan kawasan wisata. Tujuannya adalah untuk membatasi jumlah pengunjung ke Pantai Songka sehingga sumber daya alam tetap terjaga dan tidak rusak.	-
2	Manurung & Nababan (2022)	Kajian Prioritas Pengembangan Daerah Wisata Pantai Kecamatan Teluk Mengkudu Menggunakan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i>	Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika	Penelitian ini bertujuan untuk pengambilan keputusan dalam memilih prioritas pantai yang dapat dijadikan wisata unggulan di daerah tersebut	- Pengembangan Pariwisata	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dalam pengembangan tempat wisata pantai, kriteria yang paling utama adalah kuliner dengan persentase 25%, diikuti oleh fasilitas sebesar 24%, keindahan dan kebersihan 21%, akses jalan 17%, serta pelayanan 13%. Pantai yang diutamakan untuk pengembangan adalah Pantai Sialang Buah dengan 23%, Pantai Mutiara Indah yang mendapat 18% dan Pantai Taluh dengan 15%.	-

3	Andriani & Jannah (2022)	Pengembangan Wisata Pantai Halal di Kabupaten Sumedap Dengan Pendekatan SWOT dan ANP	Jurnal Seminar Nasional Manajemen	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam terkait strategi yang tepat dalam pengembangan wisata Pantai Halal di Kabupaten Sumedap dengan menggunakan metode SWOT dan ANP	- Pengembangan Pariwisata	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Strength Weakness Opportunities Threat</i> (SWOT) dan <i>Analytical Network Process</i> (ANP)	Hasil studi menunjukkan bahwa analisis SWOT mencakup keadaan lingkungan dan posisi geografis yang memadai (kekuatan), minimnya dukungan dari masyarakat (kelemahan), potensi pariwisata di Kabupaten Sumedap (Peluang), dan keberadaan sektor pariwisata yang dapat menarik pengunjung dari berbagai wilayah yang dapat menimbulkan kesenjangan sosial di area tersebut (ancaman). Alternatif strategi prioritas ANP yaitu meningkatkan akses dan fasilitas, kerjasama dengan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, menjaga kelestarian lingkungan serta menentukan visi misi.	Menambah kan penilaian kesiapan destinasi wisata dilihat dari beberapa aspek utama pariwisata, yaitu sisi produk
4	Kusnanto <i>et al.</i> , (2023)	Pengembangan Kawasan Prioritas Pariwisata di Kabupaten Banggai	Jurnal Spasial	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi ketersediaan sarana dan prasarana wisata unggulan serta menganalisis usulan pengembangan prioritas pariwisata di Kabupaten Banggai	- Pengembangan Pariwisata	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Hasil menunjukkan bahwa skor total untuk setiap pilihan objek wisata adalah Pantai Kilo Lima sebesar (0,46), Pulau Dua sebesar (0,18), Teluk Lalong sebesar (0,14), dan Air Terjun Salodik sebesar (0,19). Dengan demikian, objek wisata yang menjadi prioritas dalam pengembangan area pariwisata utama di Kabupaten Banggai adalah Pantai Kilo Lima dengan nilai (0,46).	-

5	Seftiani & Chandriyanti (2023)	Analisis Prioritas Pengembangan Kawasan Wisata Alam Pantai di Kabuapten Tanah Bumbu	Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan	Untuk mengetahui kriteria mana yang paling dominan dalam pemilihan prioritas pengembangan destinasi wisata alam pesisir di Kabupaten Tanah Bumbu serta untuk mengetahui pilihan alternatif utama dalam pengembangan tempat wisata alam pesisir di Kabupaten Tanah Bumbu.	- Pengembangan Pariwisata	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kriteria utama untuk mendukung pengembangan kawasan wisata alam tepi laut di Kabupaten Tanah Bumbu adalah daya tarik yang memiliki nilai preferensi sebesar 68%, lalu fasilitas dengan nilai preferensi 20%, dan akses dengan nilai preferensi 12%. Selain itu, dari dua lokasi yang diteliti, Pantai Pagatan memiliki nilai preferensi 63% dan Pantai Angsana menunjukkan nilai preferensi 37%.	-
6	Wijaya <i>et al.</i> , (2023)	Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Pantai Kaluku	Jurnal Pariwisata PaRAMA: <i>Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi dan strategi pengembangan pariwisata di Pantai Kaluku	- Potensi Objek Wisata - Strategi Pengembangan Pariwisata	Metode analisis data yang digunakan <i>Strength Weakness Opportunities Threat</i> (SWOT)	Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa Pantai Kaluku memiliki daya tarik wisata, seperti kegiatan tahunan yang berlangsung setiap bulan Agustus, termasuk karapan sapi dan voli pasir. Fasilitas yang ada sudah cukup baik, namun akses jalan menuju Pantai Kaluku masih memerlukan perbaikan. Ada empat strategi alternatif untuk mengembangkan objek wisata Pantai Kaluku, yaitu perlunya kerjasama dalam pengembangan pariwisata, promosi melalui media sosial, dan penyediaan fasilitas pendukung yang memadai.	-

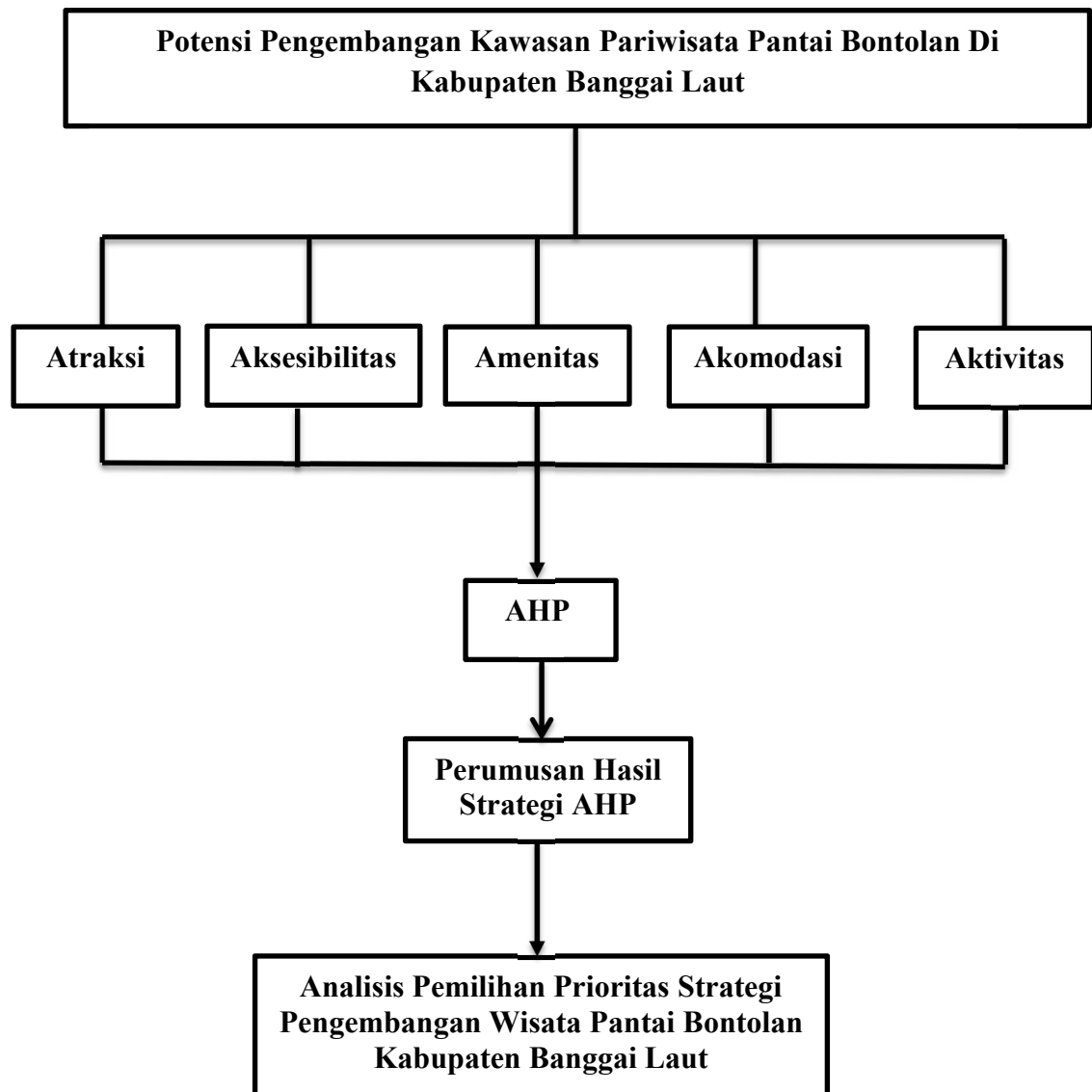
7	Latif <i>et al.</i> , (2023)	Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai di Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara	Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Pedesaan	Untuk mengevaluasi tempat wisata pantai yang sudah berkembang, yang memiliki peluang untuk diperluas, serta yang kurang memiliki potensi untuk diperbaiki, menilai elemen-elemen yang menarik minat pengunjung dan mengkaji rencana pengembangan tempat wisata.	- Strategi Pengembangan Pariwisata	Metode analisis yang digunakan antara lain Multi-Criteria Evaluation (MCE), Regresi logistik biner, dan AWOT yaitu gabungan Analytic Hierarchy Process (AHP) dan <i>Strength Weakness Opportunities Threat</i> (SWOT)	Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa dalam menilai parameter fisik serta aspek kelembagaan, sosial budaya, dan ekonomi, dari sembilan objek wisata pantai yang telah diidentifikasi, terdapat lima objek yang sudah berkembang, dua objek yang berpotensi untuk dikembangkan, dan dua objek lainnya yang kurang memiliki potensi. Minat wisatawan terhadap objek wisata pantai di Kota Ternate dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu usia, biaya, dan fasilitas. Untuk mengembangkan objek wisata pantai di Kota Ternate, strategi prioritas mencakup pemanfaatan keunikan, peningkatan promosi, pengembangan program pariwisata berbasis komunitas, serta peningkatan sarana akomodasi.	-
---	---------------------------------	--	---	---	------------------------------------	---	--	---

Sumber: Dari berbagai jurnal

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Pantai Bontolan merupakan salah satu pantai yang berada di Desa Bone Baru Kabupaten Banggai Laut yang mempunyai potensi yang cukup baik untuk dikembangkan. Banyak wisatawan yang datang berkunjung ke obyek wisata tersebut dikarenakan biaya masuk yang relatif murah dan memiliki pemandangan pantai yang indah serta banyak dikelilingi pohon-pohon yang menjadikan obyek wisata Pantai Bontolan sejuk. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui potensi pengembangan obyek wisata Pantai Bontolan. Sehingga kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut.





**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Pemikiran**

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Dalam melakukan penelitian diperlukan suatu metode, cara atau taktik sebagai langkah-langkah yang harus dilakukan peneliti dalam menyelesaikan permasalahan untuk mencapai tujuan. Menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kualitatif sering kali dikenal sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitian ini berlangsung di lingkungan yang alami. Pendekatan kualitatif ini didasari oleh filosofi postpositivisme, dan digunakan untuk menyelidiki kondisi objek yang alami, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi (kombinasi). Analisis data dilakukan secara induktif atau kualitatif, dan hasil dari penelitian kualitatif lebih fokus pada makna daripada generalisasi.

### **3.2 Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini ditetapkan di Kabupaten Banggai Laut Desa Bone Baru. Alasan peneliti mengambil lokasi ini karena Kabupaten Banggai Laut merupakan satu di antara kabupaten yang memiliki destinasi wisata dengan kekayaan alam dan budaya yang patut dibanggakan dan dapat menarik wisatawan karena memiliki keunikan. Desa Bone Baru merupakan desa wisata yang ramai dikunjungi wisatawan mancanegara. Desa ini memiliki berbagai destinasi wisata menarik salah satunya Pantai Bontolan yang memiliki panorama alam yang indah.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dibagi menjadi dua bagian, dalam penelitian ini digunakan data kuantitatif (angka) yang diukur menurut skala numerik. Data kualitatif adalah data yang berbentuk numerik, namun berbentuk deskripsi atau diorganisasikan menurut waktu suatu variabel tertentu.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Penelitian ini memanfaatkan data primer yang merupakan informasi yang diperoleh dari responden atau informan saat wawancara dilakukan. Dengan kata lain, informasi tersebut adalah keterangan yang diberikan oleh para informan atau responden. Sumber data berupa keterangan ini dapat dipertanggungjawabkan karena diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan informasi yang dikumpulkan dari berbagai pihak, termasuk pengunjung di Pantai Bontolan. Selanjutnya, data primer yang digunakan dalam studi ini diperoleh dari observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari kajian literatur yang relevan dengan penelitian ini. Data sekunder dapat berupa buku-buku yang membahas topik tersebut serta sumber-sumber lain yang mendukung.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

Populasi yang dianalisis dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang datang ke tempat wisata Pantai Bontolan Desa Bone Baru, Kecamatan Banggai Utara, Kabupaten Banggai Laut. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu

memilih individu berdasarkan pertimbangan subjektif yang memiliki karakteristik spesifik untuk dijadikan sampel. Data dan informasi diperoleh dari para responden yang dianggap sebagai pakar atau ahli mengenai wisata Pantai Bontolan melalui wawancara yang dilakukan kepada mereka. Sampel untuk *Analytical Hierarchy Process* diberikan kepada 8 orang ahli, yaitu pengelola dan pengunjung wisata Pantai Bontolan.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data atau cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi, yaitu pengumpulan informasi melalui pengamatan langsung secara sistematis dan disengaja terhadap objek penelitian.
2. Wawancara, yaitu pengumpulan data secara langsung dan informal dengan menggunakan pedoman wawancara agar wawancara tetap terfokus pada penelitian.
3. Dokumentasi, yaitu kegiatan atau proses untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpan informasi dalam bentuk tulisan, gambar, video dan lainnya.

### **3.6 Metode Analisis**

Metode analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengolah informasi dari penelitian hingga mencapai suatu hasil. Dalam penelitian ini, digunakan teknik *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) adalah pendekatan yang memanfaatkan beberapa variabel dalam pengambilan keputusan dengan proses analisis yang terstruktur. Proses analisis dilakukan dengan memberikan bobot prioritas kepada masing-

masing variabel, lalu melakukan perbandingan antara variabel dan alternatif yang ada.

Menurut Isa *et al.*, (2022) dalam metode AHP dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

#### 1. Menyusun hirarki dan penilaian pada kriteria dan alternatif

Menyusun hirarki permasalahan dan memberi nilai pada kriteria dan alternatif.

Nilai dan keterangan dalam skala perbandingan pendekatan AHP menggunakan skala (Thomas L. Saaty & Luis G. Vargas, 2012), mulai dari nilai bobot 1 sampai dengan 9. Skala Saaty dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Pendekatan AHP berdasarkan Skala

Nilai	Keterangan
1	Kedua faktor sama pentingnya
3	Faktor yang satu sedikit lebih penting dari faktor yang lainnya
5	Faktor satu esensial atau lebih penting dari faktor yang lainnya
7	Faktor yang satu jelas lebih penting dari faktor yang lainnya
9	Faktor yang satu mutlak lebih penting dari faktor yang lainnya
2,4,6,8	Nilai-nilai antara, diantara dua nilai pertimbangan yang berdekatan

Ada 3 perbandingan yang akan dilakukan antara lain:

- a). Perbandingan kepentingan antar kriteria dalam mencapai tujuan
- b). Perbandingan kepentingan sub kriteria dalam satu kriteria
- c). Perbandingan kepentingan antar alternatif dalam mencapai tujuan

#### 2. Penentuan prioritas

Setiap kriteria alternatif, perlu dilakukan perbandingan berpasangan. Nilai-nilai perbandingan relatif kemudian diolah untuk menentukan peringkat alternatif dari seluruh alternatif. Baik kriteria kualitatif maupun kuantitatif dapat dibandingkan dengan penilaian yang telah ditentukan untuk menghasilkan

bobot dan prioritas. Dalam penelitian ini digunakan *Microsoft Excel* dalam melakukan perhitungan ini.

### 3. Konsistensi logis

Perhitungan hasil bobot prioritas masing-masing kriteria pada setiap matriks ditentukan dengan besarnya nilai eigen value ( $\lambda$  maks). Penentuan tingkat konsistensi terhadap penilaian persepsi digunakan perhitungan *Consistency Index* (CI). Rasio konsistensi (*Consistency Ratio*-CR) harus bernilai kurang dari atau sama dengan 10% ( $CR \leq 1$ ) sehingga dapat dianggap bahwa konsistensi responden dalam memberikan persepsi relatif bersifat valid. Namun jika nilai rasio konsistensinya lebih dari 10% ( $CR \geq 1$ ) maka pertimbangan ulang dalam level hirarki atau pengulangan terhadap kuisioner.

Rumus yang digunakan untuk pengukuran konsistensi diusulkan oleh (Thomas L. Saaty & Luis G. Vargas, 2012) melalui indeks konsistensi (*Consistency Index*/CI) yang diformulasikan Walangare dkk., (2012):

$$CI = \frac{\lambda \text{ maksimum} - n}{n - 1}$$

Keterangan:

CI = Indeks Konsistensi

$\lambda$  maksimum = Nilai Eigen Terbesar Dari Matriks Berordo n

n = Jumlah Kriteria

Tahapan selanjutnya adalah menghitung Rasio Konsistensi (CR) menurut Walangare dkk., (2012) dengan formula sebagai berikut.

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Dimana nilai Random Indeks (RI) berdasarkan perhitungan (Thomas L. Saaty & Luis G. Vargas, 2012), dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 3.2 Nilai Indeks Random

Ukuran Matriks	Nilai Random Indeks (RI)
1,2	0,00
3	0,58
4	0,90
5	1,12
6	1,24
7	1,32
8	1,41
9	1,45
10	1,49
11	1,51
12	1,48
13	1,56
14	1,57
15	1,59

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi variabel-variabel yang harus diperhatikan dan diukur dalam penelitian ini. Definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Atraksi (*Attraction*). Atraksi adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung. Indikatornya yaitu Pantai Bersih, Pemandangan Laut, dan Keindahan Bawah Laut. Diukur menggunakan skala pengukuran ordinal.
2. Aksesibilitas (*Accessibility*). Aksesibilitas adalah kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai tujuan wisata, yang meliputi kenyamanan, keamanan, dan waktu tempu. Indikatornya yaitu Akses Jalan, Akses Informasi, dan Akses Transportasi Umum. Diukur menggunakan skala pengukuran ordinal.

3. *Amenitas (Amenities)*. Amenitas adalah fasilitas pendukung yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka selama berada di destinasi. Indikatornya yaitu Fasilitas Umum, Fasilitas Penunjang dan Fasilitas Transportasi. Diukur menggunakan skala pengukuran ordinal.
4. *Akomodasi (Accommodation)*. Akomodasi adalah sarana dan layanan yang disediakan untuk tempat tinggal sementara bagi wisatawan, termasuk tempat menginap dan fasilitas penunjangnya. Indikatornya yaitu Penginapan/Homestay, Gazebo dan Area Berkemah. Diukur menggunakan skala pengukuran ordinal.
5. *Aktivitas (Activities)*. Aktivitas adalah segala kegiatan yang dilakukan wisatawan dengan tujuan rekreasi. Indikatornya yaitu Menyelam dan *Snorkeling*, Menikmati Pemandangan, Bersantai Di Tepi Pantai, dan Menaiki *Donat Boat*. Diukur menggunakan skala pengukuran ordinal.



## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil Penelitian**

#### **4.1.1 Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pantai Bontolan yang terletak di Desa Bone Baru, Kecamatan Banggai Utara, Kabupaten Banggai Laut, Provinsi Sulawesi Tengah.

##### **4.1.1.1 Letak Geografis Kabupaten Banggai Laut**

Kabupaten Banggai Laut merupakan satu diantara kabupaten di Provinsi Sulawesi Tengah yang terletak pada  $1^{\circ} 06' 30''$  LS –  $1^{\circ} 35' 58''$  LS dan  $122^{\circ} 37' 6,3''$  BT -  $123^{\circ} 40' 1,9''$  BT dan secara geografis terletak di Jazirah Timur Laut Pulau Sulawesi yang memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kabupaten Banggai Kepulauan

Sebelah Timur : Laut Maluku

Sebelah Selatan : Laut Banda

Sebelah Barat : Teluk Tolo

Luas wilayah Kabupaten Banggai Laut  $725,67 \text{ km}^2$  yang secara administrasi terdiri dari 7 kecamatan, 3 kelurahan dan 63 desa (BPS Kabupaten Banggai Laut, 2024).

##### **4.1.1.2 Keadaan Demografi Kabupaten Banggai Laut**

Jumlah penduduk di Kabupaten Banggai Laut mengalami peningkatan selama beberapa tahun terakhir. Berdasarkan perhitungan proyeksi penduduk dari data BPS Kabupaten Banggai Laut, jumlah penduduk di Kabupaten Banggai Laut

yaitu sebesar 77.395 jiwa data per 2024. Data Badan Pusat Statistik (BPS) 2024, 51.263 atau sekitar 66,24% penduduk di Kabupaten Banggai Laut adalah kelompok produktif yang berusia 15-59 tahun. Adapun 25,89% dari total penduduk atau sekitar 20.035 adalah anak-anak (usia 0-14 tahun) dan 7,88% lainnya adalah penduduk dengan usia lebih dari 60 tahun (BPS Kabupaten Banggai Laut, 2024).

#### **4.1.1.3 Profil Wisata Pantai Bontolan**

Pantai Bontolan merupakan tempat wisata yang terletak di Desa Bone Baru, Kecamatan Banggai Utara, Kabupaten Banggai Laut yang dikelola oleh Bapak Yusran H. Mulya selaku pemilik Pantai Bontolan sejak diresmikan pada Tahun 2019 dengan nama Pantai Bontolan. yang memiliki keindahan dan keunikan luar biasa, baik dari keindahan panorama alam yang begitu indah dengan sajian pulau toulan yang terbentang maupun sajian keindahan bawah laut melalui keanekaragaman jenis karang.

Nama Pantai Bontolan sendiri diambil dari kata ‘bontol’ dalam bahasa Banggai yang berarti ‘putus’. Tercetusnya nama Pantai Bontolan karena terletak diantara wilayah yang bernama Bongo yang berhadapan langsung tepat di depan pulau Toulan yang dipisahkan oleh laut.

#### **4.2 Kondisi Variabel yang Diteliti Pada Lokasi Penelitian**

Kondisi atau fakta yang diuraikan pada bagian ini berdasarkan variabel-variabel yang diperoleh dari hasil pengumpulan data dengan metode pengumpulan data mengenai variabel, indikator, ukuran yang tercantum pada operasional variabel.

## 1. Atraksi (Daya Tarik) Pariwisata

Atraksi yang ditawarkan oleh wisata Pantai Bontolan adalah pemandangan alam berupa pantai yang masih asri, pemandangan laut dan keindahan bawah laut melalui keanekaragaman jenis karang.

### a. Pantai Bersih

Pemandangan di kawasan wisata Pantai Bontolan masih asri dan kebersihannya masih terjaga.



Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.1 Kawasan Lingkungan Wisata Pantai Bontolan

### b. Pemandangan Laut

Wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut menyediakan pemandangan yang asri dan pantai yang masih terjaga.

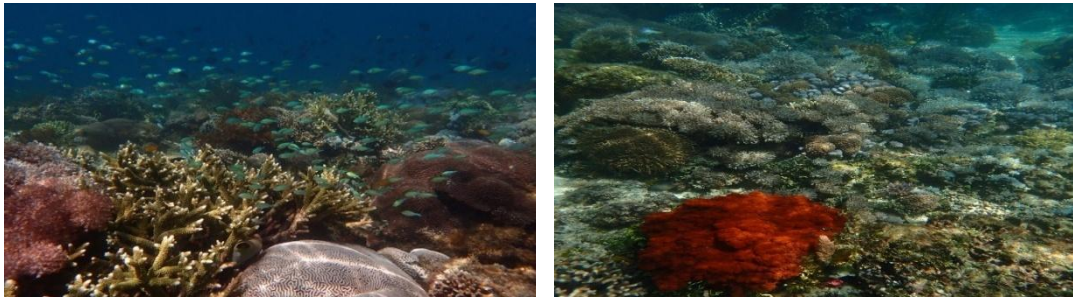


Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.2 Pemandangan Laut Pantai Bontolan

### c. Keindahan Bawah Laut

Wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut memiliki keindahan bawah laut melalui keanekaragaman jenis karang.



Sumber: Data sekunder, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.3 Keindahan Bawah Laut Pantai Bontolan

## 2. Aksesibilitas Pariwisata

Aksesibilitas disini berhubung dengan kemudahan akses menuju wisata Pantai Bontolan maupun menunjuk arah. Akses menuju lokasi dapat dijangkau oleh mobil dan motor.

### a. Akses Jalan

Akses jalan untuk menuju tempat wisata Pantai Bontolan sangat memadai dan bagus.



Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.4 Akses Jalan Menuju Wisata Pantai Bontolan

### b. Akses Informasi

Wisata Pantai Bontolan menggunakan *benner* di lokasi agar pengunjung mengetahui tempat wisata Pantai Bontolan dan mempermudah pengunjung untuk

menemukan tempat wisata. Pantai Bontolan juga melakukan promosi melalui media sosial tetapi belum efektif membuat konten-konten tentang wisata.



Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.5 Benner dan Sosial Media Tiktok Wisata Pantai Bontolan

### c. Akses Transportasi Umum

Wisata Pantai Bontolan dekat dengan pemukiman penduduk sehingga mudah diakses transportasi umum.

### 3. Amenitas Pariwisata

Fasilitas atau layanan yang disediakan untuk kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka selama berada di destinasi.

#### a. Fasilitas Umum

Wisata Pantai Bontolan sudah menyediakan fasilitas umum seperti wc umum dan musala.



Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.6 Fasilitas Umum Wisata Pantai Bontolan



### b. Fasilitas Penunjang

Wisata Pantai Bontolan juga menyediakan fasilitas penunjang lainnya yaitu persewaan alat seperti baju pelampung, kaca mata laut, kaki katak dan pelampung donat.



Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.7 Fasilitas Penunjang Wisata Pantai Bontolan

### c. Fasilitas Transportasi

Wisata Pantai Bontolan menyediakan fasilitas transportasi jika ingin ke tempat wisata lain yaitu ke Pantai Oyama.

## 4. Akomodasi Pariwisata

Akomodasi Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut, yaitu adanya penginapan/homestay di sekitar tempat wisata, gazebo dan area berkemah.

### a. Penginapan/Homestay

Tersedianya akomodasi homestay disekitar tempat wisata Pantai Bontolan.



Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.8 *Homestay*

b. Gazebo

Wisata Pantai Bontolan juga memiliki gazebo yaitu bangunan terbuka untuk bersantai.



Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.9 Gazebo Pantai Bontolan

c. Area Berkemah

Wisata Pantai Bontolan juga menyediakan area berkemah dan juga dapat disewa untuk acara.



Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.10 Kawasan Pantai Bontolan

5. Aktivitas Pariwisata

Aktivitas wisata adalah berbagai kegiatan yang dilakukan untuk tujuan rekreasi, seperti menikmati keindahan alam atau berlibur di pantai.

a. Menyelam dan Snorkeling

Wisata Pantai Bontolan memiliki spot menyelam dan snorkeling yang menarik dengan keindahan bawah laut melalui keanekaragaman terumbu karang.



Sumber: Data sekunder, Wisata Pantai Bontolan, 2025

Gambar 4.11 Menyelam dan *Snorkeling*

b. Menikmati Pemandangan

Pengunjung dapat menikmati pemandangan pantai dan hamparan laut biru yang indah.

c. Bersantai Di Tepi Pantai

Wisata Pantai Bontolan menyediakan gazebo yang dapat disewa untuk bersantai dan menikmati suasana pantai yang indah.

d. Menaiki Donat Boat

Wisata Pantai Bontolan Kabupaten Banggai Laut menyediakan penyewaan donat boat untuk menikmati laut dari atas permukaan.



Sumber: Data primer, Wisata Pantai Bontolan, 2025

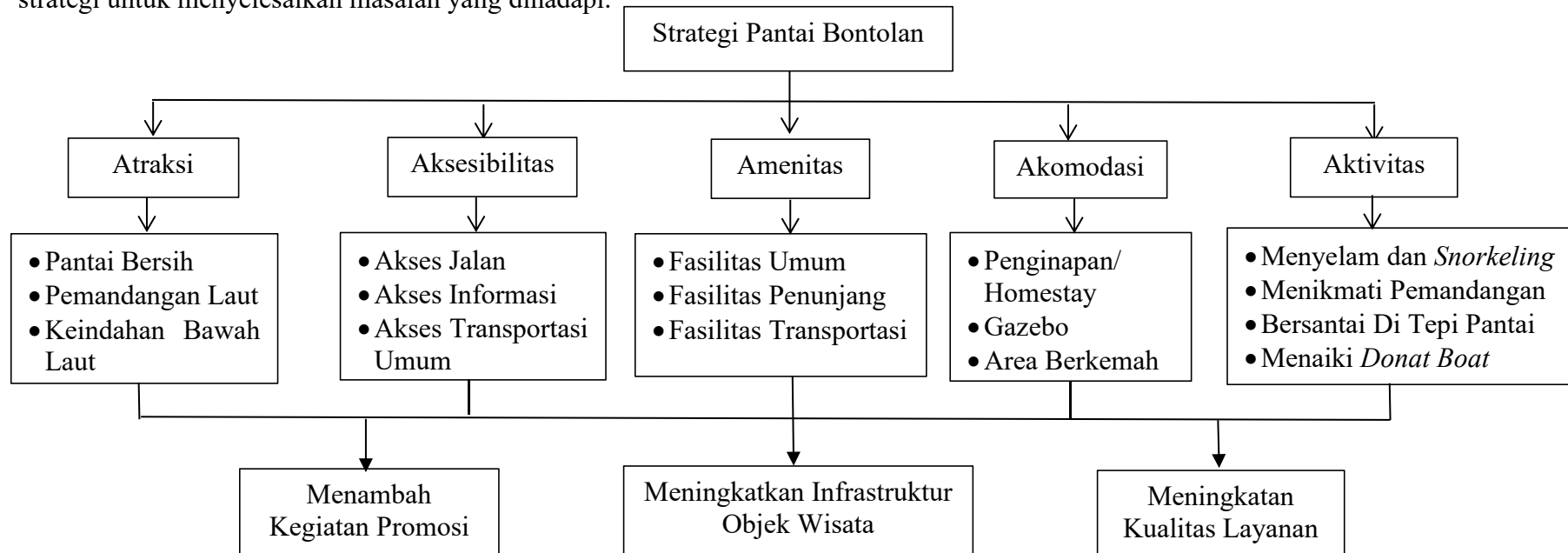
Gambar 4.12 *Donat Boat*



### 4.3 Prioritas Alternatif Strategi Menggunakan AHP

#### 1. Menyusun hierarki dalam bentuk bagan Struktur AHP

AHP digunakan untuk mengetahui prioritas alternatif yang menentukan strategi dengan mendefinisikan suatu permasalahan terhadap model hierarki yang terdiri dari beberapa tingkatan yaitu tujuan, kriteria, dan alternatif yang merupakan pilihan-pilihan strategi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi.



Gambar 4.13 Hierarki Alternatif Strategi

## 2. Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria

Hasil dari pengolahan selanjutnya digunakan sebagai kuesioner untuk mengidentifikasi prioritas strategi, serta analisis akan dilakukan dengan menggunakan *Excel* dan Metode AHP. Tahapan ini melibatkan pembuatan matriks perbandingan berpasangan antara kriteria dan subkriteria. Matriks ini disusun berdasarkan data dari penelitian kuesioner (evaluasi mengenai kepentingan relatif antara dua elemen pada satu tingkat tertentu berkaitan dengan tingkat di atasnya dari para informan atau responden ahli). Hasil pengolahan matriks perbandingan berpasangan diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.1 Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1,000	1,413	1,860	2,710	2,213
Aksesibilitas	0,706	1,000	1,732	2,213	2,449
Amenitas	0,537	0,577	1,000	2,912	2,213
Akomodasi	0,368	0,451	0,343	1,000	0,706
Aktivitas	0,451	0,408	0,451	1,413	1,000
Jumlah	3,062	3,849	5,386	10,248	8,581

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Setelah membuat matriks perbandingan berpasangan antar kriteria, maka dilakukan normalisasi untuk mendapatkan bobot prioritas dan *eigen value* dari setiap kriteria. Berikut adalah tabel dari normalisasi berpasangan:

Tabel 4.2 Normalisasi Berpasangan Antar Kriteria

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Atraksi	0,326	0,367	0,345	0,264	0,257	1,559	0,311	0,952
Aksesibilitas	0,230	0,259	0,321	0,215	0,285	1,310	0,262	1,008
Amenitas	0,175	0,149	0,185	0,284	0,257	1,050	0,210	1,131
Akomodasi	0,120	0,117	0,063	0,097	0,082	0,479	0,095	0,973
Aktivitas	0,147	0,106	0,083	0,137	0,116	0,589	0,117	1,003
Jumlah	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	5,000	1,000	5,067

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, bahwa kriteria untuk strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan Kabupaten Banggai Laut paling penting secara berurutan adalah kriteria atraksi (0,311), aksesibilitas (0,262), amenitas (0,210), aktivitas (0,117), akomodasi (0,095), hal ini menunjukkan dua kriteria utama tertinggi adalah kriteria atraksi dan kriteria aksesibilitas adalah komponen penting dari produk pariwisata, karena menjadi daya tarik utama yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Sedangkan atraksi yang ditawarkan oleh wisata Pantai Bontolan adalah pemandangan alam berupa pantai yang masih asri, dan akses menuju tempat wisata Pantai Bontolan sangat memadai.

Nilai dari *Consistency Ratio* (CR) adalah  $CR < 0,1$ . Jika nilai CR di bawah dari 0,1, maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR di atas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR, maka harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{5,067 - 5}{5 - 1} = 0,016$$

Setelah menemukan hasil CI, yaitu 0,016, maka rumus CR dapat dihitung.

Berikut perhitungan CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CR = \frac{0,016}{1,12} = 0,014$$

Jadi hasil nilai CR yaitu 0,014 maka artinya nilai CR yang diperoleh lebih kecil dari 0,1 yang artinya konsisten atau dapat dilanjutkan, sebab rasio

konsistensi masih  $<10\%$ . Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa prioritas utama yang dijadikan pertimbangan untuk menentukan alternatif strategi pengembangan pada wisata Pantai Bontolan dengan bobot tertinggi yaitu kriteria atraksi dengan nilai bobot sebesar (0,311), berikut kriteria aksesibilitas (0,262), kriteria amenitas (0,210), kriteria aktivitas (0,117) dan kriteria akomodasi (0,095).

a. Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Atraksi

Tabel 4.3 Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Atraksi

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1,000	2,059	1,861
Pemandangan Laut	0,485	1,000	2,166
Keindahan Bawah Laut	0,537	0,461	1,000
Jumlah	2,022	3,520	5,027

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Setelah melakukan matriks perbandingan berpasangan antar sub kriteria maka dilakukan normalisasi untuk mendapatkan bobot prioritas dan *eigen value* dari setiap kriteria. Berikut adalah tabel dari normalisasi berpasangan:

Tabel 4.4 Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Atraksi

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Pantai Bersih	0,494	0,584	0,370	1,448	0,482	0,974
Pemandangan Laut	0,239	0,284	0,430	0,953	0,317	1,115
Keindahan Bawah Laut	0,265	0,130	0,198	0,593	0,197	0,990
Jumlah	1,000	1,000	1,000	3,000	1,000	3,079

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas bahwa kriteria untuk strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan paling penting adalah kriteria pantai bersih (0,482),

pemandangan laut (0,317), keindahan bawah laut (0,197). Hal ini menunjukkan kriteria utama tertinggi adalah kriteria pantai bersih menjadikan destinasi menarik untuk dikunjungi karena kebersihan pantai menciptakan pemandangan yang indah dan menarik bagi pengunjung serta memberikan kenyamanan saat beraktivitas seperti berjalan santai di tepi pantai, berenang atau menyelam.

Nilai dari *Consistency Ratio* (CR) adalah  $CR < 0,1$ . Jika nilai CR di bawah dari 0,1 maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR di atas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR maka harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda \text{ maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{3,079 - 3}{3 - 1} = 0,039$$

Setelah menemukan hasil dari CI, yaitu 0,039, maka rumus CR dapat dihitung. Berikut perhitungan rumus CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CR = \frac{0,039}{0,58} = 0,067$$

Jadi, hasil perhitungan nilai pada CR adalah 0,067. Artinya sub kriteria pada kriteria produk ini konsisten karena  $CR < 0,100$ . Dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan pada kriteria atraksi pantai bersih merupakan prioritas paling tinggi, yaitu sebesar 0,482 dengan nilai CR 0,067.

b. Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria  
Pada Kriteria Aksesibilitas

Tabel 4.5 Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aksesibilitas

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
Akses Jalan	1,000	2,710	2,576
Akses Informasi	0,368	1,000	0,576
Akses Transportasi Umum	0,387	1,731	1,000
Jumlah	1,755	5,441	4,152

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Setelah melakukan matriks perbandingan berpasangan antar sub kriteria maka dilakukan normalisasi untuk mendapatkan bobot prioritas dan *eigen value* dari setiap kriteria. Berikut adalah tabel dari normalisasi berpasangan:

Tabel 4.6 Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aksesibilitas

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Akses Jalan	0,569	0,498	0,620	1,687	0,562	0,986
Akses Informasi	0,209	0,183	0,138	0,530	0,176	0,957
Akses Transportasi Umum	0,220	0,318	0,240	0,778	0,259	1,075
Jumlah	1,000	1,000	1,000	3,000	1,000	3,018

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan data di atas, bahwa kriteria untuk strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan paling penting adalah kriteria akses jalan (0,562), akses transportasi umum (0,259) dan akses informasi (0,176). Hal ini menunjukkan kriteria tertinggi akses bahwa kemudahan untuk menjangkau lokasi wisata dan mudah dilalui oleh transportasi umum membuat semakin banyak pengunjung. Jadi akses untuk menuju tempat wisata Pantai Bontolan sangat memadai.

Nilai dari *Consistency Ratio* (CR) adalah  $CR < 0,1$ . Jika nilai CR di bawah dari 0,1 maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR di atas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR maka harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda \text{ maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{3,018 - 3}{3 - 1} = 0,009$$

Setelah menemukan hasil dari CI, yaitu 0,009, maka rumus CR dapat dihitung. Berikut perhitungan rumus CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CR = \frac{0,009}{0,58} = 0,015$$

Jadi, hasil perhitungan nilai pada CR adalah 0,015. Artinya sub kriteria pada kriteria aksesibilitas ini konsisten karena  $CR < 0,100$ . Dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan pada kriteria akses jalan merupakan prioritas paling tinggi, yaitu sebesar 0,562 dengan nilai CR 0,015.

#### c. Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria

Pada Kriteria Amenitas

Tabel 4.7 Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Amenitas

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1,000	2,710	2,279
Fasilitas Penunjang	0,368	1,000	1,565
Fasilitas Transportasi	0,438	0,638	1,000
Jumlah	1,806	4,348	4,844

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Setelah melakukan matriks perbandingan berpasangan antar sub kriteria maka dilakukan normalisasi untuk mendapatkan bobot prioritas dan *eigen value* dari setiap kriteria. Berikut adalah tabel dari normalisasi berpasangan:

Tabel 4.8 Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Amenitas

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Fasilitas Umum	0,553	0,623	0,470	1,646	0,548	0,989
Fasilitas Penunjang	0,203	0,229	0,323	0,755	0,251	1,091
Fasilitas Transportasi	0,242	0,146	0,206	0,594	0,198	0,959
Jumlah	1,000	1,000	1,000	3,000	1,000	3,039

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan data diatas, bahwa kriteria untuk strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan paling penting adalah kriteria fasilitas umum (0,548), fasilitas penunjang (0,251) dan fasilitas transportasi (0,198).

Nilai *Consistency Ratio* (CR) adalah  $CR < 0,1$ . Jika nilai CR di bawah dari 0,1 maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR di atas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR, maka harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda \text{ maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{3,039 - 3}{3 - 1} = 0,019$$

Setelah menemukan hasil dari CI, yaitu 0,019, maka rumus CR dapat dihitung. Berikut perhitungan rumus CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$



$$CR = \frac{0,019}{0,58} = 0,032$$

Jadi, hasil perhitungan nilai pada CR adalah 0,032. Artinya sub kriteria pada kriteria amenities ini konsisten karena  $CR < 0,100$ . Dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pengembangan Pantai Bontolan pada kriteria amenities fasilitas umum merupakan prioritas paling tinggi, yaitu sebesar 0,548 dengan nilai CR 0,032.

d. Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria

Pada Kriteria Akomodasi

Tabel 4.9 Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Akomodasi

Sub Kriteria	Penginapan/ <i>Homestay</i>	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/ <i>Homestay</i>	1,000	1,731	2,166
Gazebo	0,576	1,000	2,576
Area Berkemah	0,461	0,408	1,000
Jumlah	2,037	3,139	5,742

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Setelah melakukan matriks perbandingan berpasangan antar sub kriteria maka dilakukan normalisasi untuk mendapatkan bobot prioritas dan *eigen value* dari setiap kriteria. Berikut adalah tabel dari normalisasi berpasangan:

Tabel 4.10 Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Akomodasi

Sub Kriteria	Penginapan/ <i>Homestay</i>	Gazebo	Area Berkemah	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Penginapan/ <i>Homestay</i>	0,490	0,551	0,377	1,418	0,472	0,961
Gazebo	0,282	0,318	0,448	1,048	0,349	1,095
Area Berkemah	0,226	0,129	0,174	0,529	0,176	1,010
Jumlah	1,000	1,000	1,000	3,000	1,000	3,066

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, bahwa kriteria untuk strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan paling penting adalah kriteria penginapan/*homestay* (0,472), gazebo (0,349) dan area berkemah (0,176). Hal ini menunjukkan kriteria tertinggi penginapan/*homestay* yang merupakan jenis akomodasi tempat menginap sementara bagi wisatawan. Jadi dengan adanya penginapan/*homestay* di sekitar wisata Pantai Bontolan wisatawan menjadi lebih terhubung secara langsung dengan budaya lokal dan masyarakat setempat sehingga mendapatkan pengalaman yang otentik dan personal.

Nilai *Consistency Ratio* (CR) adalah  $CR < 0,1$ . Jika nilai CR di bawah dari 0,1 maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR diatas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR, maka harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda \text{ maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{3,066 - 3}{3 - 1} = 0,033$$

Setelah menemukan hasil dari CI, yaitu 0,033, maka rumus CR dapat dihitung. Berikut perhitungan rumus CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CR = \frac{0,033}{0,58} = 0,056$$

Jadi, hasil perhitungan nilai pada CR, yaitu 0,056. Artinya sub kriteria pada kriteria distribusi ini konsisten karena  $CR < 0,100$ . Dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan pada kriteria akomodasi

penginapan/*homestay* merupakan prioritas paling tinggi yaitu sebesar 0,472 dengan nilai CR 0,056.

e. Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria  
Pada Kriteria Aktivitas

Tabel 4.11 Matriks Hasil Penilaian Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aktivitas

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai Di Tepi Pantai	Menaiki <i>Donat Boat</i>
Menyelam dan Snorkeling	1,000	3,000	2,576	1,646
Menikmati Pemandangan	0,332	1,000	0,485	0,350
Bersantai Di Tepi Pantai	0,387	2,059	1,000	0,368
Menaiki <i>Donat Boat</i>	0,607	2,851	2,710	1,000
Jumlah	2,326	8,910	6,771	3,364

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Setelah melakukan matriks perbandingan berpasangan antar sub kriteria maka dilakukan normalisasi untuk mendapatkan bobot prioritas dan *eigen value* dari setiap kriteria. Berikut adalah tabel dari normalisasi berpasangan:

Tabel 4.12 Matriks Normalisasi Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aktivitas

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai Di Tepi Pantai	Menaiki <i>Donat Boat</i>	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Menyelam dan Snorkeling	0,429	0,336	0,380	0,489	1,634	0,408	0,949
Menikmati Pemandangan	0,142	0,112	0,071	0,104	0,429	0,107	0,953
Bersantai Di Tepi Pantai	0,166	0,231	0,147	0,109	0,653	0,163	1,103
Menaiki <i>Donat Boat</i>	0,260	0,319	0,400	0,297	1,276	0,319	1,073
Jumlah	1,000	1,000	1,000	1,000	4,000	1,000	4,078

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, bahwa kriteria untuk strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan paling penting adalah kriteria menyelam dan snorkeling (0,408), menaiki *donat boat* (0,319), bersantai di tepi pantai (0,163) dan menikmati pemandangan (0,107). Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas menyelam, snorkeling dan menaiki *donat boat* menjadi kriteria paling penting pada wisata Pantai Bontolan.

Nilai dari *Consistency Ratio* (CR) adalah  $CR < 0,1$ . Jika nilai CR di bawah dari 0,1 maka perhitungan dapat dilanjutkan namun apabila nilai CR diatas 0,1 maka harus diperbaiki. Untuk memperoleh nilai CR, maka harus menghitung nilai *Consistency Index* (CI) dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{4,078 - 4}{4 - 1} = 0,026$$

Setelah menemukan hasil dari CI, yaitu 0,026, maka rumus CR dapat dihitung. Berikut perhitungan rumus CR:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

$$CR = \frac{0,026}{0,90} = 0,028$$

Jadi, hasil perhitungan nilai pada CR adalah 0,028. Artinya sub kriteria pada kriteria bukti fisik ini konsisten karena  $CR < 0,100$ . Dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pengembangan wisata Pantai Bontolan pada kriteria aktivitas menyelam dan snorkeling merupakan prioritas paling tinggi, yaitu sebesar 0,408 dengan nilai CR 0,028.

### 3. Membuat Matriks Perbandingan Berpasangan Untuk Menentukan Bobot Alternatif Antar Kriteria

Selanjutnya, dilakukan perhitungan perbandingan berpasangan untuk menentukan bobot alternatif dilihat dari masing-masing kriteria atraksi, aksesibilitas, amenitas, akomodasi, dan aktivitas. Bobot alternatif ini digunakan untuk menentukan nilai prioritas alternatif yang merupakan penentuan strategi yang akan digunakan pada akhir analisis.

Tabel 4.13 Perbandingan Berpasangan Untuk Menentukan Bobot Alternatif Antar Kriteria

Kriteria	Alternatif		
	Menambahkan Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Atraksi	0,408	0,327	0,262
Aksesibilitas	0,527	0,282	0,188
Amenitas	0,553	0,240	0,204
Akomodasi	0,545	0,278	0,175
Aktivitas	0,527	0,315	0,156

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, bahwa kriteria Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Akomodasi, dan Aktivitas dengan nilai bobot prioritas alternatif paling tinggi, yaitu alternatif menambah kegiatan promosi. Selanjutnya untuk menghitung nilai akhir alternatif AHP, yaitu dengan rumus:

$$\text{Nilai Akhir Alternatif} = \sum_{j=1}^n (w_j \cdot a_{ij})$$

- Menambah Kegiatan Promosi:

$$(0,311 \times 0,408) + (0,262 \times 0,527) + (0,210 \times 0,553) + (0,095 \times 0,545) + (0,117 \times 0,527) = \mathbf{0,494}$$

- Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata:

$$(0,311 \times 0,327) + (0,262 \times 0,282) + (0,210 \times 0,240) + (0,095 \times 0,278) + (0,117 \times 0,315) = \mathbf{0,289}$$

- Meningkatkan Kualitas Layanan:

$$(0,311 \times 0,262) + (0,262 \times 0,188) + (0,210 \times 0,204) + (0,095 \times 0,175) + (0,117 \times 0,156) = \mathbf{0,208}$$

#### 4. Hirarki Keputusan Hasil Pengolahan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut

Berdasarkan hasil perhitungan maka didapat nilai prioritas strategi pengembangan Wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut, yaitu:

Tabel 4.14 Nilai Prioritas Alternatif

Alternatif		
Menambahkan Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
0,494	0,289	0,208

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, bahwa nilai bobot prioritas alternatif paling tinggi, yaitu Menambah Kegiatan Promosi dengan bobot nilai (0,494), Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata (0,289), dan Meningkatkan Kualitas Layanan dengan bobot nilai (0,208). Selanjutnya, setelah memilih strategi (menambah kegiatan promosi), dapat dinilai keunggulan dan kelemahan dari setiap pilihan dengan mengurutkan nilai prioritas dari alternatif dalam setiap sub kriteria. Nilai prioritas yang lebih tinggi menunjukkan keunggulan dari alternatif tersebut dan sebaliknya. Keputusan mengenai strategi ini didukung oleh keunggulan dari strategi (menambah kegiatan promosi) yang memiliki nilai selalu lebih tinggi dibandingkan dengan strategi lainnya.

Untuk strategi alternatif menambahkan kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah:

1. Menjaga kebersihan dan keasrian alam juga membangun fasilitas-fasilitas pendukung serta melibatkan dan mengikutsertakan masyarakat dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Menggunakan dan mengoptimalkan promosi lewat pemerintah setempat serta *platform digital* seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, dan *Tiktok*. Pemanfaatan beragam jenis media promosi akan lebih berhasil dibandingkan hanya mengandalkan satu jenis media saja. Semakin banyak orang yang mengenal tempat wisata itu, maka akan semakin banyak juga pengunjung yang datang.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan analisis AHP yang telah dilakukan, strategi pengembangan untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Wisata Pantai Bontolan, yang terletak di Kabupaten Banggai Laut, meliputi penambahan kegiatan promosi. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga kebersihan serta keindahan pantai. Selain itu, perlu memanfaatkan dan mengoptimalkan promosi di *platform* media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, dan *Tiktok*. Menggunakan lebih dari satu *platform* promosi akan lebih efektif dibandingkan dengan hanya mengandalkan satu saja. Dengan terus memperbarui konten setiap hari, ini menunjukkan bahwa akun media sosial Wisata Pantai Bontolan tetap aktif. Selanjutnya, penting untuk membuat konten yang menarik dan kreatif, baik berupa gambar maupun video, mengenai aktivitas yang berlangsung di Wisata Pantai Bontolan dengan *caption* yang menggugah minat.
2. Perencanaan strategi alternatif ditetapkan dengan memutuskan pilihan berdasarkan hasil akhir penghitungan AHP yang dilakukan di Wisata Pantai Bontolan yang terletak di Kabupaten Banggai Laut. Dari penghitungan tersebut, didapatkan bahwa kegiatan promosi memperoleh peringkat tertinggi dengan nilai prioritas sebesar 0,494 di mana nilai untuk kriteria atraksi (0,408), aksesibilitas (0,527), amenitas (0,553), akomodasi (0,545), dan aktivitas (0,527).



## 5.2 Saran

1. Bagi para pengelola atau staf Wisata Pantai Bontolan yang berada dalam wilayah Kabupaten Banggai Laut, disarankan untuk secara aktif menggunakan media sosial dalam mempromosikan Wisata Pantai Bontolan. Hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan konten yang menarik dan inovatif, serta menambahkan media promosi seperti website. Website tersebut mampu menampilkan berbagai informasi mengenai profil Wisata Pantai Bontolan, termasuk lokasi, video, foto, dan potensi lainnya, yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung.
2. Penelitian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan sehingga diperlukan studi lanjutan. Karena itu, penelitian berikutnya disarankan untuk melakukan analisis yang lebih mendalam terkait aspek keberlanjutan lingkungan, termasuk penilaian daya dukung kawasan serta potensi dampak ekologis dari aktivitas wisata. Penelitian selanjutnya juga diharapkan menelaah kelayakan ekonomi, peluang investasi, dan model pengembangan pariwisata yang paling sesuai dengan karakteristik Pantai Bontolan. Kajian mengenai persepsi serta tingkat keterlibatan masyarakat lokal juga penting agar pengembangan pariwisata dapat berjalan secara inklusif. Selain itu, penelitian berikutnya perlu menyoroti kebutuhan infrastruktur, kemudahan akses, dan ketersediaan fasilitas wisata. Pemanfaatan teknologi Sistem Informasi Geografis (SIG) serta pengukuran preferensi dan kepuasan wisatawan juga direkomendasikan untuk mendukung penyusunan strategi pengembangan kawasan yang lebih menyeluruh.

## DAFTAR RUJUKAN

### A. Buku

- Arjana, G. B. (2020). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Depok: PT Grafindo Persada.
- Ashoer, Muhammad, D. (2021). *Ekonomi Pariwisata (R. Watrianthos (ed.))*. Yayasan Kita Menulis.
- Isa, I. G. T., Elfaladonna, F., & Ariyanti, I. (2022). *Buku Ajar Sistem Pendukung Keputusan*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Muljadi. (2010). *Kepariwisataan Dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sugiaman, A. G. (2011). *Ecotourism; Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*. Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2010). *Makroekonomi Teori Pengantar*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Suparman, Muzakir, & Fattah, V. (2023). *Ekonomi Pariwisata: Teori Model, Konsep, dan Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*. Publica Indonesia Utama.
- Thomas L. Saaty, & Luis G. Vargas. (2012). *Model, Metode, Konsep & Aplikasi Proses Hierarki Analitik*. Springer Science & Business Media.
- Yulianda, F. (2019). *Ekowisata Perairan; Suatu Konsep Kesesuaian dan Daya Dukung Wisata Bahari dan Wisata Air Tawar*. IPB Press.
- Yulius, R. Rahmania, U. R. Kadarwati, M. Ramadhan, T. Khaurunnisa, D. Saepuloh, J. Subandriyo, & A. Tussadiah. (2018). *Buku Panduan; Kriteria Penetapan Zona Ekowisata Bahari*. IPB Press.

### B. Dokumen

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banggai Laut. (2024). Kabupaten Banggai Laut Dalam Angka 2024.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Banggai Laut. (2024). Rekapitulasi Jumlah Data Kunjungan Wisatawan Domestik Dan Mancanegara Tahun 2019-2023.

Mulya, Y. H. (2025). Wawancara dengan Pengelolaan Wisata Pantai Bontolan Kabupaten Banggai Laut.

Pengelola Pantai Bontolan. (2023). Jumlah Kunjungan Wisata Pantai Bontolan Kabupaten Banggai Laut Tahun 2022-2023.

Peraturan Bupati Banggai Nomor 34 Tahun 2017 Tentang Uraian Tugas, Fungsi Dan Tata Kerja Badan Kepegawaian Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.

Undang-Undang Nomor Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.

### **C. Sumber Lain**

Afandi, M. L. (2024). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Akomodasi, dan Aktivitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Malioboro. Universitas Dinamika.

Aliffianto, A. Y., Candraningrat, & Wibowo, J. (2017). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Nelayan Perkotaan Di Jawa Timur.

Andriani, N., & Jannah, M. (2022). Pengembangan Wisata Pantai Halal di Kabupaten Sumenep Dengan Pendekatan SWOT dan ANP. *Jurnal Seminar Nasional Manajemen*, 1(2).

Anwar, R. (2011). Pengembangan dan Keberlanjutan Wisata Bahari Di Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil Kota Makassar. Institut Pertanian Bogor.

Babo, J. P. (2016). Peranan Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Dalam Mengelola Wisata Pantai Kabupaten Banggai Laut. *Jurnal Eksklusif*, 1(7).

Bibin, M., & Ardian, A. (2020). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Songka Di Kota Palopo. *Edutourism Journal of Tourism Research*, 02(01), 72–78.

Devina. (2011). Tingkat Daya Tarik Objek Wisata Pantai Di Wilayah Karts Kabupaten Gunung Kidul. Universitas Indonesia.

Eichhorn, V., & Buhalis, D. (2011). Accessibility – A Key Objective For The Tourism Industry. *Accessible Tourism: Concepts and Issues*, 46–61.

Ghose, S., & Johann, M. (2018). Measuring Tourist Satisfaction With Destination Attributes. *Journal of Management and Financial Sciences*, 11(34), 9–22.

- Halimu, M. M. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Banggai Laut. Universitas Islam Malang.
- Huggins, R., Prokop, D., & Thompson, P. (2017). Entrepreneurship and the Determinants of Firm Survival Within Regions: Human Capital, Growth Motivation and Locational Conditions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(3-4), 357-389.
- Husin, Z. A. (2019). Analisis Potensi dan Kesesuaian Wisata Pantai Dulanga Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo. Universitas Negeri Gorontalo.
- Kusnanto, E. D. S., Egam, P. P., & Suryono. (2023). Pengembangan Kawasan Prioritas Pariwisata Di Kabupaten Banggai. *Jurnal Spasial*, 11(3), 88–98.
- Latif, J. M., Rustiadi, E., & Hidayat, J. T. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai di Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara. *Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Pedesaan*, 7(3), 263–283. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.29244/jp2wd.2023.7.3.263-283>
- Manurung, N., & Nababan, E. S. M. (2022). Kajian Prioritas Pengembangan Daerah Wisata Pantai Kecamatan Teluk Mengkudu Menggunakan Metode Analitical Hierarchy Process. *Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 5(2), 167–176.
- Mappa, Y. (2022). Studi Pengembangan Objek Wisata Danau (Studi Kasus: Danau Tendetung Di Kabupaten Banggai Kepulauan). Universitas Bosowa.
- Muharromah, G. L. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 152–164.
- Nizar, M. A. (2011). Tourism Effect on Economic Growth in Indonesia. *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*, 6(2), 195–211.
- Nugroho. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 124–131.
- Pratiwi, A. C. (2018). Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten/Kota Di Provinsi Daerah. *Jurnal Akuntansi Universitas Ahmad Dahlan*, 1–10.
- Riwukore, J. R., Habaora, F., & Yustini, T. (2021). Kondisi Eksisting Destinasi Pariwisata Pantai Lasiana Kota Kupang Berdasarkan Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Kelembagaan, dan Ekosistem Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 103–115.

- Rowidaningsih, S. (2023). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Pulau Jawa Tahun 2013-2020. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Seftiani, & Chandriyanti, I. (2023). Analisis Prioritas Pengembangan Kawasan Wisata Alam Pantai di Kabupaten Tanah Bumbu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 6(1), 372–380.
- Suanmali, S. (2014). Factors Affecting Tourist Satisfaction: An Empirical Study in the Northern Part of Thailand. *SHS Web of Conferences*, 7. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201027>
- Walangare, D., Delima, R., & Restiyandito. (2012). Sistem Prediksi Pertandingan Sepak Bola Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Informatika*. 8(2): 181-188
- Wijaya, K. A., Putra, E. S., & Triawati, K. (2023). Potensi Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Di Pantai Kaluku. *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.36417/jpp.v4i1.444>
- Windriyaningrum. (2013). Pengaruh Tingkat Hunian Hotel, Jumlah Wisatawan dan Jumlah Objek Wisata Terhadap Pendapatan Sektor Pariwisata di Kabupaten Kudus Tahun 1981-2011. *Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.
- Wiranto, M., Rachman, E., & Antu, Y. (2024). Pengelolaan Objek Wisata Pantai Bontolan Di Desa Bone Baru Banggai Laut Sulawesi Tengah. *Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(2), 535–540.
- Yulianti, D. (2020). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pada Masyarakat Pelaku Usaha di Sekitar Objek Wisata Pantai Tanjung Setia, Pekon Tanjung Setia Kec. Pesisir Selatan Kab. Pesisir Barat). Institut Agama Islam Negeri Metro.

## Lampiran 1

### **SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER**

Yth Bapak/Ibu  
Pengunjung Wisata Pantai Bontolan  
Di Kabupaten Banggai Laut

Dengan hormat,

Sehubungan dengan memenuhi kelengkapan penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako, dengan judul penelitian **“Potensi Pengembangan Kawasan Pariwisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut”**.

Dengan kerendahan hati, saya meminta waktu dan kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian ini yang dimaksudkan untuk memberikan informasi terkait Wisata Pantai Bontolan di Kabupaten Banggai Laut. Saya berharap Bapak/Ibu dapat mengisinya secara objektif, karena kuesioner ini untuk penelitian skripsi dengan tujuan ilmiah sehingga diperlukan data yang valid. Kesungguhan dalam memberikan jawaban akan sangat bermanfaat dan membantu keberhasilan penelitian ini. Atas bantuan dan informasinya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Rasma

## Lampiran 2 Jawaban AHP

- Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria

a. Expert 1

[illegible]

b. Expert 2

[illegible]

---

c. Expert 3

Kriteria	Skala																		Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Atraksi							√											Aksesibilitas	
Atraksi							√											Amenitas	
Atraksi								√										Akomodasi	
Atraksi								√										Aktivitas	
Aksesibilitas								√										Amenitas	
Aksesibilitas							√											Akomodasi	
Aksesibilitas								√										Aktivitas	
Amenitas								√										Akomodasi	
Amenitas							√											Aktivitas	
Akomodasi											√							Aktivitas	

---

d. Expert 4

[illegible]

[illegible]

## e. Expert 5

Kriteria	Skala																		Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Atraksi							√											Aksesibilitas	
Atraksi												√						Amenitas	
Atraksi								√										Akomodasi	
Atraksi								√										Aktivitas	
Aksesibilitas								√										Amenitas	
Aksesibilitas							√											Akomodasi	
Aksesibilitas								√										Aktivitas	
Amenitas								√										Akomodasi	
Amenitas							√											Aktivitas	
Akomodasi												√						Aktivitas	

## f. Expert 6

[illegible]

## g. Expert 7

[illegible]

#### h. Expert 8

[illegible]



Akomodasi								√										Aktivitas
-----------	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------

- Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Atraksi

a. Expert 1

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Pantai Bersih							√											Pemandangan Laut	
Pantai Bersih								√										Keindahan Bawah Laut	
Pemandangan Laut							√											Keindahan Bawah Laut	

b. Expert 2

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Pantai Bersih								√										Pemandangan Laut	
Pantai Bersih							√											Keindahan Bawah Laut	
Pemandangan Laut							√											Keindahan Bawah Laut	

c. Expert 3

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Pantai Bersih							√											Pemandangan Laut	
Pantai Bersih								√										Keindahan Bawah Laut	
Pemandangan Laut							√											Keindahan Bawah Laut	

d. Expert 4

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Pantai Bersih								√										Pemandangan Laut	
Pantai Bersih								√										Keindahan Bawah Laut	
Pemandangan Laut							√											Keindahan Bawah Laut	

e. Expert 5

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Pantai Bersih							√											Pemandangan Laut	
Pantai Bersih								√										Keindahan Bawah Laut	
Pemandangan Laut							√											Keindahan Bawah Laut	

f. Expert 6

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Pantai Bersih							√											Pemandangan Laut	
Pantai Bersih							√											Keindahan Bawah Laut	
Pemandangan Laut											√							Keindahan Bawah Laut	

g. Expert 7

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Pantai Bersih											√							Pemandangan Laut	
Pantai Bersih										√								Keindahan Bawah Laut	
Pemandangan Laut							√											Keindahan Bawah Laut	

h. Expert 8

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Pantai Bersih							√											Pemandangan Laut	
Pantai Bersih								√										Keindahan Bawah Laut	
Pemandangan Laut								√										Keindahan Bawah Laut	

- Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aksesibilitas



Fasilitas Umum							√											Fasilitas Transportasi
Fasilitas Penunjang								√										Fasilitas Transportasi

## b. Expert 2

Sub Kriteria	Skala																	Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Penunjang
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Transportasi
Fasilitas Penunjang								√										Fasilitas Transportasi

## c. Expert 3

Sub Kriteria	Skala																	Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Penunjang
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Transportasi
Fasilitas Penunjang							√											Fasilitas Transportasi

## d. Expert 4

Sub Kriteria	Skala																	Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Fasilitas Umum								√										Fasilitas Penunjang
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Transportasi
Fasilitas Penunjang							√											Fasilitas Transportasi

## e. Expert 5

Sub Kriteria	Skala																	Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Penunjang
Fasilitas Umum								√										Fasilitas Transportasi
Fasilitas Penunjang								√										Fasilitas Transportasi

## f. Expert 6

Sub Kriteria	Skala																	Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Penunjang
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Transportasi
Fasilitas Penunjang										√								Fasilitas Transportasi

## g. Expert 7

Sub Kriteria	Skala																	Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Penunjang
Fasilitas Umum										√								Fasilitas Transportasi
Fasilitas Penunjang										√								Fasilitas Transportasi

## h. Expert 8

Sub Kriteria	Skala																	Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Penunjang
Fasilitas Umum							√											Fasilitas Transportasi
Fasilitas Penunjang								√										Fasilitas Transportasi

- Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Akomodasi

## a. Expert 1

Sub Kriteria	Skala																	Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Penginapan/Homestay							√											Gazebo
Penginapan/Homestay							√											Area Berkemah
Gazebo							√											Area Berkemah

## b. Expert 2

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Penginapan/Homestay							√											Gazebo	
Penginapan/Homestay							√											Area Berkemah	
Gazebo								√										Area Berkemah	

## c. Expert 3

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Penginapan/Homestay							√											Gazebo	
Penginapan/Homestay								√										Area Berkemah	
Gazebo							√											Area Berkemah	

## d. Expert 4

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Penginapan/Homestay							√											Gazebo	
Penginapan/Homestay								√										Area Berkemah	
Gazebo								√										Area Berkemah	

## e. Expert 5

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Penginapan/Homestay								√										Gazebo	
Penginapan/Homestay							√											Area Berkemah	
Gazebo							√											Area Berkemah	

## f. Expert 6

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Penginapan/Homestay							√											Gazebo	
Penginapan/Homestay										√								Area Berkemah	
Gazebo							√											Area Berkemah	

## g. Expert 7

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Penginapan/Homestay										√								Gazebo	
Penginapan/Homestay							√											Area Berkemah	
Gazebo							√											Area Berkemah	

## h. Expert 8

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Penginapan/Homestay											√							Gazebo	
Penginapan/Homestay							√											Area Berkemah	
Gazebo								√										Area Berkemah	

- Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aktivitas

## a. Expert 1

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Menyelam dan Snorkeling							√											Menikmati Pemandangan	
Menyelam dan Snorkeling							√											Bersantai Di Tepi Pantai	
Menyelam dan Snorkeling								√										Menaiki Donat Boat	
Menikmati Pemandangan											√							Bersantai Di Tepi Pantai	
Menikmati Pemandangan											√							Menaiki Donat Boat	
Bersantai Di Tepi Pantai											√							Menaiki Donat Boat	

## b. Expert 2

[illegible]

c. Expert 3

Sub Kriteria	Skala																Sub Kriteria	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
Menyelam dan Snorkeling							√											Menikmati Pemandangan
Menyelam dan Snorkeling								√										Bersantai Di Tepi Pantai
Menyelam dan Snorkeling							√											Menaiki Donat Boat
Menikmati Pemandangan											√							Bersantai Di Tepi Pantai
Menikmati Pemandangan											√							Menaiki Donat Boat
Bersantai Di Tepi Pantai										√								Menaiki Donat Boat

d. Expert 4

Sub Kriteria	Skala																Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	
Menyelam dan Snorkeling							√										Menikmati Pemandangan
Menyelam dan Snorkeling							√										Bersantai Di Tepi Pantai
Menyelam dan Snorkeling								√									Menaiki Donat Boat
Menikmati Pemandangan											√						Bersantai Di Tepi Pantai
Menikmati Pemandangan											√						Menaiki Donat Boat
Bersantai Di Tepi Pantai											√						Menaiki Donat Boat

e. Expert 5

Sub Kriteria	Skala																Sub Kriteria	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
Menyelam dan Snorkeling							√											Menikmati Pemandangan
Menyelam dan Snorkeling								√										Bersantai Di Tepi Pantai
Menyelam dan Snorkeling							√											Menaiki Donat Boat
Menikmati Pemandangan										√								Bersantai Di Tepi Pantai
Menikmati Pemandangan											√							Menaiki Donat Boat
Bersantai Di Tepi Pantai											√							Menaiki Donat Boat

## f. Expert 6

Sub Kriteria	Skala																Sub Kriteria	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
Menyelam dan Snorkeling							√											Menikmati Pemandangan
Menyelam dan Snorkeling								√										Bersantai Di Tepi Pantai
Menyelam dan Snorkeling							√											Menaiki Donat Boat
Menikmati Pemandangan											√							Bersantai Di Tepi Pantai
Menikmati Pemandangan										√								Menaiki Donat Boat
Bersantai Di Tepi Pantai											√							Menaiki Donat Boat

## g. Expert 7

Sub Kriteria	Skala																Sub Kriteria	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
Menyelam dan Snorkeling							√											Menikmati Pemandangan
Menyelam dan Snorkeling							√											Bersantai Di Tepi Pantai
Menyelam dan Snorkeling										√								Menaiki Donat Boat
Menikmati Pemandangan										√								Bersantai Di Tepi Pantai
Menikmati Pemandangan											√							Menaiki Donat Boat
Bersantai Di Tepi Pantai										√								Menaiki Donat Boat

## h. Expert 8

Sub Kriteria	Skala																		Sub Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Menyelam dan Snorkeling							√											Menikmati Pemandangan	
Menyelam dan Snorkeling							√											Bersantai Di Tepi Pantai	
Menyelam dan Snorkeling							√											Menaiki Donat Boat	
Menikmati Pemandangan							√											Bersantai Di Tepi Pantai	
Menikmati Pemandangan											√							Menaiki Donat Boat	
Bersantai Di Tepi Pantai											√							Menaiki Donat Boat	

- Matriks perbandingan berpasangan antar alternatif strategi pada kriteria Atraksi

## a. Expert 1

Alternatif	Skala																		Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Menambah kegiatan promosi											√							Meningkatkan infrastruktur objek wisata	
Menambah kegiatan promosi											√							Meningkatkan kualitas layanan	
Meningkatkan infrastruktur objek wisata										√								Meningkatkan kualitas layanan	

## b. Expert 2

Alternatif	Skala																		Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata	
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan	
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan	

## c. Expert 3

Alternatif	Skala																		Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan	
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan	

## d. Expert 4

Alternatif	Skala																		Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan infrastruktur objek wisata	
Menambah kegiatan promosi											√							Meningkatkan kualitas layanan	
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan	

## e. Expert 5

Alternatif	Skala																		Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan infrastruktur objek wisata	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan	
Meningkatkan infrastruktur objek wisata										√								Meningkatkan kualitas layanan	

## f. Expert 6

Alternatif	Skala																		Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata	
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan	

Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan
---	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------------------------

## g. Expert 7

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan

## h. Expert 8

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi											√							Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi										√								Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan

- Matriks perbandingan berpasangan antar alternatif strategi pada kriteria Aksesibilitas

## a. Expert 1

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata										√								Meningkatkan kualitas layanan

## b. Expert 2

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan

## c. Expert 3

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan

## d. Expert 4

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## e. Expert 5

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan

Meningkatkan infrastruktur objek wisata										√								Meningkatkan kualitas layanan
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	-------------------------------

## f. Expert 6

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## g. Expert 7

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi											√							Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## h. Expert 8

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi						√												Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

- Matriks perbandingan berpasangan antar alternatif strategi pada kriteria Amenitas

## a. Expert 1

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan

## b. Expert 2

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata										√								Meningkatkan kualitas layanan

## c. Expert 3

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## d. Expert 4

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan



Meningkatkan infrastruktur objek wisata										√								Meningkatkan kualitas layanan
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	-------------------------------

## e. Expert 5

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## f. Expert 6

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## g. Expert 7

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## h. Expert 8

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata									√									Meningkatkan kualitas layanan

- Matriks perbandingan berpasangan antar alternatif strategi pada kriteria Akomodasi

## a. Expert 1

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## b. Expert 2

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata									√									Meningkatkan kualitas layanan

## c. Expert 3

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan

Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan
---	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------------------------

## d. Expert 4

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan

## e. Expert 5

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## f. Expert 6

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## g. Expert 7

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## h. Expert 8

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

- Matriks perbandingan berpasangan antar alternatif strategi pada kriteria Aktivitas

## a. Expert 1

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi											√							Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## b. Expert 2

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan

Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan
---	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------------------------

## c. Expert 3

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan

## d. Expert 4

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi								√										Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## e. Expert 5

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan

## f. Expert 6

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

## g. Expert 7

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata								√										Meningkatkan kualitas layanan

## h. Expert 8

Alternatif	Skala																	Alternatif
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Menambah kegiatan promosi						√												Meningkatkan infrastruktur objek wisata
Menambah kegiatan promosi							√											Meningkatkan kualitas layanan
Meningkatkan infrastruktur objek wisata							√											Meningkatkan kualitas layanan

### Lampiran 3

- Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Kriteria

a. Expert 1

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1.000	2.000	2.000	3.000	2.000
Aksesibilitas	0.500	1.000	0.500	2.000	3.000
Amenitas	0.500	2.000	1.000	3.000	2.000
Akomodasi	0.333	0.500	0.333	1.000	0.500
Aktivitas	0.500	0.333	0.500	2.000	1.000

b. Expert 2

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1.000	0.333	2.000	3.000	3.000
Aksesibilitas	3.000	1.000	3.000	2.000	2.000
Amenitas	0.500	0.333	1.000	4.000	2.000
Akomodasi	0.333	0.500	0.250	1.000	0.500
Aktivitas	0.333	0.500	0.500	2.000	1.000

c. Expert 3

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1.000	3.000	3.000	2.000	2.000
Aksesibilitas	0.333	1.000	2.000	3.000	2.000
Amenitas	0.333	0.500	1.000	2.000	3.000
Akomodasi	0.500	0.333	0.500	1.000	0.333
Aktivitas	0.500	0.500	0.333	3.000	1.000

d. Expert 4

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1.000	2.000	3.000	3.000	2.000
Aksesibilitas	0.500	1.000	3.000	2.000	3.000
Amenitas	0.333	0.333	1.000	3.000	2.000
Akomodasi	0.333	0.500	0.333	1.000	3.000
Aktivitas	0.500	0.333	0.500	0.333	1.000

e. Expert 5

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1.000	3.000	0.333	2.000	2.000
Aksesibilitas	0.333	1.000	2.000	3.000	2.000
Amenitas	3.000	0.500	1.000	2.000	3.000
Akomodasi	0.500	0.333	0.500	1.000	0.333
Aktivitas	0.500	0.500	0.333	3.000	1.000

f. Expert 6

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1.000	2.000	2.000	3.000	3.000
Aksesibilitas	0.500	1.000	3.000	2.000	2.000
Amenitas	0.500	0.333	1.000	4.000	2.000
Akomodasi	0.333	0.500	0.250	1.000	0.500
Aktivitas	0.333	0.500	0.500	2.000	1.000

g. Expert 7

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1.000	2.000	2.000	3.000	2.000
Aksesibilitas	0.500	1.000	0.500	2.000	3.000
Amenitas	0.500	2.000	1.000	3.000	2.000
Akomodasi	0.333	0.500	0.333	1.000	0.500
Aktivitas	0.500	0.333	0.500	2.000	1.000

## h. Expert 8

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1.000	0.333	3.000	3.000	2.000
Aksesibilitas	3.000	1.000	3.000	2.000	3.000
Amenitas	0.333	0.333	1.000	3.000	2.000
Akomodasi	0.333	0.500	0.333	1.000	3.000
Aktivitas	0.500	0.333	0.500	0.333	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Kriteia

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas
Atraksi	1.000	1.413	1.860	2.710	2.213
Aksesibilitas	0.706	1.000	1.732	2.213	2.449
Amenitas	0.537	0.577	1.000	2.912	2.213
Akomodasi	0.368	0.451	0.343	1.000	0.706
Aktivitas	0.451	0.408	0.451	1.413	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>3.062</b>	<b>3.849</b>	<b>5.386</b>	<b>10.248</b>	<b>8.581</b>

## ❖ Normalisasi Matriks Berpasangan Antar Kriteria

Kriteria	Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Akomodasi	Aktivitas	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Atraksi	0.326	0.367	0.345	0.264	0.257	1.559	0.311	0.952
Aksesibilitas	0.230	0.259	0.321	0.215	0.285	1.310	0.262	1.008
Amenitas	0.175	0.149	0.185	0.284	0.257	1.050	0.210	1.131
Akomodasi	0.120	0.117	0.063	0.097	0.082	0.479	0.095	0.973
Aktivitas	0.147	0.106	0.083	0.137	0.116	0.589	0.117	1.003
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>5.000</b>	<b>1.000</b>	<b>5.067</b>

## • Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Atraksi

## a. Expert 1

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1.000	3.000	2.000
Pemandangan Laut	0.333	1.000	3.000
Keindahan Bawah Laut	0.500	0.333	1.000

## b. Expert 2

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1.000	2.000	3.000
Pemandangan Laut	0.500	1.000	3.000
Keindahan Bawah Laut	0.333	0.333	1.000

## c. Expert 3

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1.000	3.000	2.000
Pemandangan Laut	0.333	1.000	3.000
Keindahan Bawah Laut	0.500	0.333	1.000

## d. Expert 4

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1.000	2.000	2.000
Pemandangan Laut	0.500	1.000	3.000
Keindahan Bawah Laut	0.500	0.333	1.000

## e. Expert 5

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1.000	3.000	2.000
Pemandangan Laut	0.333	1.000	3.000
Keindahan Bawah Laut	0.500	0.333	1.000

## f. Expert 6

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1.000	3.000	3.000
Pemandangan Laut	0.333	1.000	0.333
Keindahan Bawah Laut	0.333	3.000	1.000

## g. Expert 7

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1.000	0.333	0.500
Pemandangan Laut	3.000	1.000	3.000
Keindahan Bawah Laut	2.000	0.333	1.000

## h. Expert 8

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1.000	3.000	2.000
Pemandangan Laut	0.333	1.000	2.000
Keindahan Bawah Laut	0.500	0.500	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Atraksi

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut
Pantai Bersih	1.000	2.059	1.861
Pemandangan Laut	0.485	1.000	2.166
Keindahan Bawah Laut	0.537	0.461	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>2.022</b>	<b>3.520</b>	<b>5.027</b>

## ❖ Normalisasi Matriks Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Atraksi

Sub Kriteria	Pantai Bersih	Pemandangan Laut	Keindahan Bawah Laut	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Pantai Bersih	0.494	0.584	0.370	1.448	0.482	0.974
Pemandangan Laut	0.239	0.284	0.430	0.953	0.317	1.115
Keindahan Bawah Laut	0.265	0.130	0.198	0.593	0.197	0.990
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.079</b>

## • Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aksesibilitas

## a. Expert 1

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
Akses Jalan	1.000	2.000	3.000
Akses Informasi	0.500	1.000	0.333
Akses Transportasi Umum	0.333	3.000	1.000

## b. Expert 2

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
Akses Jalan	1.000	3.000	3.000
Akses Informasi	0.333	1.000	0.500
Akses Transportasi Umum	0.333	2.000	1.000

## c. Expert 3

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
Akses Jalan	1.000	3.000	3.000
Akses Informasi	0.333	1.000	0.333
Akses Transportasi Umum	0.333	3.000	1.000

## d. Expert 4

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
--------------	-------------	-----------------	-------------------------

Akses Jalan	1.000	3.000	3.000
Akses Informasi	0.333	1.000	3.000
Akses Transportasi Umum	0.333	0.333	1.000

## e. Expert 5

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
Akses Jalan	1.000	3.000	2.000
Akses Informasi	0.333	1.000	0.333
Akses Transportasi Umum	0.500	3.000	1.000

## f. Expert 6

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
Akses Jalan	1.000	3.000	3.000
Akses Informasi	0.333	1.000	2.000
Akses Transportasi Umum	0.333	0.500	1.000

## g. Expert 7

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
Akses Jalan	1.000	3.000	2.000
Akses Informasi	0.333	1.000	0.333
Akses Transportasi Umum	0.500	3.000	1.000

## h. Expert 8

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
Akses Jalan	1.000	2.000	2.000
Akses Informasi	0.500	1.000	0.333
Akses Transportasi Umum	0.500	3.000	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aksesibilitas

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum
Akses Jalan	1.000	2.710	2.576
Akses Informasi	0.368	1.000	0.576
Akses Transportasi Umum	0.387	1.731	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>1.755</b>	<b>5.441</b>	<b>4.152</b>

## ❖ Normalisasi Matriks Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aksesibilitas

Sub Kriteria	Akses Jalan	Akses Informasi	Akses Transportasi Umum	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Akses Jalan	0.569	0.498	0.620	1.687	0.562	0.986
Akses Informasi	0.209	0.183	0.138	0.530	0.176	0.957
Akses Transportasi Umum	0.220	0.318	0.240	0.778	0.259	1.075
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.018</b>

## • Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Amenitas

## a. Expert 1

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1.000	2.000	3.000
Fasilitas Penunjang	0.500	1.000	2.000
Fasilitas Transportasi	0.333	0.500	1.000

## b. Expert 2

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1.000	3.000	3.000
Fasilitas Penunjang	0.333	1.000	2.000
Fasilitas Transportasi	0.333	0.500	1.000

## c. Expert 3

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1.000	3.000	3.000
Fasilitas Penunjang	0.333	1.000	3.000
Fasilitas Transportasi	0.333	0.333	1.000

## d. Expert 4

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1.000	2.000	3.000
Fasilitas Penunjang	0.500	1.000	3.000
Fasilitas Transportasi	0.333	0.333	1.000

## e. Expert 5

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1.000	3.000	2.000
Fasilitas Penunjang	0.333	1.000	2.000
Fasilitas Transportasi	0.500	0.500	1.000

## f. Expert 6

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1.000	3.000	3.000
Fasilitas Penunjang	0.333	1.000	0.500
Fasilitas Transportasi	0.333	2.000	1.000

## g. Expert 7

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1.000	3.000	0.500
Fasilitas Penunjang	0.333	1.000	0.500
Fasilitas Transportasi	2.000	2.000	1.000

## h. Expert 8

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1.000	3.000	3.000
Fasilitas Penunjang	0.333	1.000	2.000
Fasilitas Transportasi	0.333	0.500	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Amenitas

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi
Fasilitas Umum	1.000	2.710	2.279
Fasilitas Penunjang	0.368	1.000	1.565
Fasilitas Transportasi	0.438	0.638	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>1.806</b>	<b>4.348</b>	<b>4.844</b>

## ❖ Normalisasi Matriks Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Amenitas

Sub Kriteria	Fasilitas Umum	Fasilitas Penunjang	Fasilitas Transportasi	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Fasilitas Umum	0.553	0.623	0.470	1.646	0.548	0.989
Fasilitas Penunjang	0.203	0.229	0.323	0.755	0.251	1.091
Fasilitas Transportasi	0.242	0.146	0.206	0.594	0.198	0.959
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.039</b>

## • Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Akomodasi

## a. Expert 1

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/Homestay	1.000	3.000	3.000



Gazebo	0.333	1.000	3.000
Area Berkemah	0.333	0.333	1.000

## b. Expert 2

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/Homestay	1.000	3.000	3.000
Gazebo	0.333	1.000	2.000
Area Berkemah	0.333	0.500	1.000

## c. Expert 3

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/Homestay	1.000	3.000	2.000
Gazebo	0.333	1.000	3.000
Area Berkemah	0.500	0.333	1.000

## d. Expert 4

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/Homestay	1.000	3.000	2.000
Gazebo	0.333	1.000	2.000
Area Berkemah	0.500	0.500	1.000

## e. Expert 5

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/Homestay	1.000	2.000	3.000
Gazebo	0.500	1.000	3.000
Area Berkemah	0.333	0.500	1.000

## f. Expert 6

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/Homestay	1.000	3.000	0.500
Gazebo	0.333	1.000	3.000
Area Berkemah	2.000	0.333	1.000

## g. Expert 7

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/Homestay	1.000	0.500	3.000
Gazebo	2.000	1.000	3.000
Area Berkemah	0.333	0.333	1.000

## h. Expert 8

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/Homestay	1.000	0.333	3.000
Gazebo	3.000	1.000	2.000
Area Berkemah	0.333	0.500	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Akomodasi

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah
Penginapan/Homestay	1.000	1.731	2.166
Gazebo	0.576	1.000	2.576
Area Berkemah	0.461	0.408	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>2.037</b>	<b>3.139</b>	<b>5.742</b>

## ❖ Normalisasi Matriks Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Akomodasi

Sub Kriteria	Penginapan/Homestay	Gazebo	Area Berkemah	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Penginapan/Homestay	0.490	0.551	0.377	1.418	0.472	0.961
Gazebo	0.282	0.318	0.448	1.048	0.349	1.095
Area Berkemah	0.226	0.129	0.174	0.529	0.176	1.010
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.066</b>

- Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aktivitas

a. Expert 1

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki Donat Boat
Menyelam dan Snorkeling	1.000	3.000	3.000	2.000
Menikmati Pemandangan	0.333	1.000	0.333	0.333
Bersantai di Tepi Pantai	0.333	3.000	1.000	0.333
Menaiki Donat Boat	0.500	3.000	3.000	1.000

b. Expert 2

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki Donat Boat
Menyelam dan Snorkeling	1.000	3.000	3.000	0.333
Menikmati Pemandangan	0.333	1.000	0.333	0.333
Bersantai di Tepi Pantai	0.333	3.000	1.000	0.333
Menaiki Donat Boat	3.000	3.000	3.000	1.000

c. Expert 3

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki Donat Boat
Menyelam dan Snorkeling	1.000	3.000	2.000	3.000
Menikmati Pemandangan	0.333	1.000	0.333	0.333
Bersantai di Tepi Pantai	0.500	3.000	1.000	0.500
Menaiki Donat Boat	0.333	3.000	2.000	1.000

d. Expert 4

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki Donat Boat
Menyelam dan Snorkeling	1.000	3.000	3.000	2.000
Menikmati Pemandangan	0.333	1.000	0.333	0.333
Bersantai di Tepi Pantai	0.333	3.000	1.000	0.333
Menaiki Donat Boat	0.500	3.000	3.000	1.000

e. Expert 5

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki Donat Boat
Menyelam dan Snorkeling	1.000	3.000	2.000	3.000
Menikmati Pemandangan	0.333	1.000	0.500	0.333
Bersantai di Tepi Pantai	0.500	2.000	1.000	0.333
Menaiki Donat Boat	0.333	3.000	3.000	1.000

f. Expert 6

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki Donat Boat
Menyelam dan Snorkeling	1.000	3.000	2.000	3.000
Menikmati Pemandangan	0.333	1.000	0.333	0.500
Bersantai di Tepi Pantai	0.500	3.000	1.000	0.333
Menaiki Donat Boat	0.333	2.000	3.000	1.000

g. Expert 7

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki Donat Boat
Menyelam dan Snorkeling	1.000	3.000	3.000	0.500
Menikmati Pemandangan	0.333	1.000	0.500	0.333
Bersantai di Tepi Pantai	0.333	2.000	1.000	0.500
Menaiki Donat Boat	2.000	3.000	2.000	1.000

## h. Expert 8

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki <i>Donat Boat</i>
Menyelam dan Snorkeling	1.000	3.000	3.000	3.000
Menikmati Pemandangan	0.333	1.000	3.000	0.333
Bersantai di Tepi Pantai	0.333	0.333	1.000	0.333
Menaiki <i>Donat Boat</i>	0.333	3.000	3.000	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aktivitas

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki <i>Donat Boat</i>
Menyelam dan Snorkeling	1.000	3.000	2.576	1.646
Menikmati Pemandangan	0.332	1.000	0.485	0.350
Bersantai di Tepi Pantai	0.387	2.059	1.000	0.368
Menaiki <i>Donat Boat</i>	0.607	2.851	2.710	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>2.326</b>	<b>8.910</b>	<b>6.771</b>	<b>3.364</b>

## ❖ Normalisasi Matriks Berpasangan Tingkat Kepentingan Antar Sub Kriteria Pada Kriteria Aktivitas

Sub Kriteria	Menyelam dan Snorkeling	Menikmati Pemandangan	Bersantai di Tepi Pantai	Menaiki <i>Donat Boat</i>	Jumlah	Prioritas Bobot	Eigen Value
Menyelam dan Snorkeling	0.429	0.336	0.380	0.489	1.634	0.408	0.949
Menikmati Pemandangan	0.142	0.112	0.071	0.104	0.429	0.107	0.953
Bersantai di Tepi Pantai	0.166	0.231	0.147	0.109	0.653	0.163	1.103
Menaiki <i>Donat Boat</i>	0.260	0.319	0.400	0.297	1.276	0.319	1.073
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>4.000</b>	<b>1.000</b>	<b>4.078</b>

## • Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Atraksi

## a. Expert 1

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	0.333	0.333
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	3.000	1.000	0.500
Meningkatkan Kualitas Layanan	3.000	2.000	1.000

## b. Expert 2

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.500	1.000

## c. Expert 3

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000

Objek Wisata			
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.500	1.000

## d. Expert 4

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	0.333
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	3.000	0.333	1.000

## e. Expert 5

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	0.500
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	2.000	1.000

## f. Expert 6

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.333	1.000

## g. Expert 7

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.500	1.000

## h. Expert 8

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	0.333	0.500
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	3.000	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	2.000	0.500	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Atraksi

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	1.564	1.250

Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.638	1.000	1.565
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.799	0.638	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>2.437</b>	<b>3.202</b>	<b>3.815</b>

❖ Normalisasi Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Atraksi

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan	Jumlah	Prioritas Bobot
Menambah Kegiatan Promosi	0.410	0.488	0.327	1.225	0.408
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.261	0.312	0.410	0.983	0.327
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.327	0.199	0.262	0.788	0.262
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.000</b>	<b>1.000</b>

• Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Aksesibilitas

a. Expert 1

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	0.500
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	2.000	1.000

b. Expert 2

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.500	1.000

c. Expert 3

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.500	1.000

d. Expert 4

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	3.000

Meningkatkan Kualitas Layanan	0.50	0.333	1.000
-------------------------------	------	-------	-------

## e. Expert 5

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	0.500
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	2.000	1.000

## f. Expert 6

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.333	1.000

## g. Expert 7

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	0.333	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	3.000	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.333	1.000

## h. Expert 8

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	4.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.250	0.500	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Aksesibilitas

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.059	2.539
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.485	1.000	1.646
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.393	0.607	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>1.878</b>	<b>3.666</b>	<b>5.185</b>

## ❖ Normalisasi Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Aksesibilitas

Alternatif	Menambah Kegiatan	Meningkatkan Infrastruktur	Meningkatkan	Jumlah	Prioritas
------------	-------------------	----------------------------	--------------	--------	-----------

	Promosi	Objek Wisata	Kualiatas Layanan		Bobot
Menambah Kegiatan Promosi	0.532	0.561	0.489	1.582	0.527
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.258	0.272	0.317	0.847	0.282
Meningkatkan Kualiatas Layanan	0.209	0.165	0.192	0.566	0.188
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.000</b>	<b>1.000</b>

• Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Amenitas

a. Expert 1

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualiatas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	2.000
Meningkatkan Kualiatas Layanan	0.500	0.500	1.000

b. Expert 2

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualiatas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	0.500
Meningkatkan Kualiatas Layanan	0.333	2.000	1.000

c. Expert 3

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualiatas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	3.000
Meningkatkan Kualiatas Layanan	0.333	0.333	1.000

d. Expert 4

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualiatas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	0.500
Meningkatkan Kualiatas Layanan	0.500	2.000	1.000

e. Expert 5

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualiatas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	3.000
Meningkatkan Kualiatas Layanan	0.333	0.333	1.000

Layanan			
---------	--	--	--

## f. Expert 6

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.333	1.000

## g. Expert 7

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.500	1.000

## h. Expert 8

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	0.500
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	2.000	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Amenitas

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.710	2.328
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.368	1.000	1.384
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.429	0.722	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>1.797</b>	<b>4.432</b>	<b>4.712</b>

## ❖ Normalisasi Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Amenitas

Alternatif	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan	Jumlah	Prioritas Bobot
Menambah Kegiatan Promosi	0.556	0.611	0.494	1.661	0.553
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.204	0.225	0.293	0.722	0.240
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.238	0.162	0.212	0.612	0.204
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.000</b>	<b>1.000</b>

## • Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Akomodasi

## a. Expert 1



<b>Alternatif</b>	<b>Menambah Kegiatan Promosi</b>	<b>Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata</b>	<b>Meningkatkan Kualitas Layanan</b>
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.333	1.000

## b. Expert 2

<b>Alternatif</b>	<b>Menambah Kegiatan Promosi</b>	<b>Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata</b>	<b>Meningkatkan Kualitas Layanan</b>
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	0.500
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	2.000	1.000

## c. Expert 3

<b>Alternatif</b>	<b>Menambah Kegiatan Promosi</b>	<b>Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata</b>	<b>Meningkatkan Kualitas Layanan</b>
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.333	1.000

## d. Expert 4

<b>Alternatif</b>	<b>Menambah Kegiatan Promosi</b>	<b>Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata</b>	<b>Meningkatkan Kualitas Layanan</b>
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.500	1.000

## e. Expert 5

<b>Alternatif</b>	<b>Menambah Kegiatan Promosi</b>	<b>Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata</b>	<b>Meningkatkan Kualitas Layanan</b>
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.333	1.000

## f. Expert 6

<b>Alternatif</b>	<b>Menambah Kegiatan Promosi</b>	<b>Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata</b>	<b>Meningkatkan Kualitas Layanan</b>
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.500	1.000

## g. Expert 7

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.500	1.000

## h. Expert 8

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.333	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Akomodasi

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.576	2.449
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.387	1.000	2.059
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.408	0.485	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>1.795</b>	<b>4.061</b>	<b>5.508</b>

## ❖ Normalisasi Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Akomodasi

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan	Jumlah	Prioritas Bobot
Menambah Kegiatan Promosi	0.557	0.634	0.444	1.635	0.545
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.215	0.246	0.373	0.834	0.278
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.227	0.119	0.181	0.527	0.175
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.000</b>	<b>1.000</b>

## • Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Aktivitas

## a. Expert 1

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	0.333	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	3.000	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.333	1.000

## b. Expert 2

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.333	1.000

## c. Expert 3

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	2.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.500	0.500	1.000

## d. Expert 4

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.500	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.333	1.000

## e. Expert 5

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.500	1.000

## f. Expert 6

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.333	1.000

## g. Expert 7

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	3.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.333	1.000	2.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.500	1.000

## h. Expert 8

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	4.000	3.000
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.250	1.000	3.000
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.333	0.333	1.000

## ❖ Matriks Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Aktivitas

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Menambah Kegiatan Promosi	1.000	2.134	2.710
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.468	1.000	2.576
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.368	0.387	1.000
<b>Jumlah</b>	<b>1.836</b>	<b>3.521</b>	<b>6.286</b>

## ❖ Normalisasi Perbandingan Berpasangan Antar Alternatif Strategi Pada Kriteria Aktivitas

<b>Alternatif</b>	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan	Jumlah	Prioritas Bobot
Menambah Kegiatan Promosi	0.544	0.606	0.431	1.581	0.527
Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	0.254	0.284	0.409	0.947	0.315
Meningkatkan Kualitas Layanan	0.200	0.109	0.159	0.468	0.156
<b>Jumlah</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>3.000</b>	<b>1.000</b>

## ❖ Hasil Perbandingan Berpasangan Bobot Alternatif Antar Kriteria

<b>Kriteria</b>	<b>Alternatif</b>		
	Menambah Kegiatan Promosi	Meningkatkan Infrastruktur Objek Wisata	Meningkatkan Kualitas Layanan
Atraksi	0.408	0.327	0.262
Aksesibilitas	0.527	0.282	0.188
Amenitas	0.553	0.240	0.204
Akomodasi	0.545	0.278	0.175
Aktivitas	0.527	0.315	0.156

## Lampiran 4



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS TADULAKO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Kampus Bumi Tadulako Tondo – Sulawesi Tengah 94111  
Jl. Soekarno Hatta Km. 9 Telp/Fax : 0451 429393  
website: fekon.untad.ac.id email: untad@untad.ac.id

Nomor : 12207 /UN28.4/AK/2024  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Bantuan Data dan Penelitian

Palu, 03 Desember 2024

Yth. Pemilik Wisata Pantai Bontolan

Di

Tempat

Dengan Hormat, Sehubungan dengan Penelitian mahasiswa kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan bantuan data yang dibutuhkan oleh Mahasiswa kami :

Nama : Rasma  
Stambuk : C10120110  
Jurusan : S1 Ekonomi Pembangunan  
Alamat Mahasiswa : Jl. Asam II

Dalam usahanya menyelesaikan proposal/skripsi dengan judul "Potensi Pengembangan Kawasan Pariwisata Pantai Bontolan Di Kabupaten Banggai Laut"

Catatan:

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Ekky Karim, SE, M.Acc., Ak.  
NIP.19710806 199903 1 001



## Lampiran 5



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS TADULAKO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Kampus Bumi Tadulako Tondo – Sulawesi Tengah 94111  
Jl. Sockarno Hatta Km. 9 Telp/Fax : 0451 429393  
website: fekon.untad.ac.id email: untad@untad.ac.id

Nomor : 12432 /UN28.4/AK/2024  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Bantuan Data dan Penelitian

Palu, 09 Desember 2024

Yth. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Banggai Laut

Di

Tempat

Dengan Hormat, Sehubungan dengan Penelitian mahasiswa kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan bantuan data yang dibutuhkan oleh Mahasiswa kami :

Nama : Rasma  
Stambuk : C10120110  
Jurusan : S1 Ekonomi Pembangunan  
Alamat Mahasiswa : Jl. Asam II

Dalam usahanya menyelesaikan proposal/skripsi dengan judul "Potensi Pengembangan Kawasan Pariwisata Pantai Bontolan Di Kabupaten Banggai Laut"

Catatan:

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.



an: Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Fikry Karim, SE, M.Acc., Ak.  
NIP.19710806 199903 1 001





## Lampiran 6 Dokumentasi



Wawancara dengan pemilik Pantai Bontolan



Wawancara dengan pengelola Pantai Bontolan



Wawancara dengan pengunjung Pantai Bontolan



Wawancara dengan pengunjung Pantai Bontolan



Wawancara dengan pengunjung Pantai Bontolan



Wawancara dengan pengunjung Pantai Bontolan



Wawancara dengan pengunjung Pantai Bontolan



Wawancara dengan pengunjung Pantai Bontolan

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



### **Biodata Pribadi**

Nama : Rasma  
 Tempat dan Tanggal Lahir : Bonebaru, 8 September 2002  
 Agama : Islam  
 Alamat : Desa Bone Baru, Kabupaten Banggai Laut  
 Nomor Hp : 085340273583  
 Email : [rasmakunak08@gmail.com](mailto:rasmakunak08@gmail.com)

### **Biodata Orang Tua Kandung**

Nama Ayah : Hasrin Kunak  
 Nama Ibu : Hasnin H. Adaan  
 Alamat Orang Tua : Desa Bone Baru, Kabupaten Banggai Laut  
 Pekerjaan Orang Tua : Wiraswasta

### **Riwayat Pendidikan**

2009-2014 : SD NEGERI BONE BARU  
 2014-2017 : SMP NEGERI BONE BARU  
 2017-2020 : SMK NEGERI 1 BANGGAI