

**Tentang Penulis :**

**Reni Yuliviona S.E.,M.M**



Lahir di Padang meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta 2001 kemudian menyelesaikan Program Magister Management Universitas Andalas tahun 2005. Lulusan tahun 1997 SMU 10 Padang. Pengalaman kerja sebelum menjadi akademisi adalah sebagai staf marketing pada Institut Manajemen Global Padang, Konsultan Bisnis pada The Jakarta Commodity Stock Exchange Jakarta, Konsultan Bisnis pada PT.Andalas Solusi Bisnis Padang.

Beberapa artikel yang telah penulis tulis sudah terbit pada beberapa jurnal Internasional dan terindex Scopus serta jurnal lokal dengan bidang fokus pemasaran khususnya ada bidang pariwisata. Disamping itu penulis juga aktif dalam kegiatan penelitian baik mandiri maupun pendanaan eksternal.

**Dr.Evi susanti tasri S.E.,M.Si**



Lahir di Lubuk Basung, meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ilmu ekonomi dan studi pembangunan Universitas andalas 1998 kemudian menyelesaikan Program Magister di Universitas Padjadjaran tahun 2002 Lulusan tahun dan Doktor bidang ilmu ekonomi di universitas andalas tahun 2017. Beberapa artikel yang telah penulis tulis sudah terbit pada beberapa jurnal nasional dan Internasional dengan bidang fokus ekonomi lingkungan dan ekonomi makro Disamping itu penulis juga aktif dalam kegiatan penelitian baik

mandiri maupun pendanaan eksternal.

**Elfitra Azliyanti. S.E.,M.Sc**



Lahir di Padang, 5 Mei 1988 adalah seorang Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang. Pendidikan Sarjana Ekonomi diperoleh di Universitas Andalas tahun 2009. Kemudian menyelesaikan Program Master of Science di Universitas Gadjah Mada pada tahun 2012. Sebelumnya merupakan Lulusan tahun 2005 di SMAN 2 Padang.

Sejak kuliah aktif mengikuti beberapa kegiatan di Kampus dan pengalaman kerja selama di masa kuliah pernah menjadi Asisten di Laboratorium Komputer FE UA.

Setelah tamat S2 pernah menjadi Dosen kontrak di Universitas Andalas dan sejak Tahun 2016 aktif menjadi Dosen muda di Universitas Bung Hatta Padang. Saat ini juga aktif sebagai Board of Editor pada Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta.

Penulis juga aktif melakukan penelitian dalam bidang kajian MSDM dan Pariwisata yang dipublikasikan di Jurnal Nasional dan Internasional. Selain itu juga sudah mendapatkan beberapa HAKI dari publikasi penelitian dan aplikasi wisata.



Kajian Pemasaran Pariwisata  
pesona wisata kota tabuik pariaman

ISBN :



**KAJIAN PEMASARAN PARIWISATA**

**pesona wisata  
KOTA TABUIK  
pariaman**



Bung Hatta  
University Press

Buku ini merupakan bagian dari hasil hibah penelitian Kompetitif Nasional Skema Penelitian Terapan yang Dibiayai Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi No: 008/LL10/PG-JL/2020 Tanggal 11 Maret 2020

Kajian Pemasaran Pariwisata

**PESONA WISATA**

**KOTA TABUIK PARIAMAN**

---

*Reni Yuliviona, Elfitra Azliyanti, Evi Susanti Tasri*

Penerbit :  
BUNG HATTA UNIVERSITY PRESS  
**2020**

Kajian Pemasaran Pariwisata

## **PESONA WISATA**

### **KOTA TABUIK PARIAMAN**

---

Disusun oleh :

**Reni Yuliviona, Elfitra Azliyanti, Evi Susanti Tasri**

---

**Editor/Layout : Yudi Dwianda**

---

Penerbit :

Badan Penerbit Universitas Bung Hatta  
Bung Hatta University Press Gedung Rektorat Lt. III  
LPPM Universitas Bung Hatta  
Jl. Sumatera Ulak Karang, Padang, Sumbar, Indonesia  
Telp. (0751) 7051678 ext. 323 Fax. (0751) 7055475  
e-mail : [Lppm-bunghatta@yahoo.com](mailto:Lppm-bunghatta@yahoo.com)

---

Isi diluar tanggung jawab percetakan

**Cetakan Pertama : 2020**

---

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

---

Reni Yuliviona, Elfitra Azliyanti, Evi Susanti Tasri  
**PESONA WISATA KOTA TABUIK PARIAMAN**  
Strategi Pemasaran Wisata Bahari  
Padang ; Bung Hatta University Press, 2020  
170 Hlmn + VIII ; 16,24  
**ISBN : 9-786239-243494**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat-Nya yang selama ini kita dapatkan, yang memberi hikmah dan yang paling bermanfaat bagi seluruh umat manusia, sehingga oleh karenanya kami dapat menyelesaikan buku ini. Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan buku ini adalah untuk memenuhi salah satu output tambahan yang dijanjikan dalam kategori Penelitian Kompetitif Nasional dalam skema Penelitian Terapan ilmiah pada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Tahun 2019.

Dalam proses penyusunan buku ini ini tidak lepas dari berbagai hambatan, namun berkat dukungan materil dari berbagai pihak, akhirnya kami dapat menyelesaikannya, oleh karena itu melalui kesempatan ini kami menyampaikan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak terkait yang telah membantu dalam bentuk data, pandangan, dan ide.

Buku ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kami mengharapkan segala saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat kami harapkan demi perbaikan selanjutnya. Harapan kami semoga buku ini bermanfaat khususnya bagi kami dan bagi pembaca lain pada umumnya.

Padang, 2020

TIM Penulis

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	v
Bagian I.....	6
Sekilas Tentang Pariaman.....	6
Bagian A.....	21
Bagian B.....	23
Bagian II.....	78
Sekilas Tentang Pariaman.....	78
<b>Tabel 2.1. Kondisi Pantai di Kota Pariaman.....</b>	<b>90</b>
Bagian III.....	103
Kajian Objek Wisata Pariaman dari Berbagai Perspektif.....	103
Bagian IV.....	113
Analisis Potensi dan Masalah Pengembangan.....	113
Wisata Pariaman.....	113
Bagian V.....	120
Strategi Pengembangan Wisata Pariaman.....	120
Bagian VI.....	127
Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kota Pariaman dalam Mengembangkan Wisata Bahari Pariaman.....	127
Bagian VII.....	140
Pengembangan Wisata Bahari Pantai Gandorih Pariaman.....	140
Bagian VIII.....	150
Pemasaran Wisata Bahari Pantai Gandorih Pariaman.....	150
Bagian IX.....	163
Kepuasan Wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Bahari.....	163

<b>Pantai Gondariah Pariaman .....</b>	<b>163</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>171</b>
<b>GLOSSARY .....</b>	<b>173</b>
<b>Index.....</b>	<b>176</b>

## **DAFTAR TABEL**

- Tabel 2.1. Kondisi Pantai Kota Pariaman
- Tabel 2.2. Jumlah Objek Wisata di Kota Pariaman dirinci Per Kecamatan Tahun 2017
- Tabel 3.1. Gambaran Umum Responden yang Berpartisipasi dalam Penelitian
- Tabel 3.2. Penentuan Jumlah Faktor yang Melatarbelakangi Masyarakat Berkunjung ke Daerah Wisata Kota Pariaman
- Tabel 3.3. Hasil Analisis Faktor Matriks
- Tabel 3.4. Rotasi Matriks
- Tabel 4.1. Jumlah Kunjungan ke Kota Pariaman
- Tabel 7.1. Output Kinerja Dinas Pariwisata Pariaman dalam Pengelola objek wisata Pantai Gandoriah Pariaman
- Tabel 7.2. Perkembangan Kunjungan Wisatawan ke Pantai Gandoriah Pariaman

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Peta Administrasi Kota Pariaman
- Gambar 2. Pulau Kasiak
- Gambar 3. Pulau Angso Duo
- Gambar 4. Kuburan Panjang di Pulau Angso Duo
- Gambar 5. Pulau Tengah
- Gambar 6. Pulau Ujuang
- Gambar 7. Pulau Bando
- Gambar 8. Pulau Gosong
- Gambar 9. Penangkaran Penyu
- Gambar 10. Pantai Pasir Pauh
- Gambar 11. Pantai Gandoriah
- Gambar 12. Pantai Cermin
- Gambar 13. Pantai Kata
- Gambar 14. Guci Gadang Badano
- Gambar 15. Masjid Raya Kurai Taji

# Bagian I

## Sekilas Tentang Pariaman

Perkembangan jumlah wisatawan Muslim saat ini sangat menjanjikan bagi dunia pariwisata halal di Indonesia. Pada tahun 2020 diperkirakan pengeluaran wisata pasar muslim mencapai nilai USD 233 miliar dengan jumlah wisatawan mencapai 150 juta orang (Global Muslim Index, 2016). Peluang ini merupakan sinyal positif mengingat Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbanyak dan wilayah maritim terluas di dunia. Namun tidak halnya dengan Islamic sensitivitas di Indonesia, nilainya hanya 20 % sehingga menjadi sebuah permasalahan yang dirasakan oleh wisatawan Muslim khususnya wisatawan asing. Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan luaran berbentuk sistem aplikasi wisata bahari Pantai Gondariah Pariaman, Padang, Paian dan wilayah pesisir Sumatera Barat yang sesuai dengan prinsip syariah yang dianut oleh wisatawan Muslim dalam menikmati keindahan bahari dan fasilitas pendukung yang ada di Sumatera Barat. Penelitian ini akan menghasilkan model wisata bahari halal di Sumatera Barat. Metode yang digunakan untuk menghasilkan sistem adalah melalui rancangan rekayasa sistem Android yang sudah dapat diunduh oleh wisatawan melalui Play store dengan link pada tahun pertama ini adalah

[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wisatabaharipariaman&hl=en\\_US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wisatabaharipariaman&hl=en_US).

Model dan strategi pengembangan wisata di dapatkan dari menghimpun pernyataan wisatawan dalam kuesioner di samping pertanyaan terbuka akan diberikan sebagai masukan dan saran dari wisatawan untuk perbaikan wisata di masa yang akan datang dan

pelaksanaan focus group discussion (FGD) dengan mengundang pelaku usaha wisata dan dinas terkait dalam perumusan strategi model wisata halal bahari Ranah Minang untuk objek Pariaman. Tingkat capaian teknologi (TKT) dalam penelitian ini berada pada urutan 6 yakni sebuah sistem aplikasi berbasis android yang sudah running (jalan) dalam menikmati wisata bahari Pariaman. Disamping itu tentunya penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi peningkatan ekonomi daerah Sumatera Barat dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Luaran yang di targetkan adalah pada tahun pertama, kedua dan ketiga berupa luaran wajib berupa design aplikasi wisata bahari untuk Pariaman di tahun pertama, Padang dan Painan di tahun kedua dan seluruh kabupaten kota di Sumatera Barat yang berada sepanjang pantai (pesisir) dengan konsep intergasi marketing yang terpadu, sedangkan luaran tambahan adalah publikasi pada jurnal terindex scopus, pemakalah pada seminar internasional, menghasilkan model wisata dan mengasihkan buku pesona wisata kota Tabuik Pariaman, pesona kota Binguang Padang dan Painan dan pada tahun ketiga sudah terintegrasi dalam sebuah buku pesona bahari Ranah Minang Sumatera Barat.

**HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN:** Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian dapat berupa data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

Hasil pelaksanaan penelitian telah di capai sesuai dengan tahun pelaksanaan penelitian dengan rincian sebagai berikut:

**1) Data respondent hasil penyebaran kuisisioner sebanyak 100 orang respondent adalah sebagai berikut:**

**Gambaran Umum Responden**

Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<b>Umur</b>		
16th - 25th	55	55
26th - 35th	30	30
36th >	15	15
Jumlah	100	100
<b>Tempat Tinggal</b>		
Padang	11	11
Pariaman	89	89
Luar Pariaman	0	0
Jumlah	100	100
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki – Laki	46	46
Perempuan	54	54
Jumlah	100	100
<b>Pendidikan</b>		
SD	3	3
SMP	15	15
SMA	58	58
D3	8	8
S1	14	14
Lainnya	2	2
Jumlah	100	100
<b>Sumber Informasi</b>		
Koran/Majalah	1	1
Teman/Saudara	78	78
Internet	14	14
Televisi/Radio	2	2
Brosur/Leaflet	1	1
Lainnya	4	4
Jumlah	100	100
<b>Jumlah Kunjungan</b>		
1x	40	40
2x	32	32
3x – 4x	8	8
5x >	20	20
Jumlah	100	100
<b>Lama Kuniungan</b>		
1 - 2 Jam	14	14
2 – 4 Jam	38	38
4 – 6 Jam	30	30
6 jam >	18	18
Jumlah	100	100

Tingkat Keuasan		
Ya	92	92
Tidak	8	8
Jumlah	100	100

Sumber : Collect data Pantai Gondariah (2019)

## 2) Kajian Analisis dan Rumusan Strategi

Dengan hasil analisis adalah sebagai berikut : Alasan digunakan analisis faktor dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang melatar belakangi masyarakat berkunjung ke daerah wisata Kota Pariaman, untuk melakukan analisis faktor maka tahap-tahap yang dilakukan untuk melakukan pengujian tersebut sebagai berikut:

### a. Uji Independensi Variabel dalam Matrik Korelasi

Dalam pemeriksaan asumsi kecukupan sampel dan korelasi antar variabel, berdasarkan hasil pengujian data melalui bantuan program SPSS ditemukan hasil sebagai berikut :

### Uji Independensi Variabel dalam Matrik Korelasi

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin measure of Adequacy	of Sampling	.850
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1.155E <sup>120</sup> .000

Untuk melihat kecukupan jumlah sampel adalah dengan melihat nilai Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO-MSA), apabila besar dari 0,5 maka secara keseluruhan jumlah sampel sudah mencukupi. Dari hasil olahan data terlihat bahwa nilai KMO-MSA adalah 0,850. ini berarti 0,850 besar dari 0,5. Artinya Asumsi kecukupan sampel sudah terpenuhi. Untuk melihat korelasi antar variabel yang cukup kuat adalah dengan melihat nilai signifikansi Bartlett's Test of Sphericity, apabila nilainya kecil dari 0,05 maka secara keseluruhan korelasi antar variabel cukup kuat. Dari hasil olahan data terlihat bahwa nilai Bartlett's Test of Sphericity adalah 1.155E3 dan sig. 0,000. Ini berarti 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya Asumsi korelasi antar variabel cukup kuat sudah terpenuhi.

Untuk menguji kedekatan antar variabel digunakan Measures of Sampling Adequacy (MSA), dimana nilai besar dari 0,5 berarti hubungan antar variabel sangat kuat, sedangkan apabila nilai MSA kecil dari 0,5 hubungan antar variabel tidak kuat atau harus diulang. Untuk melihat besar korelasi parsial, korelasi antara suatu variabel dengan dirinya sendiri harus kuat, sementara dengan variabel lain, justru harus kecil (Anti Image Correlation). Dari hasil olahan data (lampiran Anti-image matrices) terlihat bahwa tidak satupun korelasi kecil dari 0,5, maka analisis dapat dilanjutkan.

#### b. Ekstraksi Faktor

Penentuan atau pemilihan teknik analisa faktor yang akan digunakan berdasarkan pada kemampuan teknik tersebut dalam menjelaskan data yang ada serta tingkat keakuratan model analisis, dalam penelitian ini dipilih model PCA (Principal Component Analysis) yang dikenal dapat memberikan nilai presentase kumulatif yang lebih akurat dibandingkan dengan menggunakan teknik yang lain. Dengan teknik PCA (lampiran Total Variance Explained) dapat diketahui bahwa nilai kumulatif persentase varian sebesar 74,889%. Hal ini menjelaskan bahwa teknik cukup tepat untuk menjelaskan data sebesar 74,89%. sedangkan sisanya 25,11% tidak mampu dijelaskan teknik ini. Dengan demikian nilai masih dipandang sudah mewakili dalam menjelaskan fenomena data yang ada karena nilainya sudah berada di atas 50%.

#### c. Analisis Total Variance

Factoring (Total Variance Explained) digunakan untuk melihat berapa jumlah faktor yang optimal dalam menjelaskan varians ke 16 item, dan Eigenvalues untuk menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung varians ke 16 item yang dianalisis. Susunan Eigenvalues selalu diurutkan dari yang besar sampai kecil. Jumlah angka Eigenvalues untuk ke 16 item adalah sama dengan ,jumlah total varians ke 16 item. Angka Eigenvalues < 1 tidak digunakan dalam menghitung jumlah faktor yang terbentuk. Setelah dilakukan analisis dengan menggunakan analisa faktor dengan bantuan program SPSS ternyata dari 16 item atribut yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke daerah wisata Kota Pariaman, dari hasil pengujian data terlihat bahwa item-item tersebut dapat disederhanakan menjadi 4 faktor utama. Hal ini didasarkan dari nilai Total Variance yang dihasilkan dari 4 faktor tersebut lebih tinggi dari nilai yang

dihasilkan faktor lainnya yaitu angka Eigenvalues > 1 seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

### Penentuan Jumlah Faktor

Komponen	Total	Variance %	Cumulative
Faktor 1	8,029	50,181	50,181
Faktor 2	1,678	10,490	60,671
Faktor 3	1,233	7,707	68,378
Faktor 4	1,041	6,507	74,884

Berdasarkan hasil pengolahan data lewat batuan program SPSS seperti yang terlihat pada tabel 43 dimana faktor pertama memiliki total Eigenvalues 8,029 dan persentase nilai variance sebesar 50,181%. Pada faktor kedua memiliki nilai total Eigenvalues sebesar 1,678 dan persentase nilai variance sebesar 10,490%. Faktor ketiga memiliki total Eigenvalues 1,233 dan persentase nilai variance sebesar 7,707% dan faktor keempat memiliki total Eigenvalues 1,041 dan persentase nilai variance sebesar 6,507%.

### Faktor matriks

Faktor matriks adalah hasil analisis faktor sebelum dirotasi. Faktor matriks berisi koefisien-koefisien faktor (faktor loading) yang dipakai untuk menyatakan variabel-variabel baku dari faktor tersebut. Koefisien faktor (faktor loading) yang memiliki nilai absolute lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa antara faktor dengan variabel menunjukkan korelasi yang tinggi, dimana berdasarkan hasil penelitian ini faktor matrik yang berhasil dihasilkan terlihat pada tabel 4.4 berikut ini:

### Hasil Analisis Faktor Matriks

Faktor	Item	Nilai Loading
Faktor 1	Item 2 Objek wisata yang unik	0,694
	Item 3 Keramahan masyarakat sekitar	0,730
	Item 4 Ketenangan berwisata	0,672
	Item 5 Berlimpahnya jumlah wisatawan Item 6	0,668

Faktor 2	Item 8 Aksesibilitas lokasi	0,683
	Item 10 Tersedianya pemandu wisata	0,758
Faktor 3	Item 13 Tersedianya fasilitas restaurant dan rumah makan yang bersih	0,864
Faktor 4	Item 1 Pemandangan yang indah	0,872

Dari hasil olahan data terlihat bahwa ke 16 item dapat dikelompokkan ke dalam 4 komponen atau faktor karena memiliki loading faktor > 0,5, dimana untuk komponen atau faktor 1 terdiri dari item 2,3,4,5,6,7, dan 9, kemudian komponen atau faktor 2 terdiri dari item 8,10,11,12, dan 16, selanjutnya komponen atau faktor 3 terdiri dari item 13,14, dan 15, sedangkan untuk komponen atau faktor 4 terdiri dari 1.

Sedangkan untuk memperoleh struktur data yang sederhana dimana masing-masing faktor dapat menjelaskan variabel-variabel baku dari setiap faktor maka perlu dilakukan rotasi faktor varimax melalui iterasi convergent sebanyak 5 kali.

Berdasarkan hasil yang ditemukan dari hasil rotasi dengan melihat Rotated Component Matrix, maka seluruh variabel sudah jelas ke komponen/ faktor mana variabel tersebut masuk. Dari hasil rotasi matrik dapat dilihat pada tabel berikut ini :

### Rotasi Matriks

Faktor	Item	Factor	Nilai Loading
--------	------	--------	---------------

Faktor 1	Item 2	Objek wisata yang unik	Kenyamanan	0,694
	Item 3	Keramahan masyarakat sekitar		0,730
	Item 4	Ketenangan berwisata		0,672
	Item 5	Berlimpahnya		0,668
	jumlah wisatawan Item 6	Kenyamanan dalam berwisata		0,658
				0,760
	Item 7	Lokasi wisata yang		
Faktor 2	Item 8	Aksesibilitas lokasi	Sarana dan prasarana	0,683
	Item 10	Tersedianya pemandu wisata		0,758
	Item 11	Tingkat keamanan yang baik		0,738
	Item 12	Angkutan umum yang menuju lokasi tersedia setiap saat		0,684
	Item 16	Tersedianya tempat parkir yang cukup dan aman		
Faktor 3	Item 13	Tersedianya fasilitas restaurant dan rumah makan yang bersih	Infrastruktur	0,864
	Item 14	Tersedianya penginapan yang bersih		0,738
	Item 15	Tersedianya tempat ibadah yang cukup		0,609
Faktor 4	Item 1	Pemandangan yang indah	Pemandangan	0,872

Dari tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang berjumlah 16 item yang digunakan tercakup ke dalam 4 faktor. Ini menunjukkan bahwa tersebut merupakan faktor utama yang melatar belakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman.

### **Interpretasi Faktor**

Berdasarkan hasil rotasi faktor pada tabel 4.5 terlihat ada 16 variabel / item yang memiliki nilai loading diatas

0,5 yang dikombinasikan ke dalam 4 faktor dengan total variance 62,797%. Pada dasarnya faktor loading mengidentifikasi korelasi antara variabel dengan nilai faktor yang dibentuk dimana interpretasi dari 4 faktor yang berhasil diperoleh di atas adalah sebagai berikut:

#### 1. Faktor 1

Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor dengan bantuan program SPSS terlihat dari persentase varian sebesar 50,181% lebih besar jika dibandingkan dengan faktor kedua dan ketiga. Hal membuktikan bahwa faktor-faktor yang mendukung faktor pertama ini adalah faktor-faktor yang sangat dominan dalam melatar belakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman. Faktor pertama yang didukung oleh 7 item yang meliputi objek wisata yang unik, keramahan masyarakat sekitar, ketenangan berwisata, berlimpahan jumlah wisatawan, kenyamanan dalam berwisata, lokais wisata yang bersih, dan harga souvenir yang ditawarkan terjangkau. Dari ke 7 item yang tergabung dalam faktor satu ini memiliki range loading antara 0,658 hingga 0,760 artinya korelasi antara variabel dengan faktor tersebut berkisar antara 65,8 hingga 76%. Korelasi tertinggi pada variabel lasi wisata yang bersih sebesar 76% sedangkan korelasi terendah adalah variabel kenyamanan dalam berwisata sebesar 58,2%. Faktor loading mengindikasikan bahwa item lokasi wisata yang bersih dapat dipilih sebagai surrogate item (wakil dari faktor tersebut apabila dilanjutkan ke analisa multivariate).

#### 2. Faktor 2

Selain ke 6 item tersebut masih terdapat lima faktor lagi yang melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman. Faktor Kedua tersebut dapat terlihat dari persentase varian sebesar 10,490% yang didukung oleh aksesibilitas lokasi, tersedianya pemandu wisata, tingkat keamanan yang baik, angkutan umum yang menuju lokasi tersedia setiap saat, dan tersedianya tempat parkir yang cukup dan aman. lima item yang ada dalam faktor dua ini memiliki range loading antara 0,507 hingga 0,758 artinya korelasi antara variabel dengan faktor tersebut berkisar antara 50,7 hingga 75,8%. Faktor ldding mengindikasikan bahwa item tersedianya pemandu wisata dapat dipilih

sebagai surrogate item (wakil dari faktor tersebut apabila dilanjutkan ke analisa multivariate).

### 3. Faktor 3

Faktor ke tiga yang melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman terlihat dari persentase varian sebesar 7,707% yang didukung oleh tersedianya fasilitas restoran dan rumah makan yang bersih, tersedianya penginapan yang bersih, dan tersedianya tempat ibadah yang cukup yang memiliki range loading 0,609 hingga 0,864 artinya korelasi antarvariabel dengan faktor tersebut berkisar antara 60,9 hingga 86,4%. artinya korelasi antara item tersedianya fasilitas restoran dan rumah makan yang bersih dengan faktor ke tiga adalah 86,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa item tersedianya fasilitas restoran dan rumah makan yang bersih dapat dipilih sebagai surrogate item ( wakil dari faktor tersebut apabila dilanjutkan ke analisa multivariate).

### 4. Faktor 4

Faktor ke empat yang melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman terlihat dari persentase varian sebesar 6,507% yang didukung oleh item pemandangan yang indah yang memiliki loading 0,872. Artinya korelasi antara variabel dengan faktor tersebut sebesar 87,2%. Hal ini mengindikasikan bahwa item pemandangan yang indah dapat dipilih sebagai surrogate item (wakil dari faktor tersebut apabila dilanjutkan ke analisa multivariate).

## **3. ANALISIS POTENSI DAN MASALAH**

Berdasarkan Perpu Nomor 8 tahun 2014 tentang RPJPD Kota Pariaman telah ditetapkan bentuk perencanaan secara komprehensif dua puluh tahunan pembangunan Kota Pariaman dan sebagai landasan disusunnya RPJMD maka sasaran pembangunan yang terencana, komprehensif dan terintegrasi harus dilaksanakan secara berkesinambungan dan konsisten. Sejalan dengan itu maka penerapan visi dan misi pembangunan Kota Pariaman lima, yakni mewujudkan Pariaman sebagai kota tujuan wisata dan ekonomi kreatif berbasis lingkungan, budaya dan agama menjadi dasar hukum dalam rangka mengembangkan potensi ekonomi kreatif yang sedang dilaksanakan pemerintah saat ini di Kota Pariaman.

#### **4.KAWASAN PULAU PESISIR SEBAGAI PENUNJANG WISATA BAHARI**

Dalam rangka mendorong perkembangan sektor ekonomi kreatif maka peranan sektor pariwisata sangat erat kaitannya untuk mendapat perhatian dari pemerintah. Di Kota Pariaman kawasan pesisir dengan wisata baharinya menjadi andalan bagi pemerintah untuk terus membenahi kawasan-kawasan wisata tersebut. Ada enam kawasan pesisir yang sedang galak dikembangkan oleh pemerintah antara lain Pulau Bando diarahkan sebagai tempat wisata menelusuri pantai berenang serta menyelam, Pulau Gosong merupakan Zona inti perlindungan ekosistem terumbu karang, Pulau Ujung diarahkan untuk menjadi kawasan konservasi terumbu karang yang mencakup seluruh pulau, Pulau Tengah diarahkan untuk menjadi kawasan konservasi terumbu karang yang mencakup seluruh pulau, Pulau Angso sebagai tempat untuk rekreasi (dengan keberadaan Kuburan Panjang) dan kegiatan memancing serta penangkapan ikan serta konservasi bagi perlindungan dan pelestarian terumbu karang dan Pulau Kasiak berupa zona inti sebagai kawasan perlindungan terhadap habitat Penyu Belimbing dan Penyu Sisik serta perlindungan terhadap ekosistem terumbu karang, masing masing kawasan ini memiliki keunikan dan fungsi yang secara keseluruhan dapat dijadikan sebagai wisata edukasi (Education Tourism) juga sebagai wisata keluarga dan wisata religi untuk pulau angso duo.

#### **5. WISATA PANTAI YANG POTENSI DI KOTA PARIAMAN**

Di Kota Pariaman ini terdapat beberapa lokasi wisata pantai diantaranya Pantai Kata, Pantai Gandoriah, Pantai Cermin dan Konservasi Laut Daerah. Pantai Gandoriah adalah sebuah pantai yang berada dalam kota hanya berjarak sekitar 100 meter dari pusat Kota Pariaman. Didepan pantai ini terdapat 6 gugusan kepulauan yg bisa dikunjungi menggunakan speed boat atau perahu nelayan. Gugusan pulau-pulau itu adalah : Pulau Angso Duo, Pulau Kasiak, Pulau Tengah, Pulau Ujuang, Pulau Gosong dan Pulau Pandan atau Pulau Bando. Penangkaran penyu yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman melalui Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Pariaman di Kawasan Konservasi Perairan (KKP) Ampalu Selain itu terdapat lokasi pantai yang dikenal dengan muaro mangguang yang letaknya berdekatan dengan lokasi penangkaran penyu. Sedangkan pantai cermin terletak di desa karan aur 1,5 km ke selatan Kota Pariaman.

Secara fisik pantai cermin cukup landai dengan kemiringan 0-2% bagian pinggiran sebagian besar ditumbuhi pohon pinus dan pohon kelapa yang rindang. Potensi alam sangat menarik untuk dinikmati karena kondisi pantai relatif terjaga.

Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, menambah asyiknya berwisata bersama keluarga. Fasilitas di area ini cukup memadai dan relatif aman. Di lokasi ini terdapat Restaurant yang cukup representatif menyediakan menu khas Kapal Ikan Gulai, Cumi Goreng dan aneka jenis ikan laut dan minuman segar lainnya. Lokasi yang potensial lainnya adalah pantai Kata. Kata merupakan nama dua desa yang berdekatan yaitu "Karan Aur dan Taluk". Karena berlokasi pada dua daerah ini, maka pantai indah ini dinamakan Pantai Kata. Pantai ini juga terkenal indah, dengan perpaduan kerindangan cemara dan hembusan semilir angin laut nyaman serta pasir putih yang bersih.

## **6. ANALISIS STRATEGI**

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan kepada pelaku usaha kreatif pendukung wisata di Kota Pariaman dapat dikembangkan sejumlah strategi guna pengembangan usaha kreatif khusus di Kota Pariaman seperti terlihat dibawah ini:

### **Strategi Ekspansi (SO)**

Berdasarkan kepada kuadran pertama terlihat beberapa item kunci yang harus diprioritaskan dan dijadikan sebuah strategi Strong dan Opportunity (SO). Strategi tersebut merupakan sebuah model ekspansi untuk meningkatkan eksistensi objek wisata pantai Gondariah serta pelaku usaha ekonomo kreatif pendukung wisata. Strategi tersebut dilakukan meningkatkan mutu dan kualitas objek wisata serta atraksi permainan sebagai produk pendukung wisat. Peningkatan mutu dan kualitas obje wisata serta atraksi lain tentu dapat dilakukan dengan melakukan kegiatan inovasi produk wisata . Dalam rangka menciptakan proses inovasi tentu sangat dibutuhkan bantuan dana segar. Oleh sebab itu pemerintah harus mengalokasikan berbagai anggaran yang menyediakan dana untuk pengembangan obek wisata beserta saran prasarana pendukung .

Pengembangan produk wisata lain melalui inovasi disamping untuk meningkatkan kualitas produk wisata yang di hasilkan oleh pelau usaha kreatif pendukung wisata yang telah ada tentu juga

dimaksudkan untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas. Untuk menciptakan keteraturan didalam perusahaan dan pengembangan usaha kreatif masing masing pengusaha harus memiliki produk kreatif yang terspesialisasi atau memiliki ciri khusus yang membedakan produk satu dengan yang lain. Usaha untuk meningkatkan spesialisasi pada produk juga harus ditunjang dengan adanya pelatihan kepada setiap pengusaha. Dalam hal ini pengusaha kreatif dapat berpartisipasi pada acara workshop kewirausahaan dan pelatihan yang dilakukan oleh Departemen Perindustrian dan sebagainya. Untuk meningkatkan eksistensi usaha kreatif dimasa depan, pengembangan usaha kreatif harus didukung oleh orang orang berpengalaman serta dapat menggunakan teknologi berkualitas tinggi untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan waktu dan proses produksi. Melalui penggunaan teknologi tentu akan mendorong peningkatan jumlah produksi yang tentunya dapat memberikan peluang yang lebih tinggi bagi peningkatan penjualan dan laba pengusaha. Penggunaan peralatan canggih dan modern juga ditunjukan untuk mengimbangi permintaan pasar yang meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Melalui bantuan teknologi perusahaan dapat menghemat waktu dan menciptakan jam kerja yang teratur bagi pekerja. Melalui perpaduan antara kekuatan dan peluang tentu diharapkan akan menciptakan sebuah langkah strategi yang tepat dan jitu untuk mendorong pertumbuhan dan pengakuan eksistensi usaha kreatif khusus di Kota Pariaman.

**Dokumentasi dari kegiatan pengumpulan data dan FGD**



## Kuesioner

Responden yang terhormat, pertama-tama kami mengucapkan terima kasih atas kesediaan saudara / i sebagai responden dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran pada wisata bahari. Isilah kuesioner ini sejujurnya dan independen. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas Saudara sebagai pengisi kuesioner. Terima kasih.

### Bagian A

**Petunjuk:** Pilihlah salah satu jawaban yang telah disediakan atas pertanyaan berikut.

Berilah tanda *silang* (X) pada kotak yang telah disediakan.

1. Jenis Kelamin :
  - Laki-Laki
  - Perempuan
2. Usia :
  - 18 - 20 Tahun
  - 21 - 30 Tahun
  - 31 - 40 Tahun
  - > 40 Tahun
3. Pendapatan (Rupiah):
  - < 1 Juta Rupiah
  - 1,1 Juta – 2 Juta Rupiah
  - 2,1 Juta – 3 Juta Rupiah
  - > 3 Juta Rupiah
4. Seberapa sering ke objek wisata bahari dalam setahun :
  - 1-2 kali
  - 3-5 kali
  - 6-8 kali
  - > 8 kali

## BAGIAN B

**Petunjuk:** Pilihlah salah satu angka yang mewakili pendapat dan apa yang anda rasakan selama berwisata di Kota Padang. Beri tanda *silang* (X) pada bagian angka skala yang Saudara pilih sesuai dengan keterangan berikut.

**Keterangan:**

1 = Sangat Tidak Setuju    3 = Cukup Setuju    5 = Sangat Setuju  
2 = Tidak Setuju    4 = Setuju

### Produk

No	Pertanyaan	Nilai				
1	Fasilitas di kawasan wisata bahari dan pantai memadai bagi pengunjung.	1	2	3	4	5
2	Wisata pantai menarik dan layak untuk dikunjungi kembali.	1	2	3	4	5
3	Wahana yang disediakan beraneka ragam	1	2	3	4	5
4	Wahananya berbeda dengan wahana di tempat wisata lain	1	2	3	4	5

### Harga

No	Pertanyaan	Nilai				
1	Tarif masuk wisata bahari dan pantai terjangkau.	1	2	3	4	5
2	Tarif masuk wisata bahari dan pantai sesuai dengan kualitas produk wisata yang didapatkan.	1	2	3	4	5
3	Tarif masuk wisata bahari dan pantai sesuai dengan manfaat produk wisata yang didapatkan.	1	2	3	4	5

### Promosi

No	Pertanyaan	Nilai				
1	Iklan mengenai wisata bahari dan pantai diberbagai media sosial atau baliho menarik	1	2	3	4	5
2	Masyarakat disekitar lokasi wisata bahari dan pantai juga mempromosikan wisata pantai	1	2	3	4	5

- 3 Saya mendapatkan informasi mengenai wisata bahari dan pantai melalui informasi mulut ke mulut 1 2 3 4 5

### Lokasi

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Akses jalan untuk menuju lokasi wisata bahari dan pantai memadai.	1	2	3	4	5
2	Lokasi wisata bahari dan pantai strategis, mudah ditemukan.	1	2	3	4	5
3	Tempat parkir di area wisata bahari dan pantai memadai dan aman.	1	2	3	4	5

### Orang

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Orang-orang yang bertugas di area wisata bahari dan pantai (petugas pantai, penjaga tiket, penjaga parkir dan pedagang) sudah bekerja sesuai dengan kompetensinya/bidangnya.	1	2	3	4	5
2	Orang-orang yang bertugas di area wisata bahari dan pantai (petugas pantai, penjaga tiket, penjaga parkir dan pedagang) bersikap sopan kepada pengunjung.	1	2	3	4	5
3	Orang-orang yang bertugas di area wisata bahari dan pantai (petugas pantai, penjaga tiket, penjaga parkir dan pedagang) respons terhadap keadaan yang dialami pengunjung	1	2	3	4	5
4	Orang-orang yang bertugas di area wisata bahari dan pantai (petugas pantai, penjaga tiket, penjaga parkir dan pedagang) aktif berkomunikasi dan memberikan informasi kepada pengunjung.	1	2	3	4	5
5	Orang-orang yang bertugas di area wisata bahari dan pantai (petugas pantai, penjaga tiket, penjaga parkir dan pedagang) menggunakan bahasa yang baik dan benar serta mudah dimengerti	1	2	3	4	5

### Proses

No	Pertanyaan	Nilai
----	------------	-------

1	Proses pembelian tiket masuk di area wisata bahari dan pantai dilayani dengan cepat oleh petugas tiket	1	2	3	4	5
2	Pengunjung dapat langsung menikmati produk pariwisata	1	2	3	4	5
3	Petugas menerima keluhan dari pengunjung dan menanggapi keluhan dengan baik.	1	2	3	4	5
4	Petugas di area wisata bahari dan pantai memberikan pelayanan yang baik dan cepat kepada pengunjung.	1	2	3	4	5

### Bukti Fisik

No	Pertanyaan	Nilai				
1	Lingkungan di kawasan area wisata bahari dan pantai bersih dan nyaman untuk pengunjung.	1	2	3	4	5
2	Tata letak di kawasan area wisata bahari dan pantai baik.	1	2	3	4	5
3	Fasilitas tambahan di kawasan area wisata bahari dan pantai untuk pengunjung yang memadai.	1	2	3	4	5
4	Fasilitas tambahan di area wisata bahari dan pantai untuk pengunjung cukup terawat	1	2	3	4	5

### Kepuasan

No	Pertanyaan	Nilai				
1	Pilihan saya untuk membeli paket wisata bahari dan pantai ini adalah pilihan yang bijaksana.	1	2	3	4	5
2	Sayaa memutuskan pilihan yang tepat ketika membeli paket wisata bahari dan pantai ini.	1	2	3	4	5
3	Pengalaman wisata bahari dan pantai yang saya rasakan sesuai dengan apa yang saya harapkan.	1	2	3	4	5
4	Saya merasa bahagia terhadap keputusan saya membeli paket wisata bahari dan pantai ini.	1	2	3	4	5

### Niat Berkunjung Ulang

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya sangat mengunjungi wisata bahari dan pantai disini dan akan mengunjunginya kembali					
2	Saya akan merekomendasikan wisata bahari dan pantai disini keada orang lain					
3	Saya akan menjadikan wisata bahari dan pantai disini sebagai pilihan pertama saya untuk kunjungan berikutnya.					

*-Terima Kasih atas Partisipasi Anda-*

## **Luaran Wajib**

Penelitian tahun pertama ini menghasilkan luaran wajib berupa Aplikasi Wisata Pantai Gondariah yang sudah running/jalan. Aplikasi ini merupakan bagian dari design yang nantinya akan di gabungkan dengan design aplikasi yang akan di wujudkan di tahun ke tiga yakni aplikasi wisata bahari Ranah Minang dengan integrated marketing sytem yang mengcover seluruh destinasi wisata bahari Sumatera Barat .Tujuan pembuatan aplikasi ini adalah sebagai salah satu referensi bagi para wisatawan ketika akan melakukan perjalanan wisata khususnya di kota Pariaman Sumatera Barat. Objek wisata yang terdaftar mencakup beberapa pantai serta sarana prasarana pendukung nya. Selain itu pada aplikasi ini juga objek wisata yang ditampilkan dapat dikategorikan berdasarkan jenisnya maupun lokasi dan juga dapat menunjukkan peta sebagai penunjuk jalan dari lokasi saat ini menuju lokasi wisata yang sudah ditentukan. User lain juga dapat menambahkan objek wisatanya sendiri ke dalam aplikasi ini dengan terlebih dahulu mendaftarkan ID nya. Selain menambahkan, user juga dapat menghapus objek wisata tetapi terbatas hanya pada objek wisata yang ditambahkan sendiri oleh user. Pembuatan aplikasi ini sendiri menggunakan Android Studio. Aplikasi ini dapat di download melalui playstore dengan nama " Wisata Bahari Pantai Gondariah atau bisa juga menggunakan personal computer dengan link :

[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wisatabaharipariaman&hl=en\\_US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wisatabaharipariaman&hl=en_US)



## Wisata Bahari Kota Pariaman

LPPM Universitas Bung Hatta



1,7 MB

Instal



Tidak didesain untuk anak-anak



### Tentang aplikasi ini



Aplikasi Wisata Bahari Kota Pariaman

Perjalanan & Lokal

### Beri rating aplikasi ini

Sampaikan pendapat Anda

Adapun register-online HKI dari aplikasi ini pada Departemen Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia adalah:

[https://ehakcipta.dgip.go.id/index.php/c?code=61vm6rox59Ue3tF5xOdVDuGQQ80UXpViY5a78\\_usSl8c%3D](https://ehakcipta.dgip.go.id/index.php/c?code=61vm6rox59Ue3tF5xOdVDuGQQ80UXpViY5a78_usSl8c%3D)



## Luaran Tambahan

### 1. Publikasi artikel pada Jurnal terindex Scopus

Artikel dalam bentuk literature review untuk merumuskan model wisata agar wisatawan Muslim dapat menjadi wisatawan yang loyal dan mempunyai niat untuk berkunjung ulang ke Indonesia, sesuai dengan

tujuan utama pemasaran. Jurnal ini sudah terindex scopus sejak 2018 (gambar b) dan dalam proses rekapitulasi oleh SJR (Schimogo Jurnal Rank)



# The Effect of Islamic Attributes of Destination, Experiential Values on Revisit Intention among Muslim Tourists: Model Testing on the Mediating Role of Satisfaction

Reni Yulviona<sup>1,2\*</sup>, Zuraini Alias<sup>3</sup>, Mokhtar Abdullah<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Economy, Universitas Bang Hone

Padang, Indonesia

<sup>2</sup>Faculty of Business and Accountancy, Universiti Selangor

<sup>3</sup>Faculty of Business and Accountancy, Universiti Selangor, 40000 Shah Alam, Malaysia

<sup>4</sup>University Malaysia of Computer Science & Engineering, 63000 Cyberjaya, Malaysia

Received: 02/03/2019

Accepted: 09/08/2019

Published: 03/09/2019

## Abstract

Experiential value is a subjective and vibrant construct that differs among different customers and cultures. In relation to this, there is a need to understand Muslim tourists' experiential values as halal tourism allows these tourists to fulfil religious requirements and obligations throughout their travels. However, the dearth of information related to Muslim tourists' experiential values prompted this paper to reveal events related to Muslim's Halal tourism experiential values in order to ensure that Muslim tourists are met with Islamic attributes during their travels. This paper provides a systematic review of previous articles, books, and online news with specific focus on Muslim tourists' experiential value, Islamic attributes and halal tourist destinations. The review findings suggest that tourists' satisfaction is crucial in determining destination loyalty and the decision of revisiting certain destinations. Satisfaction should be used to assess performance of destinations' products and services as Muslim tourists may take into account the availability of facilities tailored to cater their religious and personal needs but they will feel more satisfied when performance exceeds necessities.

**Keywords:** Muslim tourists' experiential values, Muslim tourists' satisfaction, Islamic attributes of destination, halal tourism, revisit intention among Muslim tourists.

## 1 Introduction

Muslim tourists are drawn to visit Islamic rather than non-Islamic destinations due to the security and safety offered by similar culture of an Islamic environment (Korjancic, 2014; Shafiq & Mohamad, 2015) as cited in (Shafiq, 2017). Consequently, halal tourism becomes significant as consumers begin to have tourists using consecutive periods, promotions, services and available Muslim-friendly attractions. Halal tourism plays a crucial role on it allows Muslim tourists to enjoy their holiday and fulfil religious requirements and obligations throughout their travels. Availability of Muslim-friendly services at holiday destinations are imperative due to the impact it has on the tourists' intention to revisit the locations. However, achieving tourist satisfaction could be challenging for locations situated in rural regions (33).

Satisfaction plays a role particularly in the tourism industry where tourist loyalty is considered as it is the main factor driving tourists to revisit the destinations (33). However, experiential values, especially for products, have been used differently by many researchers. The review aims attempt to identify the correlation between consumer behaviour and experiential values as this correlation may contribute to loyalty intention. Thus, this review needs to be backed into further as it may offer destination marketers meaningful information on the interest of creating memorable destination experiences for Muslim tourists.

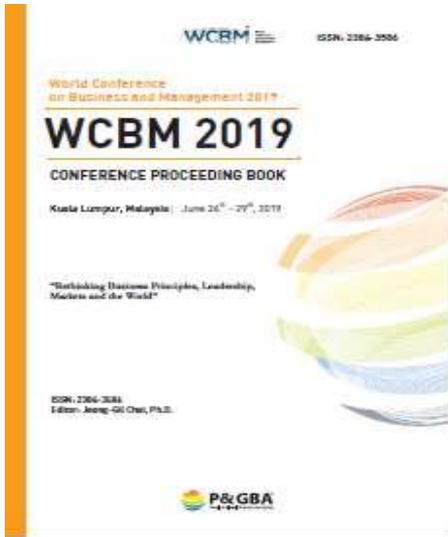
In response to the growing importance of halal tourism, this study aims to providing researchers with a summary of the trends and impacts of studies published in the halal tourism literature. This study aims to:

Corresponding author: Reni Yulviona, (a) Faculty of Economy, Universitas Bang Hone Padang, Indonesia and (b) Faculty of Business and Accountancy, Universiti Selangor. E-mail: [reniyulviona@banghona.ac.id](mailto:reniyulviona@banghona.ac.id)

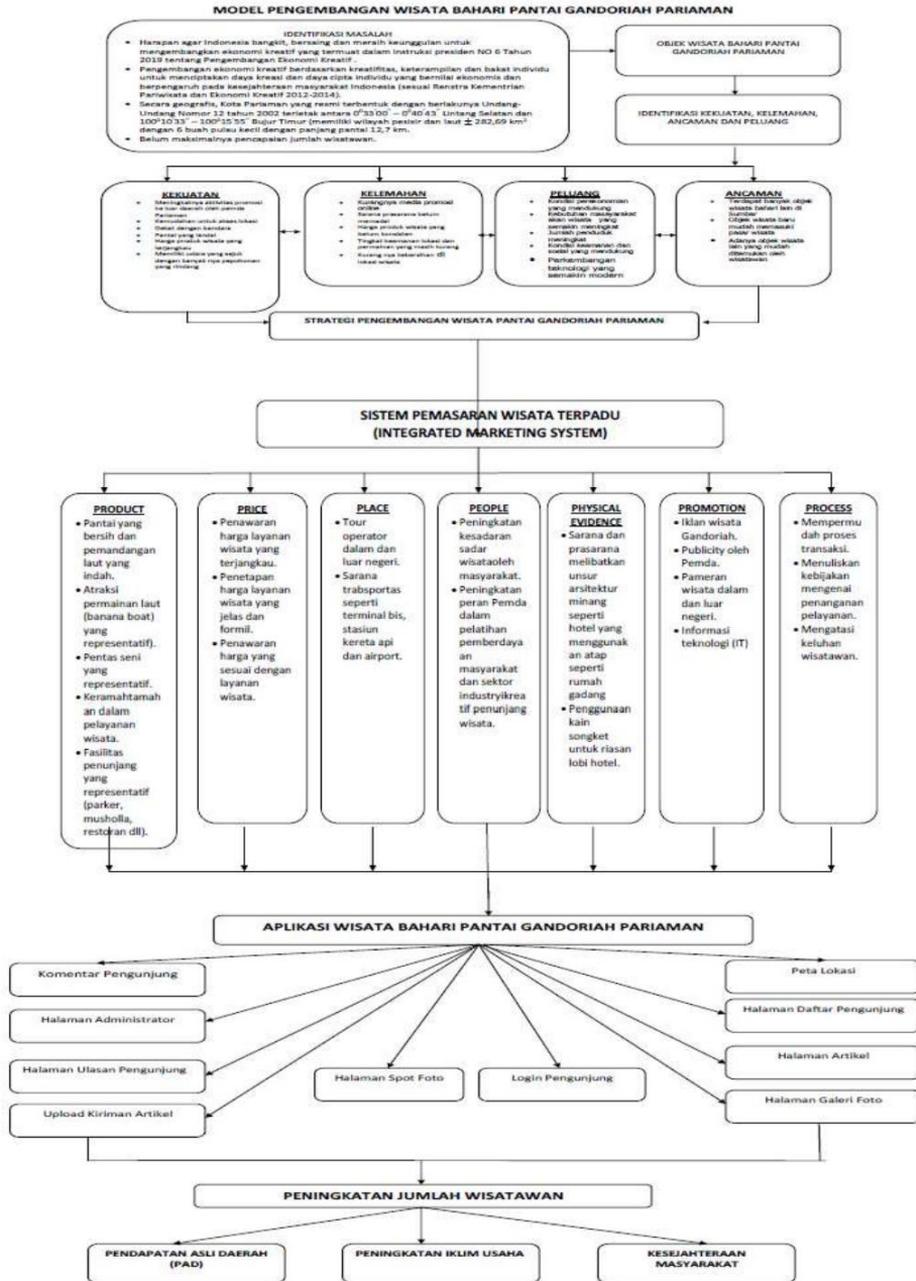
The screenshot shows a Scopus search interface. The search title is "Journal Of Environmental Treatment Techniques". A CiteScore metrics box is visible, showing a bar chart for documents from 2015 to 2019. The chart shows 0 documents in 2015, 0 in 2016, 0 in 2017, 0 in 2018, and 0 in 2019. Below the chart, a table lists search results. The table has columns for Source title, CiteScore, Highest percentile, Citations 2018, Documents 2015-17, and % Cited. The only result shown is "Journal Of Environmental Treatment Techniques" with all metrics listed as N/A.

Source title	CiteScore	Highest percentile	Citations 2018	Documents 2015-17	% Cited
Journal Of Environmental Treatment Techniques	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

## 2. Sebagai Pemakalah Pada Seminar Internasional WCBM 2019 di Kuala Lumpur Malaysia



### 3. Model Pengembangan



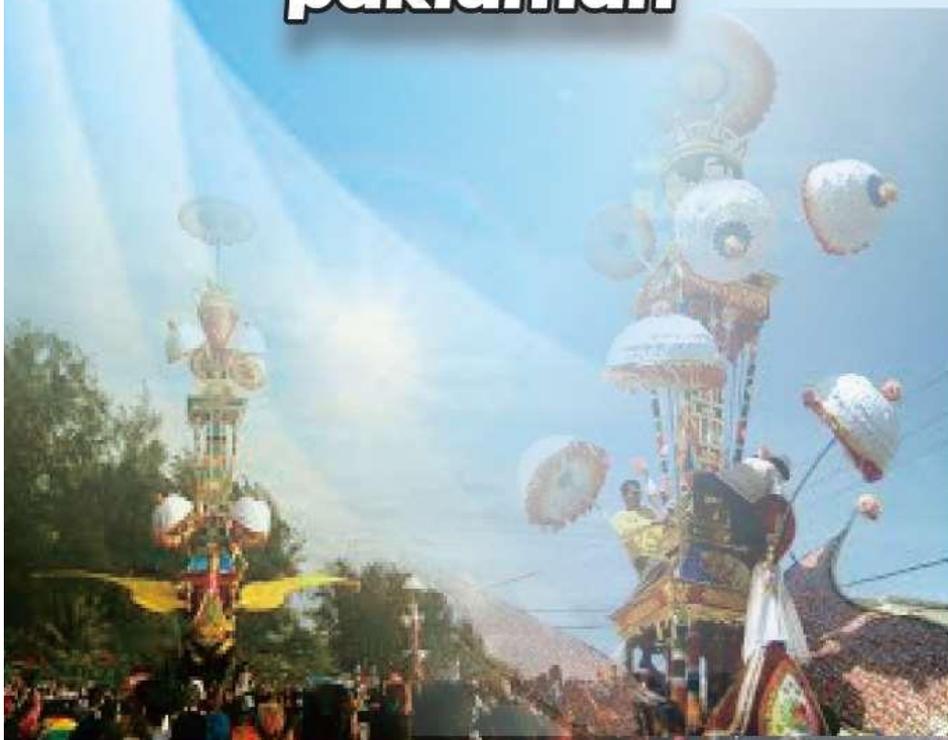
#### 4. Buku

Buku Model Pengembangan Wisata Bahari Ranah Minang ini memaparkan tentang wisata bahari dengan segala potensinya yang terdapat di sepanjang daerah pesisir Sumatera Barat yang akan selesai pada tahun ke 3, namun bagian dari finalisasi buku ini di hasilkan draft setiap tahun untuk masing-masing daerah. Pada tahun pertama ini yang sudah selesai adalah draft buku Peson Wisata Kota Tabuik Pariaman.

Draft buku ini di hasilkan dari kegiatan collect data dan kegiatan focus group discussion (FGD) serta informasi yang di himpun dari berbagai sumber seperti informasi dari Dinas Pariwisata Kota Pariaman, buku dan sumber informasi online.

Penulis : Reni Yuliviona, Antoni, Elfitra Azliyanti, Evi Susanti Tasri

# pesona wisata kota tabuk pariaman



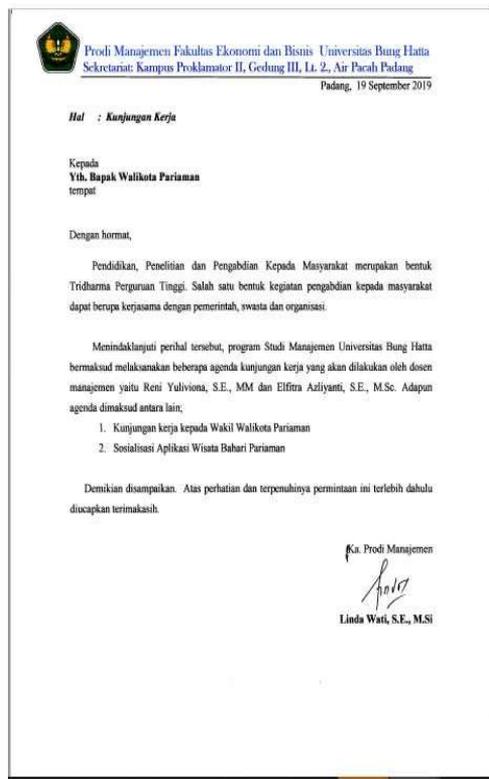
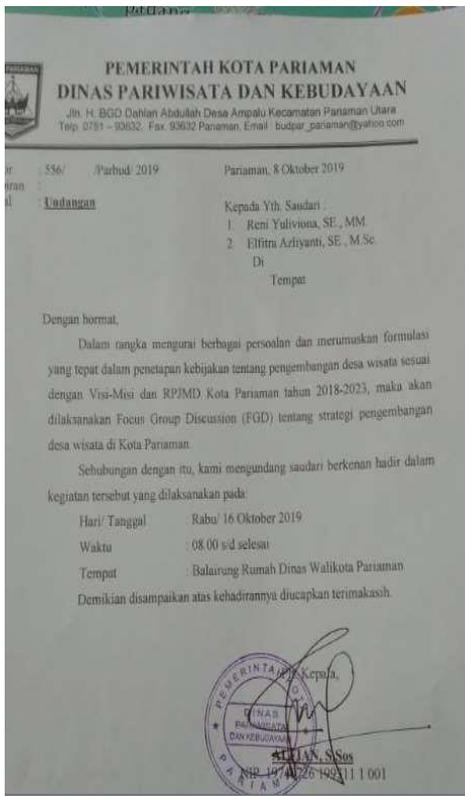
Bung Hatta  
University Press

*BUKU ini merupakan bagian dari hasil hibah penelitian Kompetitif Nasional Skema Penelitian Terapan yang di dani oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor : 011/L10/AK.D4/KONTRAK-PENELITIAN-J/2019 Tanggal 29 Maret 2019.*

E. **PERAN MITRA:** Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (untuk Penelitian Terapan, Penelitian Pengembangan, PTUPT, PPUPT serta KRUP). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui Simlitabmas.

Realisasi kerjasama mitra secara *in-kind* adalah bersedianya Dinas Pariwisata Pariaman membantu dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan data tentang wisata di Pariaman dan bersedia menjadi mitra akademik kampus dalam bentuk MOU untuk pendampingan kegiatan yang diadakan di Dinas Pariwisata Pariaman serta memberi kesempatan tim penelitian untuk ikut menjadi nara sumber pada kegiatan yang diadakan oleh Dinas Pariwisata

Gambar Surat Undangan Kegiatan FGD dan Tawaran Kerjasama



**F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN:** Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

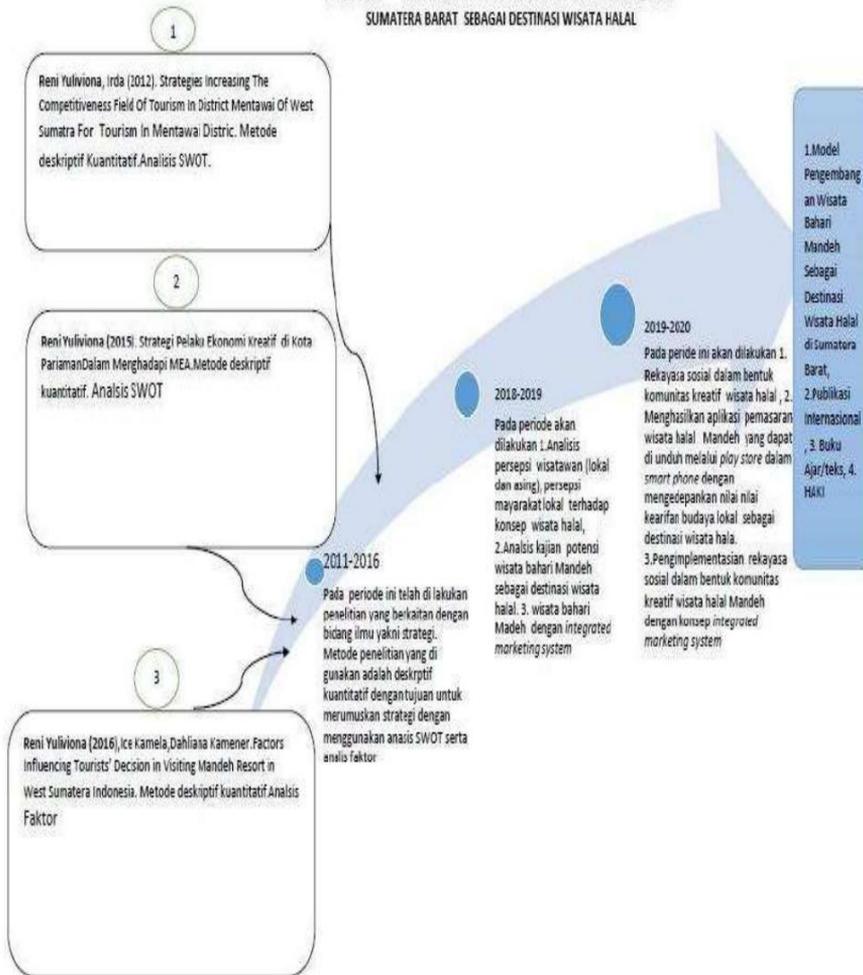
Selama melakukan penelitian tidak terdapat kendala dan hambatan yang berarti semua berjalan lancar baik itu proses collect data maupun pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD), hanya saja sedikit memakan waktu yang berulang pada saat pengumpulan data yang pada saat itu hari hujan, sehingga wisatawan tidak ada yang dapat di mintai untuk menjawab kuisisioner penelitian, mengakibatkan kegiatan collect data di undur pada minggu berikutnya. Begitu pun halnya dalam pencapaian luaran semua berjalan baik sesuai yang dijanjikan baik itu publikasi artikel pada jurnal ter index , model, mengikuti seminar internasional WBCM, pembuatan aplikasi dengan TTT nya serta buku yang baru sampai pada tahapan draft.

**G. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA:** Tuliskan dan uraikan rencana penelitian di tahun berikutnya berdasarkan indikator luaran yang telah dicapai, rencana realisasi luaran wajib yang dijanjikan dan tambahan (jika ada) di tahun berikutnya serta *roadmap* penelitian keseluruhan. Pada bagian ini diperbolehkan untuk melengkapi penjelasan dari setiap tahapan dalam metoda yang akan direncanakan termasuk jadwal berkaitan dengan strategi untuk mencapai luaran seperti yang telah dijanjikan dalam proposal. Jika diperlukan, penjelasan dapat juga dilengkapi dengan gambar, tabel, diagram, serta pustaka yang relevan. Jika laporan kemajuan merupakan laporan pelaksanaan tahun terakhir, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai.

Rencana tindak lanjut penelitian selanjutnya adalah membuat model pengembangan wisata bahari melalui integrated marketing system untuk objek wisata bahari yang kedua sesuai dengan proposal penelitian yaitu untuk kota Padang dan Painan di tahun ke-2 serta aplikasi secara menyeluruh untuk semua objek wisata bahari Ranah Minang yang ada Sumatera Barat sepanjang wilayah pesisir yang di lengkapi dengan dokumentasi hasil uji coba produk dan Teknologi Tepat Guna (TTG). Di samping akan menghasilkan artikel yang akan di seminarikan pada

seminar Internasional dan artikel yang akan publish di jurnal terindex scopus. Untuk buku sebagai lanjutan dari draft yang sudah di hasilkan pada tahun pertama akan di lanjutkan sesuai dengan objek penelitian tahun kedua ini yaitu objek wisata bahari di kota Padang yang memiliki perbedaan, sedangkan tahun ke-3 kajian secara menyeluruh semua wisata bahari sepanjang pantai Sumatera Barat secara terintergrasi baik secara geografis maupun adat daerah yang berlaku di masing- masing daerah masing-masing (Pariaman Padang dan Painan).

ROAD MAP PENELITIAN MODEL PENGEMBANGAN WISATA BAHARI  
SUMATERA BARAT SEBAGAI DESTINASI WISATA HALAL



Rencana Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan Pada tahun ke -2 dan ke -3 adalah seperti pada tabel di bawah ini

Tahun ke-2

No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Survey awal kegiatan objek Pantai Air Manis	X											
2	Pengumpulan data Primer dan Pelaksanaan kegiatan FGD	X	X	X									
3	Perancangan sistem aplikasi Pantai Air Manis Padang			X	X								
4	Penulisan artikel ilmiah untuk kegiatan seminar internasional				X	X							
5	Penulisan artikel ilmiah untuk kegiatan seminar internasional				X	X							
6	Penulisan artikel ilmiah untuk kegiatan seminar internasional					X							
7	Sumbit artikel di Jurnal Scopus					X							
8	Pengajuan HAKI sistem aplikasi						X						
9	Penulisan Buku (Book Chapter) lanjutan				X	X	X	X					
10	Mengikuti Kegiatan Seminar								X				
11	Laporan akhir dan laporan keuangan									X			
12	Mengikuti seminar hasil										X		

Tahun ke-3

No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Survey awal kegiatan objek Pantai Carocok Painan	X											
2	Pengumpulan data Primer dan Pelaksanaan kegiatan FGD	X	X										
3	Perancangan sistem aplikasi Pantai		X	X									
4	Perancangan sistem aplikasi wisata		X	X									
5	Penulisan artikel ilmiah untuk kegiatan seminar internasional				X								
6	Submit artikel untuk seminar internasional					X							
7	Sumbit artikel di Jurnal Scopus						X						
8	Pengajuan HAKI sistem aplikasi terpadu wisata bahari Ranah Minang						X						
9	Finalisasi Buku (Book Chapter) dan pengajuan HAKI						X	X					
10	Mengikuti Kegiatan Seminar							X					
11	Laporan akhir dan laporan keuangan								X	X			
12	Mengikuti seminar hasil penelitian										X		

**H. DAFTAR PUSTAKA:** Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

- [1]. Dimas, 2016. Menpar Nilai Potensi Wisata Bahari Indonesia Hebat, tetapi Pengelolaan Buruk.[http://nasional.kompas.com/read/2016/08/22/21460681/menpar.nilai.potensi.wisata.bahari](http://nasional.kompas.com/read/2016/08/22/21460681/menpar.nilai.potensi.wisata.bahari.indonesia.hebat.tetapi.pengelolaan.buruk)  
.indonesia.hebat.tetapi.pengelolaan.buruk. Diakses pada tanggal 4 Juli 2017.
- [3] Arjan, M.A. (2014) Construction of the Islamic Religious Narratives. Towards a New Theoretical Lens. *International Humanities Studies*, 1(3) Battour, M, & Ismail M.N (2014) The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism. *SHS Web of Conferences*, 12, 01077.  
<http://dx.doi.org/10.1051/shsconf/20141201077>  
Retrieved
- [4]. Battour, M., Battor, M., & Bhatti, M. A. (2013). Islamic Attributes of Destination: Construct Development and Measurement Validation, and Their Impact on Tourist Satisfaction. *International Journal of Tourism Research*
- [5]. Battour, M., Ismail .M., & Battor, M., (2010). Toward a Halal Tourism Market. *Tourism Analysis*. 15(4), 461-470
- [6]. BPS. (2015). Sumatera Barat Dalam Angka. Diakses di (<http://sumbar.bps.go.id>) pada 23 September 2016
- [7]. Carboni, M. Perelli, C. & Sistu ,G. (2014). Is Islamic Tourism a Viable Option for Tunisian Tourism? Insight From Djerba. *Tourism Management Perspectives*, 11(0), 1-9.
- [8]. Chanin, O., Sriprasert, P., Rahman, H. A., & Don, M. S. (2015). Guidelines on Halal Tourism Management in the Andaman Sea Coast of Thailand. *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3, No. 8
- [9]. David, Fred, R. 2008. *Manajemen Strategis, Konsep*, Prentice Hall, Jakarta
- Ghadami, Mina. (2012). The Role of Islam in the Tourism. *Elixir International Journal. Management Atrs*. 52.
- [20]. Jafari, J. & Scott, N. (2014). Muslim Word and Its Tourism. *Annals of Tourism research*, 44(0), 1-19.
- [21]. Kamener, Dharma, Yuliviona (2015). Succession Planning Management Practices on Family Businesses in West Sumatera. *International Journal of Management and Applied Science*, ISSN: 2394-7926 . Volume-2, Issue-11, Special Issue-1, Oct.-2015
- [22]. MasterCard & Crescentrating Report. (2015). Diakses di (<http://gmti.crescentrating.com>) pada 23 September 2016
- [23]. Okhovat, H. (2010). A Study of Religious Tourism Industry Management, Case Study: Islamic

- Republic of Iran, International Journal of Academic research, Vol. 2. No. 5, September 2010.
- [24]. Yuliviona, Kamener, Kamela (2016). Factors Influencing Tourists' Decision in Visiting Mandeh Resort in West Sumatera Indonesia. International Journal of Management and Applied Science, ISSN: 2394-7926. Volume-2, Issue-10, Special Issue-1, Oct.-2016.
- [25]. Yuliviona Reni (2015). Strategi Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Pariaman Dalam Menghadapi MEA. Prosiding Seminar Nasional Seminar Nasional : Kesiapan Indonesia Dalam Pasar Bebas ASEAN Melalui Penguatan Implementasi Corporate Governance yang Sehat. Padang 27-28 Oktober 2015.
- [26]. Yuliviona Reni (2011) StratCompetitiveness Field Of Tourism In Mentawai of West Sumatra. Prosiding : Pada Seminar Internasional. International Conference Competitiveness Of Economy in the Global Market. ISBN : 978-602-8899-82-6
- [27]. Sekaran Umar. 2000, Research Methods For Business, John Willey & Sons, Inc, New York [28]. Stephenson, M. I. (2014). Deciphering Islamic Hospitality: Dvelopment, challenges, and Opportunities. Toursm Management, 40(0), 155-164.

Dokumen pendukung luaran Wajib #1

Luaran dijanjikan: Desain

Target: produk

Dicapai: Selesai

Dokumen wajib diunggah:

1. Deskripsi dan spesifikasi desain
2. Dokumen hasil uji coba/simulasi terakhir desain
3. Dokumentasi (foto) uji coba/simulasi terakhir desain

Dokumen sudah diunggah:

1. Deskripsi dan spesifikasi desain
2. Dokumen hasil uji coba/simulasi terakhir desain
3. Dokumentasi (foto) uji coba/simulasi terakhir desain

Dokumen belum diunggah:

-/

Nama Desain: Aplikasi Wisata Pantai Gondariah Pariaman

Pemegang Desain: Reni Yuliviona, Elfitra Azliyanti, Evi Tasri

Link Video Dokumentasi Pengujian: <https://www.youtube.com/watch?v=g-OrMacdLMI&feature=youtu.be>

# TEKNOLOGI TEPAT GUNA



## BOOKLET

### MODEL PENGEMBANGAN WISATA BAHARI MELALUI SISTEM INTEGRASI TERPADU

Cara Menggunakan Aplikasi Wisata Pantai Gandorah Pariaman

**Oleh:**

Reni Yuliviona Elfitra

Azliyanti Arisal

Yanuarafi

TTG ini merupakan bagian dari hasil hibah penelitian Kompetitif Nasional Skema Penelitian Terapan yang di danai oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor :

011/L10/AK.04/KONTRAK-PENELITIAN-J/2019 Tanggal 29 Maret  
2019

## Pengantar

Tujuan pembuatan aplikasi ini adalah sebagai salah satu referensi bagi para wisatawan ketika akan melakukan perjalanan wisata khususnya di kota Pariaman Sumatera Barat. Objek wisata yang terdaftar mencakup beberapa pantai serta sarana prasarana pendukung nya. Selain itu pada aplikasi ini juga objek wisata yang ditampilkan dapat dikategorikan berdasarkan jenisnya maupun lokasi dan juga dapat menunjukkan peta sebagai penunjuk jalan dari lokasi saat ini menuju lokasi wisata yang sudah ditentukan. *User* lain juga dapat menambahkan objek wisatanya sendiri ke dalam aplikasi ini dengan terlebih dahulu mendaftarkan ID nya. Selain menambahkan, *user* juga dapat menghapus objek wisata tetapi terbatas hanya pada **artikel** yang ditambahkan sendiri oleh *user*. Pembuatan aplikasi ini sendiri menggunakan *Android Studio*

Pembuatan aplikasi Pengenalan Objek Pariwisata berbasis android ini karna dirasa kurangnya suatu referensi ketika seseorang hendak melakukan perjalanan wisata. Seseorang lebih memilih menunda perjalanan wisatanya sampai mengetahui objek wisata apa saja yang tersedia di lokasi tujuannya, atau mengganti tujuan wisatanya dengan lokasi yang sudah pernah didatangi oleh orang lain, sehingga mereka dapat mengetahui objek wisata apa saja yang terdapat di lokasi yang akan mereka datangi nanti. Pembuatan aplikasi ini sendiri menggunakan *Android Studio* karna dirasa lebih ringan dan lebih mudah dalam menggunakannya.

*Cara Menggunakan Aplikasi Wisata  
Pantai Gandoriah Pariaman*

Program aplikasi yang telah dibuat menggunakan *Android Studio* dapat berjalan dengan baik dan lancar di laptop yang menggunakan Windows 8 dan Windows 10. Fitur — fitur yang terdapat pada aplikasipun dapat berjalan dengan baik seperti menu utama, menu login, menu about ataupun menu wisata, dan juga pemetaannya yang berjalan dengan baik.

## Tahapan Pembuatan Aplikasi

Pembuatan aplikasi terlebih dahulu diawali dengan pengumpulan informasi mengenai objek wisata bahari apa saja yang terdapat di kota Pariaman. Pengumpulan informasi dapat diperoleh melalui internet, buku pedoman tentang wisata maupun datang langsung ke Dinas Pariwisata yang bersangkutan serta melakukan kajian pemasaran wisata di Pantai Gandorih Pariaman.

Tahap dalam pengembangan sistem informasi terdiri dari beberapa bagian, di antaranya adalah tahap perencanaan sistem, dimana pada tahap ini adalah menyangkut studi kelayakan baik secara teknis maupun secara teknologi serta penjadwalan pengembangan suatu proyek sistem informasi atau perangkat lunak.

Selanjutnya adalah tahap analisis sistem, yaitu dimana kita berusaha mengenali segenap permasalahan yang muncul pada pengguna dengan mendekomposisikan diagram use case, mengenali komponen — komponen sistem, hubungan antar objek, dan sebagainya.

Tahap perancangan lebih menekankan pada platform apa hasil dari tahap analisis kelak akan diimplementasikan, serta tahap dimana kita melakukan penghalusan kelas — kelas yang didapat pada tahap analisis, serta jika perlu menambahkan dan memodifikasi kelas — kelas yang akan lebih mengefisienkan serta mengefektifkan sistem atau perangkat lunak yang akan kita kembangkan.

*Cara Menggunakan Aplikasi Wisata  
Pantai Gandariah Pariaman*

Pada tahap implementasi ini kita akan mengimplementasikan perancangan sistem ke situasi yang nyata. Di sini kita akan mulai berurusan dengan pemilihan perangkat keras, dan penyusunan perangkat keras aplikasi.

Selanjutnya adalah tahap pengujian, dimana pada tahap ini apakah sistem yang kita buat sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna atau belum. Jika belum maka akan terus dilakukan pengujian sampai dapat menemukan yang sesuai dengan kebutuhan atau yang mendekati.

Dan yang terakhir adalah tahap pemeliharaan, dimana pada tahap ini merupakan bentuk evaluasi untuk memantau agar sistem informasi yang dioperasikan dapat berjalan secara optimal dan sesuai dengan harapan pemakai maupun organisasi yang menggunakan sistem tersebut. Pemeliharaan sistem dilaksanakan untuk tiga alasan, yakni memperbaiki kesalahan, menjaga kemitakhiran sistem dan meningkatkan sistem.

Teknis Penggunaan Aplikasi Wisata Pantai Gondariah Pariaman

- Mendownload aplikasi Wisata Pantai Gondariah Pariaman melalui *Google Playstore* ataupun *Google* dan mengistal nya [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wisatabaharipariaman&hl=en\\_US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wisatabaharipariaman&hl=en_US)
- Saat aplikasi pada handphone di klik untuk pertama kali maka pengguna akan disuguhkan dengan halaman login. Untuk dapat mengakses semua menu yang ada di halaman utama terlebih dahulu harus login dengan menggunakan ID yang sudah dibuat, tetapi jika

belum memiliki ID maka *user* dapat mengklik menu *join* yang terdapat dibawah menu login dan mengisi kolom — kolom yang tersedia.

- Setelah *login* kita akan masuk ke dalam menu utama dan terdapat beberapa menu lainnya seperti Beranda, Wisata, Tentang dan Pengaturan. Melalui menu *beranda* kita dapat menambahkan objek wisata ataupun melihat objek wisata apa saja yang sudah kita tambahkan
- Kita dapat melihat daftar objek wisata apa saja yang tersedia dengan mengklik menu *wisata*. Di dalam menu *wisata* terdapat beberapa objek wisata yang tersedia mulai dari Candi, Pantai ataupun Museum yang sudah ditambahkan oleh admin ataupun *user* lainnya. Jika kita mengklik salah satu objek wisata maka akan keluar deskripsi mengenai objek wisata tersebut, dan juga terdapat beberapa kategori yang berkaitan seperti objek wisatanya, lokasi maupun provinsinya. Ketika salah satu kategori diklik akan muncul objek wisata yang berhubungan dengan objek wisata sebelumnya. Ketika *user* mengklik salah satu objek wisata, selain terdapat kategori yang berkaitan juga terdapat beberapa sub-menu yang lainnya seperti sub-menu untuk menampilkan peta. Peta dapat menampilkan jarak dan rute yang dapat dilalui antara lokasi saat ini dengan lokasi objek wisata yang telah dipilihnya.
- Ketika User ingin mencari suatu objek wisata maka User terlebih dahulu harus membuka aplikasinya. Beberapa saat setelah mengklik aplikasi maka User akan diperlihatkan tampilan login (l. Ada menu login ini, bila

User belum memiliki id, maka terlebih dahulu harus membuat id baru dengan mengklik tombol *join* yang terdapat di halaman yang sama dengan login. User akan disuguhkan dengan beberapa kolom yang harus diisi untuk membuat sebuah id baru.

- Setelah login, User akan disuguhkan dengan halaman menu utama . Pada tampilan menu utama User akan disuguhkan dengan beberapa menu diantaranya seperti menu *wisata*, *about* dan *setting*. User bisa mengklik menu *wisata* untuk dapat melihat daftar objek wisata yang tersedia . Untuk mengetahui lebih detail mengenai objek wisatanya, User dapat mengklik salah satu objek yang ingin diketahui. Setelah itu maka akan ditampilkan keterangan mengenai objek wisata dan juga beberapa kategori yang berhubungan dengan objek sebelumnya.
- Selain hanya melihat objek wisata yang sudah tersedia, User juga dapat menambahkan sendiri objek wisata yang menurutnya bagus. User dapat mengklik menu *Tambah Wisata* yang terdapat pada menu utama *beranda*
- Ketika admin dan user ingin menggunakan aplikasi ini untuk mencari objek wisata maka cukup dengan mengklik aplikasi pariwisata yang sudah terinstal di *handphone* mereka masing — masing. Kemudian aplikasi tersebut akan mengambil data yang tersimpan di database server yang kemudian akan ditampilkan pada aplikasi yang terdapat di *handphone* admin maupun user. Ketika ada penambahan objek wisata

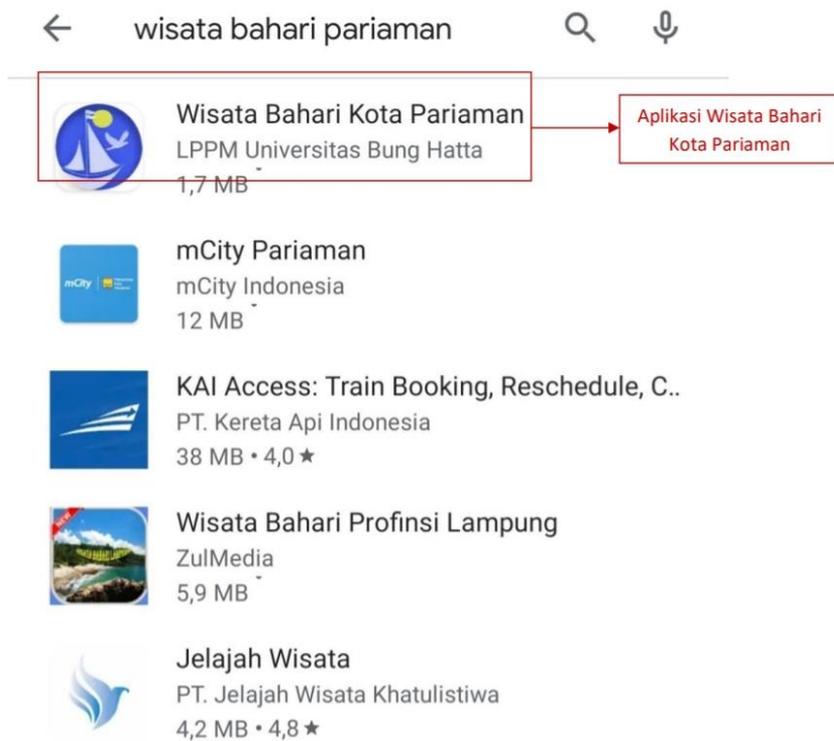
baru juga tidak perlu mendownload aplikasi terbaru karna data yang disimpan di server akan otomatis tampil pada aplikasi

- Pada aplikasi ini juga *user* lain dapat menambahkan objek wisatanya sendiri ke dalam aplikasi ini dengan cara login terlebih dahulu dan juga dapat menghapus objek wisata yang ditambahkan sendiri olehnya. Pada daftar objek wisata yang ditampilkan juga terdapat sub-menu yang saling berkaitan dengan objek wisata yang dipilih, sub-menu ini sendiri akan tampil ketika kita telah mengklik salah satu objek wisata yang tersedia. Sub-menu sendiri terbagi menjadi beberapa kategori seperti jenis objek wisatanya, lokasi maupun provinsi, dan juga terdapat sub-menu peta untuk menampilkan tampilan petanya. Pada saat menampilkan lokasi peta wisata yang sudah dipilih, kita dapat melihat rute yang dapat dilalui dengan cara mengklik menu yang terdapat pada *smartphone*.

*Cara Menggunakan Aplikasi Wisata  
Pantai Gandorah Pariaman*

Lebih lengkapnya Manual Penggunaan Aplikasi adalah sebagai berikut :

Untuk dapat mendownload aplikasi wisata bahari dari kota pariaman bisa dengan mengakses apliksi google play store dengan memasukan pencarian Wisata Bahari Kota Pariaman kata pencarian bisa saja berbeda asalkan mengarah pada nama dari aplikasi, nama aplikasi nya yaitu Wisata Bahari Kota Pariaman, seperti pada gambar dibawah ini :



Jika sudah ditemukan aplikasi nya seperti gambar diatas silahkan klik aplikasi tersebut untuk dapat menginstalnya.



## Wisata Bahari Kota Pariaman

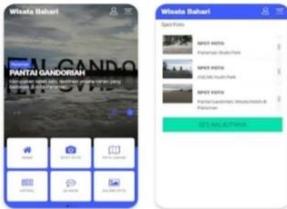
LPPM Universitas Bung Hatta



1,7 MB

Instal

⚠ Tidak didesain untuk anak-anak



### Tentang aplikasi ini



Aplikasi Wisata Bahari Kota Pariaman

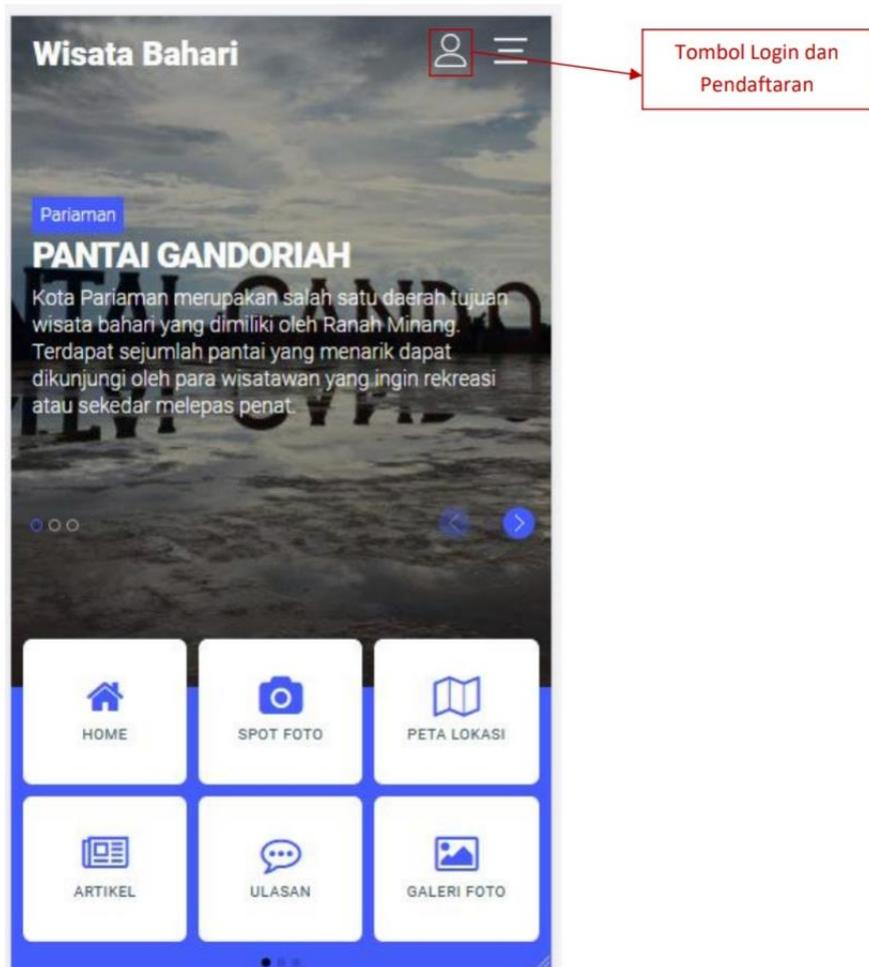
Perjalanan & Lokal

### Beri rating aplikasi ini

Sampaikan pendapat Anda

*Cara Menggunakan Aplikasi Wisata  
Pantai Gandorih Pariaman*

Halaman awal dari aplikasi dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

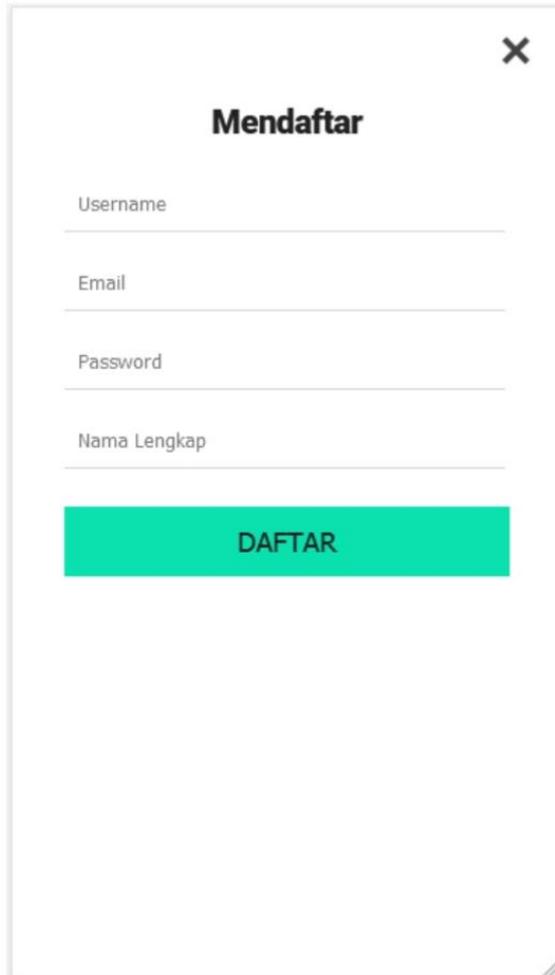


Halaman Login dari aplikasi dapat dilihat pada gambar dibawah ini, pada halaman login ini akan diminta username dan password yang di entri waktu pendaftaran pada aplikasi.

The image shows a mobile application login screen. At the top right, there is a close button (X). The title 'LOGIN' is centered. Below it are two input fields: 'username' and 'password'. To the right of the password field is a link 'Lupa Password?'. A large green button labeled 'SIGN IN' is positioned below the input fields. At the bottom, the text 'Belum Memiliki Akun?' is displayed above a green button labeled 'Daftar'.

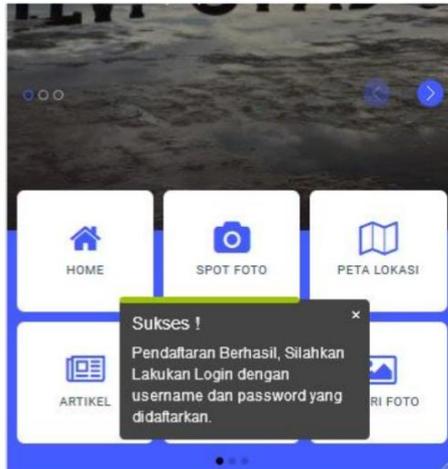
*Cara Menggunakan Aplikasi Wisata  
Pantai Gandorih Pariaman*

Jika belum memiliki username dan password silahkan klik tombol daftar,  
tampilannya seperti gambar dibawah ini :



The image shows a registration form titled "Mendaftar" (Register) with a close button (X) in the top right corner. The form contains four input fields: "Username", "Email", "Password", and "Nama Lengkap" (Full Name). Below the fields is a prominent red button labeled "DAFTAR".

Jika sudah melengkapi data yang diminta dan klik daftar maka akan dibawah ke halaman awal kembali dengan notifikasi berhasil melakukan pendaftaran, seperti gambar dibawah ini :



Selanjutnya silahkan lakukan login dengan memasukan username dan password yang di daftarkan tadi, jika sukses maka akan ada notifikasi yang menyatakan login berhasil.

*Cara Menggunakan Aplikasi Wisata  
Pantai Gandorih Pariaman*

Jika diklik tombol login login kembali maka akan ada halaman profil dan menu-menu yang dapat di akses oleh pengunjung, seperti pada gambar dibawah ini :



Untuk merubah biodata silahkan klik menu akun saya, dan tampilanya seperti pada gambar dibawah ini :

**Wisata Bahari**  

Akun Saya

**Nama Lengkap:**  
rio amianta

**Jenis Kelamin:**  
Laki-laki   
Perempuan

**Email:**  
rio@gmail.com

**No. Telepon:**  
0821312323333

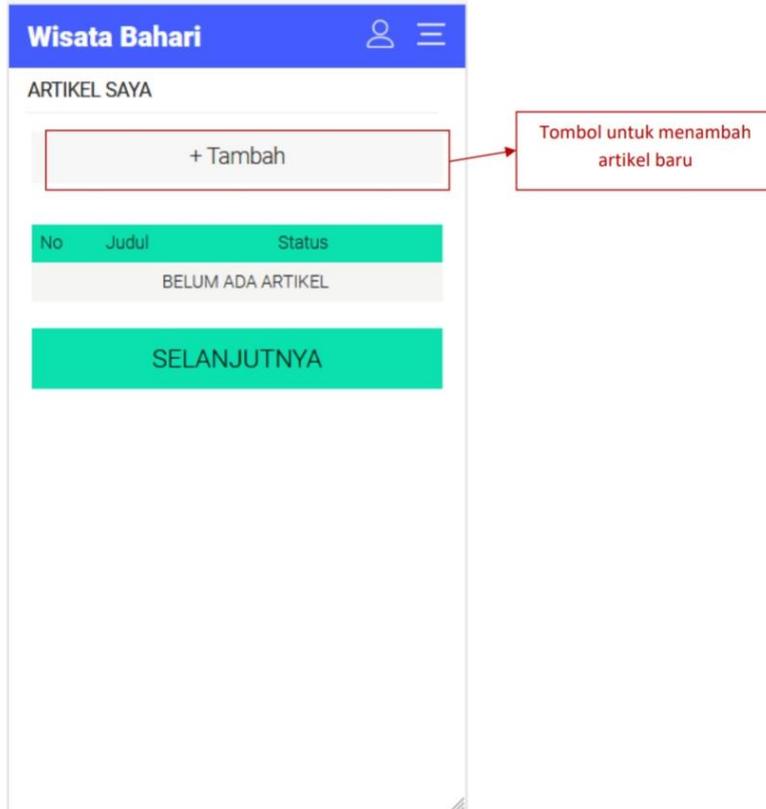
**Alamat:**  
Pariaman

**Username:**  
rio

**Password:**

*Cara Menggunakan Aplikasi Wisata  
Pantai Gandorih Pariaman*

Untuk mengisi artikel bisa dengan memilih menu artikel , tampilannya seperti pada gambar dibawah ini :



Tampilan tambah artikel seperti gambar dibawah ini :



The screenshot shows the 'Wisata Bahari' application interface for adding a new article. The header is blue with the title 'Wisata Bahari' and user profile icons. The main form is titled 'Tambah Artikel' and contains the following sections:

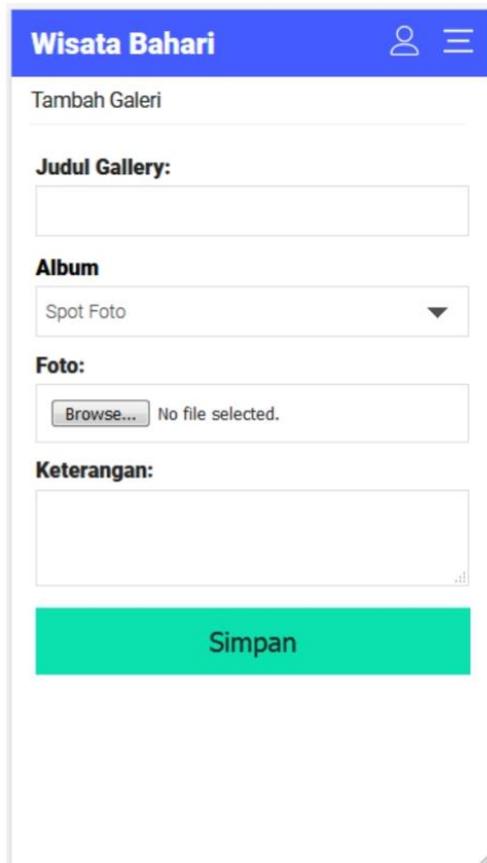
- Judul Artikel:** A text input field for the article title.
- Kategori:** A dropdown menu currently showing 'Spot Foto'.
- Foto:** A section with a 'Browse...' button and the text 'No file selected.'
- Isi Artikel:** A rich text editor with various icons for bold, italic, underline, strikethrough, bulleted list, numbered list, indent, outdent, quote, link, unlink, image, video, and other editing functions.

Jika sudah dilengkapi klik simpan maka artikel akan tersimpan dilist artikel, artikel tidak langsung tampil pada halaman pengunjung karena masih perlu di verifikasi oleh admin system untuk dapat tampil di halaman pengunjung.

Selanjutnya untuk halaman galeri dapat memilih menu galeri, tampilanya seperti pada gambar dibawah ini :



Untuk menambahkan galeri dapat menekan tombol tambah, dan akan dibawah pada halaman entri galeri seperti gambar dibawah ini :



The screenshot shows a mobile application interface for adding a gallery. At the top, there is a blue header with the text "Wisata Bahari" and icons for a user profile and a menu. Below the header, the title "Tambah Galeri" is displayed. The form consists of several sections: "Judul Gallery:" with a text input field; "Album" with a dropdown menu currently showing "Spot Foto"; "Foto:" with a "Browse..." button and the text "No file selected."; and "Keterangan:" with a larger text input area. At the bottom of the form is a prominent green button labeled "Simpan".

Jika sudah lengkap silahkan klik tombol simpan, untuk galeri ini peraturan nya juga sama dengan artikel untuk bisa tampil pada halaman pengunjung harus melalui verifikasi dibagian admin system terlebih dahulu.



REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00201953314, 3 September 2019

### Pencipta

Nama : **Reni Yuliviona, Elfitra Azliyanti, Evi SusantiTasri & Arisal Yanuarafi**  
Alamat : Universitas Bung Hatta Kampus II Jl. Bagindo Azis Chan, By Pass Air Pacah, Padang, Sumatera Barat, 25586  
Kewarganegaraan : Indonesia

### Pemegang Hak Cipta

Nama : **Reni Yuliviona, Elfitra Azliyanti, Evi SusantiTasri & Arisal Yanuarafi**  
Alamat : Universitas Bung Hatta Kampus II Jl. Bagindo Azis Chan, By Pass Air Pacah, Padang, Sumatera Barat, 25586  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Ciptaan : **Program Komputer**  
Judul Ciptaan : **Aplikasi Wisata Bahari Pariaman**  
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 10 Juli 2019, di Padang  
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.  
Nomor pencatatan : 000152617

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.  
NIP. 196611181994031001



Dokumen pendukung luaran Tambahan #1

Luaran dijanjikan: Publikasi Ilmiah Jurnal Internasional

Target: accepted/published

Dicapai: Published

Dokumen wajib diunggah:

1.

Dokumen sudah diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen belum diunggah:

-

Nama jurnal: Journal of Environmental Treatment Techniques

Peran penulis: first author | EISSN: 2309-1185

Nama Lembaga Pengindek: Scopus

URL jurnal: <http://www.jett.dormaj.com>

Judul artikel: The Effect of Islamic Attributes of Destination, Experiential Values on Revisit Intention among Muslim Tourists: Model Testing on the Mediating Role of Satisfaction

Tahun: 2019 | Volume: 7 | Nomor: 3

Halaman awal: 768 | akhir: 773

URL artikel:

<http://www.jett.dormaj.com/docs/Volume7/Issue%204/html/The%20Effect%20of%20Islamic%20Attributes%20of%20Destination,%20Experiential%20Values%20on%20Revisit>

[Intention%20among%20Muslim%20Tourists%20Model%20Testing%20on%20the%20Mediating%20Role%20of%20Satisfaction.html](http://www.jett.dormaj.com/docs/Volume7/Issue%204/html/The%20Effect%20of%20Islamic%20Attributes%20of%20Destination,%20Experiential%20Values%20on%20Revisit%20Intention%20among%20Muslim%20Tourists%20Model%20Testing%20on%20the%20Mediating%20Role%20of%20Satisfaction.html)

DOI: 0



# The Effect of Islamic Attributes of Destination, Experiential Values on Revisit Intention among Muslim Tourists: Model Testing on the Mediating Role of Satisfaction

Reni Yuliviona<sup>1,2\*</sup>, Zuraini Alias<sup>3</sup>, Mokhtar Abdullah<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Economy, Universiti Bung Hatta  
Padang, Indonesia

<sup>2</sup>Faculty of Business and Accountancy, Universiti Selangor

<sup>3</sup>Faculty of Business and Accountancy, Universiti Selangor, 40000 Shah Alam, Malaysia

<sup>4</sup>University Malaysia of Computer Science & Engineering, 63000 Cyberjaya, Malaysia

Received: 02/03/2019

Accepted: 09/08/2019

Published: 03/09/2019

## Abstract

Experiential value is a subjective and vibrant construct that differs among different customers and cultures. In relation to this, there is a need to understand Muslim tourists' experiential values as halal tourism allows these tourists to fulfil religious requirements and obligations throughout their travels. However, the dearth of information related to Muslim tourists' experiential values prompted this paper to reveal events related to Muslim's Halal tourism experiential values in order to ensure that Muslim tourists are met with Islamic attributes during their travels. This paper provides a systematic review of previous articles, books, and online news with specific focus on Muslim tourists' experiential value, Islamic attributes and halal tourist destinations. The review findings suggest that tourists' satisfaction is crucial in determining destination loyalty and the decision of revisiting certain destinations. Satisfaction should be used to assess performance of destinations' products and services as Muslim tourists may take into account the availability of facilities tailored to cater their religious and personal needs but they will feel most satisfied when performance exceeds necessities.

**Keywords:** Muslim tourists' experiential values, Muslim tourists' satisfaction, Islamic attributes of destination, halal tourism, revisit intention among Muslim tourists.

## 1 Introduction

Muslim tourists are drawn to visit Islamic rather than non-Islamic destinations due to the security and safety offered by similar culture of an Islamic environment (Kovjanic, 2014, Shafaei & Mohamed, 2015) as cited in (Shafaei, 2017). Consequently, halal tourism becomes significant as countries begin to lure tourists using competitive prices, promotions, services and available Muslim-friendly attractions. Halal tourism plays a crucial role as it allows Muslim tourists to enjoy their holiday and fulfil religious requirements and obligations throughout their travels. Availability of Muslim-friendly services at holiday destinations are imperative due to the impact it has on the tourists' intention to revisit the locations. However, achieving tourist satisfaction could be challenging for locations situated in rural regions (31).

Satisfaction plays a role particularly in the tourism industry where tourist loyalty is concerned as it is the main factor drawing tourists to revisit the destinations (33). However, experiential values, especially for products, have been read differently by many researchers. The review aims attempts to identify the correlation between customer behaviour and experiential values as this correlation may contribute to loyalty intention. Thus, this matter needs to be looked into further as it may offer destinations' stockholders meaningful information in the interest of creating memorable destination experiences for Muslim tourists.

In response to the growing importance of halal tourism, this study aims in providing researchers with a summary of the trends and impacts of studies published in the halal tourism literature. This study aims in:

**Corresponding author:** Reni Yuliviona, (a) Faculty of Economy, Universiti Bung Hatta Padang, Indonesia and (b) Faculty of Business and Accountancy, Universiti Selangor. E-mail: [reniyuliviona@bunghatta.ac.id](mailto:reniyuliviona@bunghatta.ac.id)

a) providing a comprehensive overview of available on halal tourism, with a specific focus on Islamic attributes of a destination, experiential values, satisfaction and revisit intention among Muslim tourists.

b) synthesizing findings into a suitable discussion of factors and constraints influencing Muslim tourists' satisfaction and revisit intention.

c) developing a conceptual framework using Satisfaction as the mediating variable.

## 2 Methods

There are a number of established methods to carry out a literature review, which can be generally characterized into the meta-analysis, traditional narrative review, and systematic quantitative review (34). Systematic review is chosen as it allows topics related to specific researches to be reviewed thoroughly together with administrative effects for professionals in the industry and it provides direction for future researches in the related field (47). Systemic review is also a form of research as it reviews extant literature of an area of interest with the use of specific set of research approaches and procedures (16). The objective of this review is to identify the gap in the literature and provide relevant information related to the subject based on the findings obtained from previous researches.

An extensive search for relevant literature was carried out where the researchers focused on scrutinising issues related to halal tourism and its impact on Muslims experiential values, satisfaction and revisit intentions. Researches included in this review are published from 1993 to 2019. In order to enable the research to be relevant and extensive, assistance was obtained from a professional library science expert and several electronic databases (Elsevier and Scopus) were used in the process of constructing a major catalogue.

### 2.1 Selection of Articles

The articles selected for review must discuss the following: (i) focuses on experiential values and satisfaction among Muslim tourists; (ii) studies on halal tourism; and (iii) factors related to revisit intentions among Muslim tourists. Articles selected for review are published in peer-reviewed journals and written in English. Hence, grey articles such as literature papers, conceptual articles, conference proceedings, Masters' and Doctoral theses, and governmental reports are omitted.

### 2.2 Extraction of Data

The search of data and articles was based on the keywords and relevant abstracts. The researchers used keywords such as *Muslim tourists' experiential values*, *Muslim tourists' satisfaction*, *Islamic attributes of destination*, *halal tourist destination and revisit intention among Muslim tourists*. The searches found 51 articles that match the study. 13 articles for Muslim tourists' experiential values, 13 articles for Muslim tourists' satisfaction, 11 articles for Islamic Attributes of Destination, 2 articles for halal tourism and 25 articles form revisit intentions among Muslim tourists. These keywords were obtained from previous researches in similar areas of interests and were narrowed down to (i) author(s) name, (ii) location of study (iii) key findings.

## 3 Results and Discussions

### 3.1 Synthesis of study's findings

Fifty one (51) articles were selected to be reviewed and the inclusion was based on the relevance of the topic and findings. Articles included in the review dated from 1993 to 2019. The articles are novel peer-reviewed publications related to the topic of the study. Eighteen articles were obtained from thirteen journals. Three articles were accessed from Annals of Tourism Research, two articles from Tourism Management, two articles from Journal of Travel Research and another two articles from International Journal of Contemporary Hospitality Management. Nine articles were accessed from Journal of Consumer Research, Tourism and Hospitality Research, Anatolia, Journal of Hospitality and Tourism Research, Current Issues in Tourism, Pertanika Journals of Social Science, Procedia Economics and Finance and Tourism Economics. The remaining articles were attained from various online publications affiliated with Malaysian universities such as Universiti Sains Malaysia (USM), Universiti Putra Malaysia (UPM) and books published by Wiley and Sons and ERIC Clearinghouse.

### 3.2 Synthesis of Findings

Based on the reviews, the studies were carried out in various tourist destinations worldwide. Studies carried out in the United States on were by (25); (22); (14); (17). Studies performed in Australia are (39) and (9). Studies related to elements of tourism were also carried out extensively in the United Kingdom. The studies are (6); (8); and (7). Another set of studies were carried out in Asia specifically Hong Kong (48); (46); Taiwan (50); (26); Japan (45); Thailand (41); (44); India (20); Indonesia (36); (30); Malaysia (29); (Battour, Battour, & Ismail, 2012); (Battour, 2014); (37); (38); (18); (42); and China (49); (43). Several studies were also conducted in Egypt (15); Jordan (5); 40; (28); (24); (23); Portugal (27); New Zealand (19); Romania (Obada, 2013).

### 3.3 Characteristics associated with Experiential Values

(25) stated that experience is considered as "the full result for the customer from the combination of the environment, goods, and services purchased". However, the definition of customers may be different based on experiences gained through encounters with service providers. In addition, (50) claimed that customers can obtain experiential values of different varieties of experiences. In line with this, (41) advised that travel experience refers to the travellers' contact with the environment and their constant contact with service providers by engaging, involving, and participating in events or activities at the destination.

In tourism's case, if tourists experience a positive travel during their visit to a certain destination, they would be most probably to a positive impression with their trip, and after that, they might decide to have another visit to the same destination (21). Subsequently, these happy and satisfied tourists returning from the trips may spread positive verbal promotion to network of peers or relations, and may have the tendency of revisiting the place (21); (28). The same trends were also found by (41) on the significance of travel experience to island destinations as it is one of the destination's main competitive influences and otherwise state travel experience's quality as

the most influential in attracting potential travellers to specific destinations (Noypayak, 2015) as cited in (41).

With regards to travel experience, (27) argued that experience is regarded as a single and differentiated construct since the 1990s. Oxford English Dictionary defines experience as "An effect or natural event which leaves an impression on someone". Mihaly Csikszentmihalyi, a psychologist, was the first person observed the construct of consumer/tourist experience. He further pronounced how experience can offer a sense of pleasure and be treasured for a long time and predicted this as a form of "optimal experience" (Csikszentmihalyi, 1975, 1998) as cited in (32). Csikszentmihalyi later used his understandings of consumer behaviour, claiming "consuming is a process of exchange for existential or experiential rewards" (13).

As previously mentioned, there are some attributes that can affect tourists experience from the destination. This includes how the destination is managed. It should create a sense of enjoyment and satisfaction for the visitors. This is really a crucial factor to attract tourists, so they can experience a positive travel and can decide to come back one day later. If they are happy and satisfied, most likely they would also recommend the place to some other people else (8); (35).

Having reviewed several studies investigating the relationship between travel experiences, tourist satisfaction and loyalty purposes (20); (21); (28) it seems that these researchers had not investigated this relationship in the context of halal tourism which is actually the main Muslim needs every day. Most of their studies only scrutinised travel experiences' influence on tourism loyalty, satisfaction and purpose.

### 3.4 Characteristics associated with tourists' satisfaction

In the context of tourism industry, many studies show empirical evidences that tourist satisfaction is a major reason of their decision to review and endorse the destination to others (48); (39); (40); (6); (8); (24); (23); (49). The travellers most probably revisit the places and are keen positively taking part in their travelling experiences with friends and family.

Travellers' happiness with all attributes they get to a destination also significantly affected their loyalty to the destination. Some studies revealed that travellers' fulfilment are significant on tourist loyalty compared to the destination's image. For example, (22), who carried out a study on Orlando's theme park, discovered that the destination's image was significantly linked to destination loyalty through satisfaction as a controlling variable. The findings also showed that destination's image and satisfaction were essential variables which affected tourist loyalty at the theme park. Another study was carried out by (43) in Hainan Island, China and the findings showed that the destination's image highly influenced satisfaction, which subsequently affected Chinese domestic tourists' loyalty.

Another study by (1) investigated link between quality, satisfaction and behavioural intentions in a context of the festival, revealed that performance's quality positively affected satisfaction. However, satisfaction did not completely mediate the influence of quality on behavioural intentions. In particular, quality did have a more significant influence on behavioural intentions compared to satisfaction. This finding suggests that good performance and motivated participants are more likely to be more loyal. Loyalty is shown through their decision of revisiting the places and spreading positive stories

about the festival. A similar study by (38) investigated the immediate impacts of the quality of destination on tourist behavioural intentions at countryside tourism spots in Malaysia. Their study found that the quality of rural tourism destinations had a major positive effect on tourist satisfaction which later ominously affected their behavioural intentions. Furthermore, the findings also revealed that tourists satisfaction was an essential variable facilitating the influence of rural destination quality on behavioural intentions.

Deng and Pierskalla (2011) studied on the comparison between past experiences on the perceived values, overall satisfaction and destination loyalty for travellers who visit the place and local people to attend the National Cherry Blossom Festival (USA). Their research found that a group of visitors was different from the groups of residents in terms of their perceived values, overall satisfaction and loyalty objectives. The study also found that overall satisfaction perceived values effects mediated in the destination tourists' loyalty first and repeatedly group, regardless of past experiences that are considered quality (1); (38), and travel experiences (14) (45).

### 3.5 Characteristics associated with Islamic attributes of destination

Islamic attributes are significant for Muslims when choosing their travel destinations (Battour, Ismail, & Battor, 2011). Islamic attributes bring a positive effect on Muslim tourists satisfaction, the results clearly indicate that Muslim tourist satisfaction with a halal destination has significant influence on Muslim tourists' satisfaction.

According to (Battour, 2014), in Islam, Muslims should travel to various places so that they can appreciate and thank for the magnificent and the beauty of God. Based on Quranic practices, Muslims must be hospitable and generous towards visitors. For this reason, religion appears to be a very essential factor to consider when a Muslim makes a decision to travel overseas (WTM 2016 ). A study by Bazazo et al (2017) examined Islamic religious attributes among tourists in Jordan by looking at four dimensions: worship infrastructures, halal meal, alcohol and gambling free, and Islamic morality. Similar to this study, Battour et al (2010) examined the impact of Muslim destination attributes on Muslim tourists' choice in Malaysia by using four indicators: worship facilities, halal meal availability, alcohol consumption and gambling restriction, and sexual tolerance.

The goal of marketing destinations for Muslim travellers can be achieved by following Islamic shari'a in the tourism programs. This study was an effort to unravel which Islamic attributes of destinations could be employed as a foundation to tailor Halal tourist programs. This is taking that faith remains firm for one of the vital factors in the decision-making process with regard to travel destinations (11). According to (15), it is highly necessary to make sure that Islamic religious attributes are available in those destinations.

(37) conducted a research project investigating Islamic attributes such as service quality, destinations' features, tourists' satisfaction, destination loyalty and participants' demographic variables. In his case, it is used to identify motivational components that affect Muslim tourists' satisfaction and revisit intention. Islamic attributes were also used in endorsing and formulating tactics to improve Malaysia's Islamic tourism industry of the in. It was found that Islamic attributes and service quality correlates highly to

Muslim tourist satisfaction and destination loyalty, while destination characteristics were found to be insignificant (18). Furthermore, (5) found that Islamic attributes of destination and tourists' satisfaction have direct substantial influence on destination loyalty. They also found that tourists' satisfaction has substantial influence on travellers' destination loyalty.

In line with this, (Battour, 2014) revealed that tourism motivations are essentially and positively linked to tourist satisfaction. Religious factor positively moderates the connection between pull motivation and travellers' satisfaction. The moderating influence of religion on the relationship between push motivation and travellers' satisfaction was not confirmed. In the same vein, (18) asserted that prayer amenities, Muslim-friendly tour packages, religious-associated sites, halal food and over-all morality influences Muslim tourists satisfaction.

Meanwhile, (36) revealed that only traditional values significantly and directly influences customer satisfaction with a halal destination, while Islamic values have no significant influence on customers satisfaction. Islamic values, specifically non-physical Islamic attributes, significantly affect customers' satisfaction only under the control of religiosity.

### 3.6 Characteristics associated with Halal tourism

Halal word originated from an Arabic word meaning "permissible" or "lawful". 70% of the Muslims interpret this concept as a part of their lives as a Muslim. Today, the term halal is used on a larger scale, not only limited to food and beverages but also replicated and executed in every facet of everyday life. Jeffery Vasser, leader of World Travel Market, defines halal tourism as a kind of spiritual based tourism representing acceptable activities under the Islamic instructions in terms of behaviour, dressing codes, conduct and diet as cited (3). In reality, however, there is no official description of halal tourism. Yet, it is widely understood in such a way in the Muslim world by Muslims with leisure purposes.

### 3.7 Characteristics associated with Revisit intentions among Muslim tourists

This study will focus on revisit intention in the context of halal tourism destination as part of consumer behaviour research. This will be conducted through an investigation in a global context and see how its implications for both practitioners and staff members. The concept of return intent comes from behavioural intention. Baker and Crompton in (26) explained that the revisit intention is the likelihood of tourists to repeat the same activity or return to a destination. There are two dimensions proposed by which are; Intention to recommend (desire to commend to others), and Intention to revisit (desire to return to photograph the breeze). Eid and El-Gohary (2014) and Um et al (2006) found in their study that loyalty is an indicator that can be tied up to revisit intention and the recommendation for a name and address.

According to (30), based on previous studies above, visitors' revisit intention can be divided into two dimensions: behavioural dimension and attitudinal dimension. The behavioural dimension represents the consumers' decision to revisit the name and address and the attitudinal dimension represents the whole of customers' behaviour, not only their intentions to revisit but also the possibilities for them to

recommend the destination to others (17); (7); (19). Behavioural intention can be understood as an individual's planned future behaviour (42). Behavioural intentions can also be seen as a kind of commitment. Loyalty, as seen through the intention, has been widely examined by consumer behaviour researchers, including researchers in the field of tourism (1). Customer loyalty is an essential goal to achieve by companies as it is an important element to make a company sustainable (9).

In line with this, (29) highlighted that willingness to recommend a destination is every bit a sign of destination loyalty. Destination loyalty refers to customer loyalty in tourism context (41). The study on revisiting intention is substantially crucial for tourism businesses. Authorities should fundamentally understand how to develop better tourism marketing strategies as well as to build up travel motivation effectively and efficiently. They should also understand how to deal with the promotion costs in making the existing tourists are certainly less than with first-time tourists.

Ensuring loyal tourists to revisit is highly essential to grow revenue in tourism destinations as well as reducing marketing expenses. Retaining existing clients is widely admitted to deliver a lower cost than obtaining new ones (Fornell and Wernerfelt, 1987 cited in (10) (44)). In line with this, (46) in their study highlighted that many destinations rely strongly on repeated visitations as the cost is not that expensive to retain repeat tourists compared to attract new ones. To stress further, (1) illustrated that at that place are hard connections between consumer loyalty and profitability contributed reality in the tourism industry.

It is mostly understood that satisfaction results in repeated purchase and constructive word-of-mouth promotion, which are the primary indicators of commitment. Many studies have found that there are significant positive links between customer satisfaction and commitment or retention (Anderson and Sullivan, 1993; 12; Taylor and Baker, 1994) as cited in Cronin (12). In line with other empirical studies, evidences of tourist satisfaction are a clear sign of their intents to make another visit and suggest the destination to their friends or relatives (48); (39); (40); (6); (8); (24); (23); (49).

### 3.8 Conceptual Framework

The conceptual framework for this study was created to identify the link between Islamic Attributes of Destination, Experiential Values on Revisit Intention among Muslim Tourists that used satisfaction as the mediating variable.

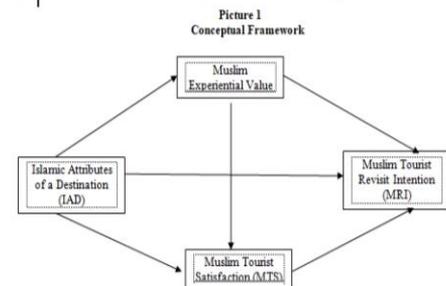


Figure 1: Conceptual Framework

The studies reviewed showed that tourists' satisfaction is crucial in determining destination loyalty and the decision of revisiting certain destinations. Satisfaction should be used to assess performance of destinations' products and services as Muslim tourists may take into account the availability of facilities tailored to cater their religious and personal needs but they will feel most satisfied when performance exceeds necessities. Performance may refer to Islamic attributes where the quality of services offered satisfies the Muslim tourists hence creating the feeling of fulfilment. Various factors are contributors to Muslim tourists' satisfaction during their travels. The factors are Islamic attributes of a destination, service providers such as Muslim-friendly packages and high quality halal food. It is notable to highlight that what the tourists' experience during and after the travels satisfies them, which will ensure that they not only revisit but will share their positive experiences with others.

#### 4 Conclusions

The review showed the lack of studies being carried out focusing on Muslim tourists and the factors behind their satisfaction levels with the offerings during travels to different destinations. It is hoped that the findings in this review will help travel service providers to take into account the expectations of Muslim tourists. It is also recommended that future researches include destinations popular among Muslim tourists focusing on specific characteristics such as hospitality and tour packages which can help in understanding the reasons behind the tourists' decision to revisit the destinations.

#### References

- Baker DA, Crompton JL. Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*. 2000 Jul 1;27(3):785-804.
- Battour M, Ismail MN. The role of destination attributes in Islamic tourism. *InSHS web of conferences* 2014 (Vol. 12, p. 01077). EDP Sciences.
- Battour MM, Battor MM, Ismail M. The mediating role of tourist satisfaction: A study of Muslim tourists in Malaysia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2012 Apr 1;29(3):279-97.
- Battour M, Ismail MN, Battor M. The impact of destination attributes on Muslim tourist's choice. *International Journal of tourism research*. 2011 Nov 1;13(6):527-40.
- Bazazo I, Elyas T, Awawdeh L, Faroun M. The impact of Islamic attributes of destination on destination loyalty via the mediating effect of tourist satisfaction. *International Journal of Business Administration*. 2017;8(4):65-78.
- Beeho AJ, Prentice RC. Conceptualizing the experiences of heritage tourists: A case study of New Lanark World Heritage Village. *Tourism management*. 1997 Mar 1;18(2):75-87.
- Bowen JT, Shoemaker S. Loyalty: A strategic commitment. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 2003 Oct 1;44(5-6):31-46.
- Bramwell B. User satisfaction and product development in urban tourism. *Tourism management*. 1998 Feb 1;19(1):35-47.
- Chen PT, Hu HH. The effect of relational benefits on perceived value in relation to customer loyalty: An empirical study in the Australian coffee outlets industry. *International journal of hospitality management*. 2010 Sep 1;29(3):405-12.
- Chi CG, Qu H. Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism management*. 2008 Aug 1;29(4):624-36.
- Collins D, Tisdell C. Gender and differences in travel life cycles. *Journal of Travel Research*. 2002 Nov;41(2):133-43.
- Cronin Jr JJ, Brady MK, Hult GT. Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of retailing*. 2000 Jun 1;76(2):193-218.
- Csikszentmihalyi M. The costs and benefits of consuming. *Journal of consumer Research*. 2000 Sep 1;27(2):267-72.
- Deng J, Pierskalla C. Impact of past experience on perceived value, overall satisfaction, and destination loyalty: A comparison between visitor and resident attendees of a festival. *Event Management*. 2011 Aug 1;15(2):163-77.
- Eid R, El-Gohary H. Muslim tourist perceived value in the hospitality and tourism industry. *Journal of Travel Research*. 2015 Nov;54(6):774-87.
- Feldman KA. *Using the Work of Others Some Observations on Reviewing and Integrating*. S.I.: Distributed by ERIC Clearinghouse, 1969.
- Getty JM, Thompson KN. The relationship between quality, satisfaction, and recommending behavior in lodging decisions. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*. 1995 Apr 4;2(3):3-22.
- Hassan Z. Factors affecting Muslim Tourists Choice of Halal Concept Hotels and Satisfaction in Malaysia: Moderating effect of Religious Devotedness. *International Journal of Accounting & Business Management*. 2015;3(2):133-44.
- Kandampully J, Suhartanto D. Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image. *International journal of contemporary hospitality management*. 2000 Nov 1;12(6):346-51.
- Kho-Lattimore C, Ekiz EH. Power in praise: Exploring online compliments on luxury hotels in Malaysia. *Tourism and Hospitality Research*. 2014 Jul;14(3):152-9.
- Kim AK, Brown G. Understanding the relationships between perceived travel experiences, overall satisfaction, and destination loyalty. *Anatolia*. 2012 Nov 1;23(3):328-47.
- Kim SH, Holland S, Han HS. A structural model for examining how destination image, perceived value, and service quality affect destination loyalty: A case study of Orlando. *International Journal of Tourism Research*. 2013 Jul;15(4):313-28.
- Kozak M. Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of tourism research*. 2001 Jan 1;28(3):784-807.
- Kozak M, Rimmington M. Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of travel research*. 2000 Feb;38(3):260-9.
- Lewis R, Chambers R. *Marketing leadership in hospitality: Foundations and practices*. New York: John Wiley & Sons, 2000.
- Lin CH. Effects of cuisine experience, psychological well-being, and self-health perception on the revisit intention of hot springs tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2014 May;38(2):243-65.
- Loureiro SM. The role of the rural tourism experience economy in place attachment and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*. 2014 Jul 1;40:1-9.
- San Martin H, Collado J, Rodriguez del Bosque I. An exploration of the effects of past experience and tourist involvement on destination loyalty formation. *Current Issues in Tourism*. 2013 May 1;16(4):327-42.
- Som AP, Marzuki A, Yousefi M, AbuKhalifeh AA. Factors influencing visitors' revisit behavioral intentions: A case study of Sabah, Malaysia. *International Journal of marketing studies*. 2012 Aug 1;4(4):39.
- Mujihestia TI, Troena EA, Hussein AS. THE ROLE OF CITY IMAGE AND VISITORS'SATISFACTION ON VISITORS'REVISIT INTENTION: A STUDY IN AN ENCLAVE CITY. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 2018 Jun 1;16(2):309-20.
- Famiza AN, Samsinar KN, Kursimah H, Firdaus RR. Buying Halal Pharmaceutical Products: Do Consumers Have Imperfect Knowledge?. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*. 2017 Dec 2;25.

32. Obadã DR. Flow theory and online marketing outcomes: a critical literature review. *Procedia Economics and Finance*. 2013 Jan 1;6:550-61.
33. Oktadiana H, Pearce PL, Chon K. Muslim travellers' needs: What don't we know?. *Tourism Management Perspectives*. 2016 Oct 1;20:124-30.
34. Pickering C, Byrne J. The benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early-career researchers. *Higher Education Research & Development*. 2014 May 4;33(3):534-48.
35. Postma A, Jenkins AK. Improving the tourist's experience: Quality management applied to tourist destinations. John Wiley.
36. Putra EH, Hati SR, Daryantie S. Understanding Muslim Customer Satisfaction with Halal Destinations: The Effects of Traditional and Islamic Values. *International Conference on Business and Economics* 2016 (pp. 167-175).
37. Rahman MK. Motivating factors of Islamic tourist's destination loyalty: an empirical investigation in Malaysia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*. 2014 Jun;2(1):63-77.
38. Rajaratnam SD, Nair V, Pahlevan Sharif S, Munikrishnan UT. Destination quality and tourists' behavioural intentions: rural tourist destinations in Malaysia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 2015 Nov 9;7(5):463-72.
39. Ross GF. Destination evaluation and vacation preferences. *Annals of Tourism Research*. 1993 Jan 1;20(3):477-89.
40. Sampol CJ. Estimating the probability of return visits using a survey of tourist expenditure in the Balearic Islands. *Tourism Economics*. 1996 Dec;2(4):339-51.
41. Sangpikul A. Ecotourism impacts on the economy, society and environment of Thailand. *Journal of Reviews on Global Economics*. 2017 Jun 9;6:302-12.
42. Mostafavi Shirazi F, Mat Som A. Relationship marketing and destination loyalty: Evidence from Penang, Malaysia. *International Journal of Management and Marketing Research*. 2013;6(1):95-106.
43. Sun X, Chi CG, Xu H. Developing destination loyalty: The case of Hainan Island. *Annals of tourism research*. 2013 Oct 1;43:547-77.
44. Thiumsak T, Ruangkanjanases A. Factors influencing international visitors to revisit Bangkok, Thailand. *Journal of Economics, Business and Management*. 2016 Mar;4(3):220-30.
45. Toyama M, Yamada Y. The relationships among tourist novelty, familiarity, satisfaction, and destination loyalty: Beyond the novelty-familiarity continuum. *International Journal of Marketing Studies*. 2012 Dec 1;4(6):10.
46. Um S, Chon K, Ro Y. Antecedents of revisit intention. *Annals of tourism research*. 2006 Oct 1;33(4):1141-58.
47. Chun Wang J, Wang YC, Tai YF. Systematic review of the elements and service standards of delightful service. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2016 Jul 11;28(7):1310-37.
48. Yau OH, Chan CF. Hong Kong as a travel destination in South-East Asia: A multidimensional approach. *Tourism management*. 1990 Jun 1;11(2):123-32.
49. Yoon Y, Uysal M. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*. 2005 Feb 1;26(1):45-56.
50. Yuan YH, Wu CK. Relationships among experiential marketing, experiential value, and customer satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2008 Aug;32(3):387-410.

Dokumen pendukung luaran Tambahan #2

Luaran dijanjikan: Prosiding dalam pertemuan ilmiah Internasional

Target: sudah terbit/sudah dilaksanakan

Dicapai: Published

Dokumen wajib diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen sudah diunggah:

1. Artikel yang terbit

Dokumen belum diunggah:

-

Peran penulis: first author

Nama Konferensi/Seminar: World Conference on Business and Management 2019

Lembaga penyelenggara: People and Global Business Association (P&GBA) Kyung

Hee University Korea

Tempat penyelenggara: Kuala Lumpur, Malaysia

Tgl penyelenggaraan mulai: 26 Juni 2019 | Tgl selesai: 29 Juni 2019

ISBN/ISSN: 2384-3586

URL website: <http://wcbm.pngba.org>

Judul artikel: The Effect of Islamic Attributes of Destination, Experiential Values on Revisit Intention among Muslim Tourists: Model Testing on the Mediating Role of Satisfaction

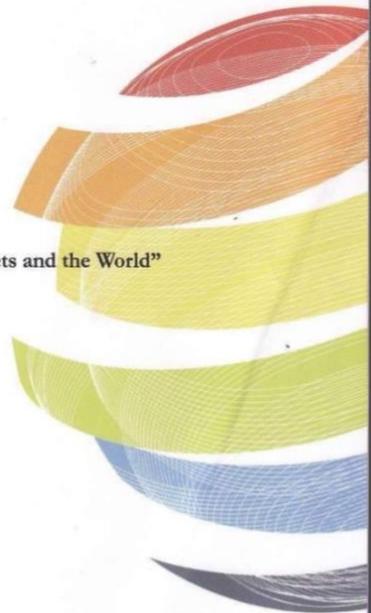
World Conference  
on Business and Management 2019

# WCBM 2019

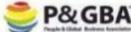
Kuala Lumpur, Malaysia | June 26<sup>th</sup> – 29<sup>th</sup>, 2019

Program Book with Abstracts

“Rethinking Business Principles, Leadership, Markets and the World”



Hosted by: 

Organized by:   

Supported by:    

## The Effect of Islamic Attributes of Destination, Experiential Values on Revisit Intention among Muslim Tourists: Model Testing on the Mediating Role of Satisfaction

Reni Yuliviona<sup>a\*</sup> · Zuraini Alias<sup>b</sup> · Mokhtar Abdullah<sup>c</sup> · Elfitra Azliyanti<sup>d</sup>

<sup>a,d</sup>Universiti Bung Hatta, Indonesia

<sup>a,b</sup>Universiti Selangor, Malaysia

<sup>c</sup>University Malaysia of Computer Science & Engineering, Malaysia

### Abstract

Experiential value is a subjective and vibrant construct that differs among different customers and cultures. In relation to this, there is a need to understand Muslim tourists' experiential values as halal tourism allows these tourists to fulfil religious requirements and obligations throughout their travels. However, the dearth of information related to Muslim tourists' experiential values prompted this paper to reveal events related to Muslim's Halal tourism experiential values in order to ensure that Muslim tourists are met with Islamic attributes during their travels. This paper provides a systematic review of previous articles, books, and online news with specific focus on Muslim tourists' experiential value, Islamic attributes and halal tourist destinations. The review findings suggest that tourists' satisfaction is crucial in determining destination loyalty and the decision of revisiting certain destinations. Satisfaction should be used to assess performance of destinations' products and services as Muslim tourists may take into account the availability of facilities tailored to cater their religious and personal needs but they will feel most satisfied when performance exceeds necessities.

**Keywords:** Muslim tourists' experiential values, Muslim tourists' satisfaction, Islamic attributes of destination, halal tourism, revisit intention among Muslim tourists.

Thursday, June 27	10:45 to 12:15	Room 3
-------------------	----------------	--------

## [G] Marketing and Consumer Behaviors

Session Chair

**Marizen B. Contreras**

University of Batangas, Philippines

The Effect of Islamic Attributes of Destination, Experiential Values on Revisit Intention among Tourists: Model Testing on the Mediating Role of Satisfaction  
 Reni Yuliviona, University of Bung Hatta, Indonesia/University Selangor, Malaysia  
 Zuraini Alias, Universiti Selangor, Malaysia  
 Mokhtar Abdullah, University Malaysia of Computer Science & Engineering, Malaysia  
 Elfitra Azliyanti, Universiti Bung Hatta Padang, Indonesia

MOTIVATION, SATISFACTION, AND LOYALTY OF FOREIGN TOURIST TO THE LOCAL CULTURE OF BADUNG REGENCY-BALI

I Gusti Ayu Dewi Hendriyani, Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali, Indonesia (Bali Tourism Institute)  
 Dewa Gede Ngurah Byomantara, Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali (Bali Tourism Institute),

DOES PERCEIVED VALUE BRINGS IMPACT TOWARDS SECURING LOYALTY FOR MODERN FASHION INDUSTRY IN MALAYSIA? EVIDENCE FROM GENERATION Y FEMALE STUDENTS IN MALAYSIA

Ami Suhana Menon, Universiti Kuala Lumpur Business School, Malaysia  
 Mohd Farid Shamsudin, Universiti Kuala Lumpur Business School, Malaysia  
 Muhammad Asyraf Hasim, Universiti Kuala Lumpur Business School, Malaysia  
 Ilham Sentosa, Universiti Kuala Lumpur Business School, Malaysia

# WCBM 2019

World Conference on Business and Management 2019

## Certificate of Presentation

This certificate is presented to

**Reni Yuliviona**

Universiti Bung Hatta Padang, Indonesia &  
University Selangor, Malaysia

for participation in the World Conference on  
Business and Management 2019

as a

**PRESENTER**

of the paper:

**The Effect of Islamic Attributes of Destination, Experiential  
Values on Revisit Intention among Muslim Tourists: Model  
Testing on the Mediating Role of Satisfaction**

Universiti Kuala Lumpur, Malaysia  
Sheraton Imperial Kuala Lumpur Hotel, Malaysia  
June 26<sup>th</sup> - June 29<sup>th</sup>, 2019



Jeong-Gil Choi, Ph. D.  
Chair of the WCBM 2019  
President, People and Global Business Association (P&GBA)



## **Bagian II**

### **Sekilas Tentang Pariaman**

Pembangunan nasional senantiasa diarahkan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi diperlukan untuk menggerakkan dan memacu pembangunan diberbagai bidang, sekaligus sebagai kekuatan utama guna mewujudkan pemerataan pembangunan bagi seluruh masyarakat melalui pembangunan yang berkelanjutan dengan tetap memperhatikan kelestarian fungsi lingkungan hidup.

Dalam pelaksanaan pembangunan, potensi sumber daya alam difungsikan menjadi kekuatan ekonomi, sosial budaya, politik, pertahanan keamanan yang nyata didukung dengan kualitas sumber daya manusia yang memiliki kemampuan untuk memanfaatkan, mengembangkan menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi serta manajemen yang solid.

Dalam pembangunan regional, kegiatan ekonomi diarahkan pada sektor basis dan non basis. Sektor basis atau sektor yang berpotensi adalah sektor yang berorientasi ekspor karena keunggulan produk sehingga mendorong produksinya melebihi kebutuhan pasar lokal. Sektor basis akan menghasilkan komoditi unggulan karena memberi sumbangan kepada pertumbuhan ekonomi melalui nilai tambah yang semakin besar dari waktu ke waktu. Namun dalam kerangka pertumbuhan ekonomi sektor basis dan sektor non basis harus dikembangkan secara bersamaan karena sektor basis berkaitan dengan ketahanan lokal yang bermakna pemerataan pembangunan.

Dalam konteks otonomi daerah, pelaksanaan pembangunan daerah hanya akan berjalan dengan baik apabila daerah bersangkutan memiliki sumber keuangan yang memadai sebagai salah satu modal penting dan harus didukung dengan sumber daya manusia sebagai tenaga kerja yang memiliki kapasitas dan kredibilitas dalam pengelolaan dan penyelenggaraan pembangunan daerah.

Dengan terbentuknya Kota Otonom Pariaman dengan Undang-undang No.12 Tahun 2002 memberikan konsekwensi yang cukup signifikan karena merupakan hasil pemekaran dari kabupaten Padang Pariaman yang menjadi Kota Pariaman, terutama luas wilayah, jumlah penduduk, administrasi pemerintahan maupun beberapa potensi sumber daya alam maupun manusia. Secara lokasi, wilayah Kota Pariaman ini diapit oleh Kabupaten Padang Pariaman dan Samudera Indonesia ini mempunyai kedudukan strategis, baik dari segi ekonomi maupun sosial budaya, dan juga diperkuat oleh dukungan aksesibilitas terhadap Kabupaten Padang Pariaman yang nantinya akan mendorong akselerasi peningkatan status perekonomian masyarakat Kota Pariaman yang akan datang.

Sebagai sebuah kota yang sedang berkembang, maka sektor yang paling menunjang dan berkembang dengan cepat adalah sektor sekunder dan salah satu adalah sektor jasa. Kota Pariaman adalah salah satu kota yang terletak di wilayah pesisir Provinsi Sumatera Barat yang termasuk dalam kategori daerah yang berada pada kawasan rawan bencana baik itu rawan terhadap bencana gempa dan tsunami, gerakan tanah, likuifaksi serta banjir. Letak Geografis Kota Pariaman yang berada pada kawasan rawan bencana ini menjadi tantangan bagi Kota Pariaman dalam mewujudkan visi kotanya untuk menjadi kota tujuan wisata budaya yang islam, namun hal ini dapat diupayakan dengan beberapa program dan kegiatan yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman untuk mewujudkan visi tersebut, yang salah satunya adalah dengan pengembangan program kota hijau.

Kota Pariaman resmi terbentuk sebagai Kota Otonom pada tanggal 2 Juli 2002 dimana Kota Pariaman terbentuk berdasarkan Undang-undang No. 12 Tahun 2002, tentang pembentukan Kota Pariaman di Provinsi Sumatera Barat. Sebelumnya Kota Pariaman berstatus Kota administratif (Kotif) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 33 Tahun 1986 dan menjadi bagian dari Kabupaten Padang Pariaman sekaligus ibukota kabupaten. Kotif Pariaman

diresmikan pada tanggal 29 Oktober 1987. Pada tahun 2002 Kota Pariaman sebagai Kota Otonom memiliki wilayah administrasi yang terdiri dari 3 kecamatan, 55 desa dan 16 kelurahan. Kemudian berdasarkan Peraturan Daerah No. 10 Tahun 2009, Kota Pariaman terbagi menjadi 4 (empat) kecamatan yakni :

1. Kecamatan Pariaman Selatan; terdiri dari 16 desa.
2. Kecamatan Pariaman Tengah; terdiri dari 16 kelurahan dan 6 desa.
3. Kecamatan Pariaman Timur ; terdiri dari 16 desa.
4. Kecamatan Pariaman Utara; terdiri dari 16 desa.

Kota Pariaman merupakan hamparan dataran rendah yang landai terletak di Pantai Barat Sumatra dengan ketinggian antara 2 sampai dengan 35 meter di atas permukaan laut dengan luas daratan 73,36 km<sup>2</sup> dengan panjang pantai ± 12,7 km serta luas perairan laut 282,69 km<sup>2</sup> dengan 6 buah pulau-pulau kecil di antaranya Pulau Bando, Pulau Gosong, Pulau Ujung, Pulau Tengah, Pulau Angso dan Pulau Kasiak. Kota Pariaman merupakan daerah yang beriklim tropis basah yang sangat dipengaruhi oleh angin barat dan memiliki bulan kering yang sangat pendek. Curah hujan pertahun mencapai angka sekitar 4.055 mm (2006) dengan lama hari hujan 198 hari. Suhu rata-rata 25,34 °C dengan kelembaban udara rata-rata 85,25 dan kecepatan angin rata-rata 1,80 km/jam.

Secara geografis, Kota Pariaman yang resmi terbentuk dengan berlakunya Undang- Undang No. 12 Tahun 2002, terletak antara 0° 33'00" - 0°40'43" Lintang Selatan dan 100°10' 33" - 100° 10'55" Bujur Timur. Kota Pariaman merupakan salah satu kota di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki wilayah pesisir dan laut. Kota Pariaman ini mempunyai luas wilayah darat keseluruhan 73,36km<sup>2</sup> dan luas lautan 282,69 km<sup>2</sup> dengan 6 buah pulau-pulau kecil:Pulau Bando, Pulau Gosong, Pulau Ujung, PulauTengah, Pulau Angso dan Pulau Kasiak. Panjang pantai lebih kurang 12,7 km. Kota Pariaman ini terdiri dari 4 (empat) kecamatan yaitu Kecamatan Pariaman Utara,

Kecamatan Pariaman Tengah, Kecamatan Pariaman Timur dan Kecamatan Pariaman Selatan, dan terdiri dari 16 kelurahan serta 55 desa.

Batas administrasi Kota Pariaman adalah :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan V Koto Kampung Dalam (Kab. Padang Pariaman).
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kec. Nan Sabaris (Kab. Padang Pariaman).
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Kec. VII Koto Sungai Sariak (Kab. Padang Pariaman).
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Samudra Indonesia.

Secara lokasi, wilayah Kota Pariaman ini diapit oleh Kabupaten Padang Pariaman dan Samudera Indonesia ini mempunyai kedudukan strategis, baik dari segi ekonomi maupun sosial budaya, dan juga diperkuat oleh dukungan aksesibilitas terhadap Kabupaten Padang Pariaman yang nantinya akan mendorong akselerasi peningkatan status perekonomian masyarakat Kota Pariaman yang akan datang.



**Gambar 1. Peta Administrasi Kota Pariaman**

Kawasan pesisir Pariaman mempunyai garis pantai yang relatif lurus, seperti halnya pantai-pantai yang berhadapan langsung dengan Samudera

Hindia. Kedalaman rata-rata pada kawasan pesisir pantai Kota Pariaman berkisar antara 3-200 m. Sedangkan pulau-pulau yang berada di sekitar kawasan pesisir Pariaman seperti Pulau Kasiak, P. Bando, Pulau Tengah, Pulau Ujung, Pulau Angso dan Gosong mempunyai kedalaman laut di sekitar pulau-pulau tersebut berkisar antara 5 – 30 m.

Selain itu Terdapat 6 pulau-pulau kecil di perairan laut Kota Pariaman, yaitu Pulau Kasiak, Pulau Angso, Pulau Tengah, Pulau Ujuang, Gosong Sibarat dan Pulau Bando. Dimana kondisi pulau-pulau kecil ini seluruhnya landai. Keberadaan terumbu karang pada wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil Kota Pariaman, tersebar di sekitar Pulau-pulau Kecil yakni di Pulau Kasiak, Pulau Angso, Pulau Tengah, Pulau Ujuang, Gosong Sibarat dan Pulau Bando, dengan persentase tutupan karang mulai dari 31,57 % hingga 82,50% yakni dalam kondisi karang sedang hingga sangat baik.

Karakteristik pertumbuhan terumbu karang tergantung pada lokasi, kedalaman dan karakteristik perairan, dimana terumbu karang dapat tumbuh pada lokasi perairan terbuka, dengan batimetri cukup dalam hingga curam dan karakteristik perairan yang memiliki arus deras dan gelombang besar.

Kondisi perairan kawasan pulau-pulau kecil Kota Pariaman, cukup sesuai dan potensial bagi pengembangan ekosistem terumbu karang, sehingga perlu dilakukan perlindungan atau konservasi pada perairan tempat ekosistem ini hidup agar tidak rusak oleh aktifitas penangkapan ikan dan labuh jangkar. Karakteristik masing-masing lokasi kawasan lindung perlindungan terumbu karang adalah sebagai berikut:

### **1. Pulau Kasiak**

Pulau Kasiak merupakan satu dari sekian pulau kecil yang Kota Pariaman yang unik karena bisa dicapai dengan cukup mudah. Pulau di Pariaman ini juga terbilang masih sangat asri dan alami karena memang belum banyak orang yang mengaksesnya sebagai pulau wisata. Pulau Kasiak dikelilingi oleh perairan yang sangat jernih, bahkan kita bisa

melihat ikan-ikan kecil berenang saling berkejaran dan bersembunyi di sela-sela karang tanpa harus menyelam atau menggunakan alat bantu apapun. Pulau Kasiak yang memiliki luas 1,5 Ha merupakan kawasan konservasi penyu sesuai dengan SK Walikota Pariaman No. 337/2006. Berdasarkan hasil identifikasi dan analisis terhadap kondisi fisik, ekosistem dan pemanfaatan ruang yang ada, maka rencana Zona Konservasi di Kawasan Pulau Kasiak ini berupa zona inti sebagai kawasan perlindungan terhadap habitat penyu dan perlindungan terhadap ekosistem terumbu karang dengan luas kawasan 10,63 Ha yang meliputi kawasan pantai sebelah barat dan utara Pulau Kasiak hingga perairan sejauh 200 meter ke arah laut.

Keunikan dari pulau ini adalah memiliki hamparan pasir putih yang masih sangat bersih. Selain itu pulau ini berada di area laut yang tenang, dengan ombak yang tidak begitu besar. Sehingga akan sangat aman berkegiatan di pulau ini. biota laut yang ada di sana pun sangat lengkap dan airnya jernih, sehingga keindahan bawah lautnya terlihat dari permukaan. Tidak hanya itu, penyu-penyu juga bisa dilihat di sana. Jenis penyu yang sering naik ke permukaan pantai adalah penyu belimbing dan penyu sisik.

Pulau ini juga merupakan pulau yang sunyi dan nyaris tak berpenghuni membuat siapa saja yang menginjakkan kaki di Pulau Kasiak seperti sedang berjalan-jalan di pulau milik pribadi. Di Pulau Kasiak juga terdapat bangunan mercusuar setinggi 40 meter yang difungsikan sebagai menara pengawas dan petunjuk bagi kapal-kapal yang berada di sekitar Pariaman termasuk perahu pengirim berita cuaca ke pos Dinas Perhubungan Laut. Dan tak kalah seru, para pengunjung juga diizinkan untuk berkemah dan mendirikan tenda di Pulau Kasiak. Hal ini tentu saja seizin penjaga pulau.



**Gambar 2. Pulau Kasiak**

## **2. Pulau Angso Duo**

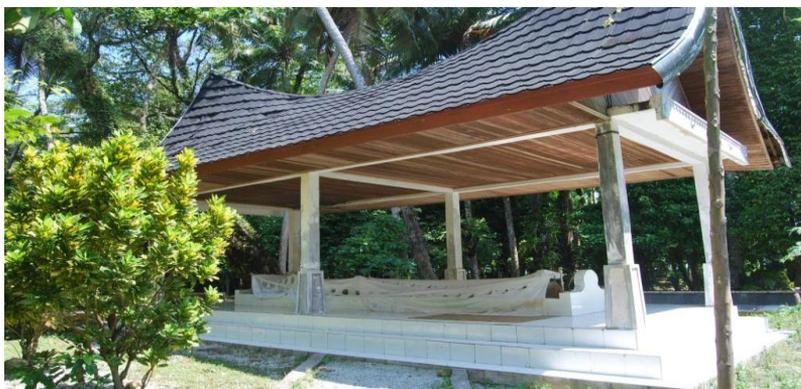
Pulau Angso Duo memiliki luas 3,7 Ha dan merupakan pulau kecil yang paling dekat dengan pesisir Kota Pariaman. Berdasarkan analisis terhadap kondisi fisik dan sebaran ekosistem disekitar pulau, maka sebagian ruang kawasan Pulau Angso Duo harus dijadikan sebagai kawasan konservasi bagi perlindungan dan pelestarian terumbu karang yang memiliki kondisi baik (dengan keberadaan karang hidup >80%). Pulau Angso Duo banyak dimanfaatkan sebagai tempat untuk rekreasi (dengan keberadaan Kuburan Panjang) dan kegiatan memancing serta penangkapan ikan disekitar pulau. Bagi mereka yang piawai berenang atau menyelam, perairan Pulau Angso Duo sangat pas dijadikan lokasi snorkeling. Cukup membayar 25 ribu rupiah untuk menyewa peralatan yang disediakan pihak pengelola. Perairan dan terumbu karang yang masih bagus memang menjadi salah satu penunjang wisata di pulau ini. Sangat direkomendasikan melakukan snorkeling di kala hari cerah dan matahari bersinar terang. Objek wisata ini adalah perpaduan wisata alam

dan sejarah di Kota Pariaman yang memiliki keunikan tersendiri. Lokasi wisata ini mudah dijangkau dari pusat Kota Pariaman dan terkenal karena banyak dikunjungi warga untuk berziarah.



**Gambar 3. Pulau Angso Duo**

Kuburan panjang yang memiliki panjang mencapai 6 meter dan ditutupi kain putih dengan ada dua batu nisan berukuran besar. Menurut cerita dari masyarakat setempat, kuburan panjang merupakan makam seorang guru dari ulama besar di Sumatera Barat yang memiliki pengaruh besar dalam penyebaran agama Islam yaitu Syekh Burhanuddin Ulakan, Padang Pariaman. Menarik, kuburan panjang ini banyak didatangi oleh para wisatawan domestik lokal maupun internasional. Pada saat ini, kuburan panjang banyak dijadikan oleh masyarakat setempat untuk ritual keagamaan. Selain itu, di Pulau Angso Duo ini juga memiliki surau (mushala) yang bernama "Surau Tuanku" yang sering dijadikan tempat wisata keluarga juga selain tempat beribadah.



**Gambar 4. Kuburan Panjang di Pulau Angso Duo**

### **3. Pulau Tengah dan Pulau Ujuang**

Pulau Tengah dan Pulau Ujuang memiliki karakteristik kawasan perairan yang memiliki sebaran terumbu karang yang paling banyak, namun dengan kondisi sebagian besar karang merupakan karang mati (karang mati pada Pulau Tengah tercatat sebesar 68,4% dan Pulau Ujuang sebesar 60,0%), maka dengan demikian prioritas penanganan pada kedua pulau ini diarahkan untuk menjadi kawasan konservasi terumbu karang yang mencakup seluruh pulau. Secara rinci Zona Konservasi ekosistem terumbu karang, yang merupakan zona inti dan mencakup kawasan terumbu karang mencakup areal seluas 5,43 Ha pada Pulau Tengah dan 6,29 Ha pada Pulau Ujuang, hingga mencakup kawasan perairan sejauh 200 meter dari pantai kedua pulau atau seluas 23,66 (Pulau Tengah) dan 24,8 Ha pada Pulau Ujuang.

Pulau Tengah, sangat cocok untuk wisata keluarga dan wisata edukasi ekologi, karena di pulau ini, banyak sekali habitat pohon dan burung yang menjadi ciri khas pulau tengah ini. Di pulau ini sudah ada jalan setapak dan beberapa gazebo yang telah dibuat, harus segera kita manfaatkan. Selain itu Pulau Tengah ini juga dapat dijadikan Hutan Kota, dan nantinya akan menambah Ruang terbuka Hijau (RTH) yang ada di Kota Pariaman. Pulau Tengah banyak menyimpan kekayaan tumbuh-

tumbuhan yang beragam, ditambah banyaknya spesies burung yang ada disini, dan ada aturan agar setiap pengunjung, tidak boleh menebang pohon dan menembak burung di kawasan ini.



### **Gambar 5. Pulau Tengah**

Pulau Ujuang merupakan pulau yang terletak paling jauh diantara pulau-pulau lain yang terdapat di lepas pantai Pariaman. Pulau ini terletak 1,9 mil dari garis pantai Pariaman. Luas pulau ujung mencapai 3,25 ha, dengan topografi relatif datar dan bagian lainnya berpasir. Dipulau ini terdapat vegetasi hutan dengan jenis pohon yang tumbuh diantaranya pohon aru dan kelapa. Perairan pohon ini sangat jernih dan berombak kecil. Disebelah utara terdapat terumbu karang atau biota lainnya seperti berbagai jenis ikan. Pulau ini tidak berpenghuni tetap tetapi sebagaimana pulau lain selalu di jadikan persinggahan bagi nelayan penangkap ikan. Pulau Ujuang merupakan salah satu pulau yang ada di Kota Pariaman yang saat ini rencananya akan dibuatkan dermaga apung dan sekaligus menjadi tempat wisata kuliner. Saat ini Pemerintah Kota Pariaman melalui Dinas Pertanian Pangan dan Perikanan sedang mempersiapkan sarana dan prasarana untuk pembangunan di pulau ujung.



**Gambar 6. Pulau Ujung**

#### **4. Karang Pulau Bando**

Pulau Bando merupakan pulau terluas di Kota Pariaman, yakni 5,6 hektar dimana keseluruhan berupa gugusan karang. Namun demikian pulau ini hanya memiliki luas daratan tersebut apabila dalam kondisi air surut. Pulau Bando memiliki potensi bagi pengembangan aktifitas wisata karena lahan yang luas, adanya sumber air (walaupun terbatas) serta pantai yang luas. Pulau Bando adalah spot memancing yang sangat potensial. Berbagai jenis ikan besar dan kecil ada di spot pancing ini. Kegiatan wisata yang dapat dikembangkan seperti wisata menelusuri pantai berenang serta menyelam. Sebagian kawasan, terutama pada bagian utara dan barat memiliki sebaran terumbu karang dengan kondisi baik dimana terdapat 82,50% karang hidup dan perlu dilindungi untuk menjaga kelestarian ekosistem.



**Gambar 7. Pulau Bando**

## **5. Kawasan Perlindungan Terumbu Karang Gosong Sibarat**

Pulau kecil lebih kurang 2,5 hektar ini terletak di lepas pantai Pariaman. Merupakan pulau paling terluar dari 5 pulau yang kini termasuk dalam wilayah Kota Pariaman. Pulau ini bukan tertutup dari masyarakat, tapi faktanya pulau ini jarang dikunjungi. Kawasan Gosong Sibarat terdiri dari karang seluas 1,04 Ha dengan kedalaman 10-30 cm dibawah permukaan air. Pulau Gosong ini memiliki 45,44% karang hidup dan dengan jenis yang cukup beragam. Zona inti perlindungan ekosistem terumbu karang di kawasan ini mencakup seluruh luasan gosong yang ada (yang muncul ke permukaan) hingga radius 200 meter ke arah perairan atau mencakup kawasan seluas 27,6 Ha.



## Gambar 8. Pulau Gosong

Sedangkan kondisi kawasan pesisir di Kota Pariaman yang pada saat sekarang sebagian besar dikembangkan sebagai lokasi wisata dapat dilihat pada **Tabel 1.1.**

**Tabel 2.1. Kondisi Pantai di Kota Pariaman**

No	Pantai	Karakteristik
1.	Teluk Belibis	landai dengan kemiringan 0-2%, bagian pinggiran pantai ditumbuhi pohon kelapa dan lahan sekitar pantai merupakan pemukiman penduduk. Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, kondisi air laut dekat pantai tidak bening, agak keruh terutama jika hujan, tinggi ombak maksimal 1,2 meter, lebar pantai maksimal 25 meter
2.	Pasir Putih	relatif landai dengan kemiringan 0-2%, bagian pinggiran sebagian kecil ditumbuhi pohon kelapa dan lahan sekitar pantai merupakan pemukiman penduduk. Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, kondisi air laut dekat pantai tidak bening, agak keruh terutama jika hujan, tinggi ombak maksimal 1,2 meter, lebar pantai maksimal 25 meter.
3.	Ampalu	relatif landai dengan kemiringan 0-2%, bagian pinggiran sebagian kecil ditumbuhi pohon kelapa dan lahan sekitar pantai merupakan pemukiman penduduk. Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, kondisi air laut dekat pantai tidak bening, agak keruh terutama jika hujan, tinggi ombak maksimal 1,2 meter, lebar pantai maksimal 20 meter.
4.	Pauh	relatif landai dengan kemiringan 0-2%, bagian pinggiran sebagian kecil ditumbuhi pohon kelapa dan lahan sekitar pantai

No	Pantai	Karakteristik
		merupakan pemukiman penduduk. Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, kondisi air laut dekat pantai tidak bening, agak keruh terutama jika hujan, tinggi ombak maksimal 1,2 meter, lebar pantai maksimal 25 meter.
5.	Gandoriah	relatif landai dengan kemiringan 0-2%, bagian pinggirannya sebagian kecil ditumbuhi pohon pinus dan pohon kelapa dan lahan sekitar pantai merupakan daerah urban/kota serta pemukiman. Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, kondisi air laut dekat pantai tidak bening, agak keruh terutama jika hujan, tinggi ombak maksimal 1,2 meter, lebar pantai maksimal 15 meter.
6.	Cermin	relatif landai dengan kemiringan 0-2%, bagian pinggirannya sebagian kecil ditumbuhi pohon pinus dan pohon kelapa dan lahan sekitar pantai merupakan daerah urban/kota serta pemukiman. Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, kondisi air laut dekat pantai tidak bening, agak keruh terutama jika hujan, tinggi ombak maksimal 1,2 meter, lebar pantai maksimal 15 meter.
7.	Kata	relatif landai dengan kemiringan 0-2%, bagian pinggirannya sebagian besar ditumbuhi pohon pinus dan lahan sekitar pantai merupakan daerah urban/kota serta pemukiman. Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, kondisi air laut dekat pantai tidak bening, agak keruh terutama jika hujan, tinggi ombak maksimal 1,2 meter, lebar pantai maksimal 20 meter.
8.	Sunur	relatif landai dengan kemiringan 0-2%, bagian pinggirannya sebagian kecil ditumbuhi pohon pinus dan pohon kelapa dan lahan sekitar pantai merupakan daerah urban/kota serta pemukiman. Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, kondisi air laut dekat pantai tidak bening, agak keruh

No	Pantai	Karakteristik
		terutama jika hujan, tinggi ombak maksimal 1,2 meter, lebar pantai maksimal 22 meter.

*Sumber: RTRW Kota Pariaman 2015*

Kota Pariaman merupakan salah satu Daerah Tujuan Wisata andalan Provinsi Sumatera Barat. Di daerah ini banyak objek dan kawasan wisata andalan sebagai potensi aktifitas pariwisata. Berbagai atraksi wisata yang dijual menjadi nilai lebih bagi kegiatan pariwisata di Kota Pariaman ini. Salah satu yang terkenal adalah Atraksi Wisata Tabuik yang diselenggarakan setiap tahun yang dimulai pada tanggal 1 – 10 Muharam. Atraksi ini dikembangkan sebagai bentuk refleksi dari Peristiwa Perang Karbala yang telah merenggut nyawa cucu Rasulullah Muhammad SAW, Hasan dan Husein. Selain atraksi wisata Tabuik ini, Kota Pariaman dikenal sebagai Daerah Tujuan Wisata Alam dan Bahari. Di Kota Pariaman terdapat beberapa objek dan kawasan wisata bahari yakni:

#### 1. **Kecamatan Pariaman Utara**

Pada Kecamatan Pariaman Utara terdapat dua macam objek wisata bahari yang sering dikunjungi oleh wisatawan, yaitu Penangkaran Penyu dan pantai Pasir Pauh.

##### **a. Penangkaran Penyu**

Penangkaran Penyu terletak di kecamatan Pariaman Utara, Tepatnya di Desa Apar yang merupakan lokasi pantai mangguang, penyu merupakan hewan yang langka maka pemerintah berusaha melindungi hewan ini dari perburuan dari orang-orang yang tak bertanggung jawab, maka untuk menjaganya, dan mengembangkan hewan-hewan ini pemerintah Kota Pariaman telah membuat Kawasan Konservasi Penangkaran Penyu dibawah UPT. Konservasi Penyu Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kota Pariaman. UPTD Pusat Konservasi Penyu Pariaman ini memiliki beberapa fasilitas yang dapat dikunjungi

pengunjung seperti, ruang inkubasi peneluran penyu, *hatchery*, dan ruang karantina. Pengelola juga menyediakan ruang informasi untuk pengunjung yang ingin mengetahui lebih banyak informasi mengenai tukik-tukik yang ada di pusat konservasi ini. Para pengunjung yang datang ke objek wisata ini bisa melihat ragam dan jenis penyu serta pembibitannya. Disamping itu daerah pantainya juga sangat indah, dan bersih dengan ditumbuhi oleh pohon cemara yang berjejer dengan sangat rapinya dan para pengunjung bisa melepaskan anak penyu (Tukik) ke laut.

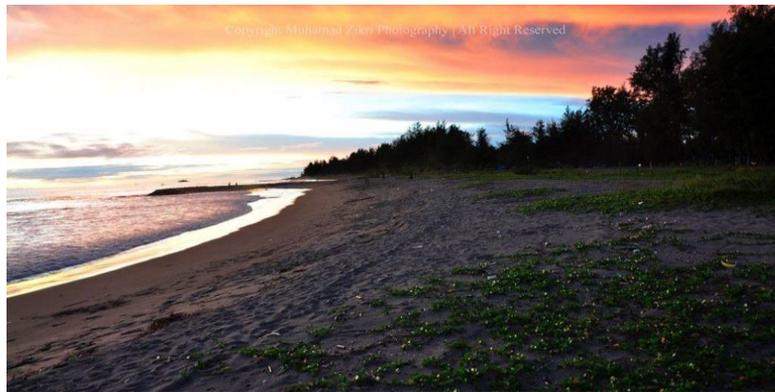
Penyu merupakan salah satu bintang purba yang langka di dunia dan keberadaannya dilindungi oleh undang-undang. Hewan yang mirip dengan kura-kura raksasa atau labi-labi ini, dapat bertelur ketika berusia 25 tahun lebih. Pemeraman telur penyu berkisar seminggu hingga dua bulan dan penyu dapat berusia hingga ratusan tahun. Saat ini, Penyu termasuk ke dalam katagori hewan yang berstatus hampir punah dan perlu dilakukan upaya untuk pelestarian. Keberadaan penangkaran penyu ini sebagai upaya untuk menjaga dan melestariakan keberadaan penyu dari ancaman kepunahan, seiring dengan meningkatkan perburuan besar-besaran terhadap telur dan daging penyu yang dijual dan dikonsumsi oleh masyarakat.



**Gambar 9. Penangkaran Penyu**

**b. Pantai Pasir Pauh**

Pantai pasir Pauh ini merupakan tempat wisata kuliner dan wisata bahari, banyak terdapat rumah makan – rumah makan dengan masakan khas Pariaman khususnya, yang berada di pesisir pantai yaitu rumah makan yang masakannya berbahan dasar dari laut seperti gulai kepala ikan (Masakan utama), ikan panggang, udang goreng dan lain sebagainya. Di Pantai ini ada juga penyewaan sampan yang berwarna warni bagi pengunjung yang ingin bersampan- sampan (bermain air dan memancing).



**Gambar 10. Pantai Pasir Pauh**

## **2. Kecamatan Pariaman Tengah**

Di kecamatan Pariaman Tengah terdapat objek wisata bahari yaitu Pantai Gondorih dan Pantai Cermin. Kedua objek wisata bahari ini letaknya berdekatan.

### **a. Pantai Gondorih**

Pantai Gondorih merupakan icon dari Kota Pariaman, karena untuk mencapai daerah ini sangat mudah terjangkau, dapat menggunakan berbagai sarana transportasi apakah dengan kendaraan bermotor atau naik kereta api (kereta Api akan tepat berhenti di stasiun Pantai Gondorih). Pantai Gondorih terkenal dengan Nasi Seknya (Sebungkus Kenyang) yaitu

nasi yang di bungkus kecil-kecil dan juga air kelapa muda serta gorengan dari berbagai makanan yang bersal dari laut, misalnya sala ikan, gorengan kepiting, gorengan udang dan lain sebagainya. Pantai Gondorih juga merupakan tempat melepaskan tabuik kelaut.. Memasuki kawasan pantai ini akan ditemui dua buah tugu yang berwarna warni, tugu ini merupakan ciri khasdari Kota Pariaman. Dua buah tugu itu adalah tugu Tabuik yaitu Tabuik Pasa dan Tabuik Subarang. Tabuik merupakan tradisi dari Kota Pariaman secara khususnya dan Pariaman secara umumnya, yang merupakan tradisi turun temurun yang dilakukan setiap tahunnya pada bulan Muharam dalam rangka memperingati kematian dari cucu Nabi Muhammad SAW. Dan untuk mengingatnya maka dibuatkanlah Tugu yaitu Tabuik Pasa dan Tabuik Subarang dan sekarang dua tugu itu menjadi pintu gerbang untuk masuk Pantai Gondorih.

Dan disepanjang bibir pantai terdapat payung lebar yang berwarna warni, untuk pengunjung berlindung di bawah terik matahari. Di Pantai Gondorih ini terdapat Taman Anas Malik, sebuah taman yang didedikasikan buat Anas Malik yang merupakan tokoh daerah seorang pemimpin yang telah berhasil mengemban amanah. Ditaman ini terdapat bangunan semacam bungalow kecil untuk peristirahatan yang dilengkapi dengan bangku dan meja dan sandaran-sandaran dari kayu. Pada saat sekarang ini pemerintah Kota Pariaman sedang berbenah dan melakukan pembangunan dan pengembangan di Pantai Gondorih.

Pantai Gondorih terkenal dengan keindahan pantainya, dimana panorama laut yang sangat indah dengan konstur pantainya yang landai menjadi salah satu keunggulan dari pantai Gondorih. Di Pantai Gondorih dapat juga dilakukan beberapa kegiatan yaitu misalnya berenang , berselancar dan kegiatan lainnya.

Asal-usul nama Pantai Gandorih memiliki kisah tersendiri. Gandorih merupakan nama seorang gadis dalam cerita rakyat Minangkabau.

Menurut Kabid Pemasaran dan Kerjasama Pariwisata Kota Pariaman, Asnul Nazar, kisah ini sudah semakin jarang diketahui masyarakat, kecuali oleh kalangan sesepuh masyarakat. Kisah tersebut menceritakan perjalanan cinta seorang pemuda bernama Anggun Nan Tongga dengan Puti Gandorih, yang tak lain adalah sepupunya.

Dikisahkan, Anggun Nan Tongga pergi berlayar untuk menemukan tiga mamaknya (paman) yang tidak kunjung pulang dari perantauan. Dalam perjalanan yang melewati banyak rintangan, Nan Tongga berhasil menemukan pamannya satu per satu. Karena pengkhianatan salah seorang teman yang lebih dahulu kembali ke kampung halamannya, Puti Gandorih menyangka kekasihnya telah meninggal.

Dalam kesedihannya, Puti Gandorih memutuskan bersemedi di Gunung Ledang. Kisah ini pun berakhir tragis saat Nan Tongga dan Puti Gandorih bertemu kembali tetapi harus menerima kenyataan bahwa mereka berdua adalah saudara sepersusuan yang tidak boleh saling menikah. Nan Tongga dalam cerita rakyat tersebut dikemudian hari dijadikan nama sebuah hotel di tepi Pantai Pariaman, yang merupakan hotel tertua di kota ini. Keberadaan hotel ini menjadi inspirasi nama pantai oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Padang Pariaman saat itu.



## **Gambar 11. Pantai Gandorih**

### **b. Pantai Cermin**

Pantai Cermin terletak di kecamatan Pariaman Tengah tepatnya 1,5 kilometer dari pusat Kota Pariaman dan berdampingan dengan Pantai Gondorih. Pantai Cermin suasana agak tenang di dibandingkan Pantai Gondorih, disini juga ada tenda berwarna warni, tempat para pengunjung bisa berlindung dari sengatan matahari. Di Pantai Cermin ini pantai landai dengan berpasir kuning gading tanpa lumpur dan bersih dan dibibir pantai banyak di tumbuh pohon pinus dan kelapa sebagaimana. Akses untuk ke Pantai ini sangat mudah bisa menggunakan kendaran roda empat dan roda dua, Untuk angkutan umum juga tersedia, seperti angkutan kota (angkot), bendi dan juga ada ojek. Fasilitas di Pantai ini cukup memadai dan relatif aman, untuk masuk ke pantai ini juga tidak pakai karcis masuk. Di lokasi ini juga tersedia kafe-kafe untuk makanan ringan dan juga ada restoran dengan menu utama makanan khas gulai kepala ikan, cumi goreng dan lain sebagainya.

Pantai Cermin secara fisik memiliki dataran yang cukup landai dengan kemiringan 0 sampai 2 derajat. Bagian pinggiran pantai ini sebagian besar ditumbuhi pohon pinus dan pohon kelapa yang rindang. Ini adalah potensi alam yang sangat menarik untuk dinikmati karena kondisi atau keasrian lingkungan memang relatif terjaga. Banyak aktivitas atau kegiatan yang dapat Anda lakukan ketika liburan ke Pantai Cermin. Anda bisa duduk di pinggir pantai sambil memandangi hamparan laut luas, ditemani semilir angin. Selain itu, Anda pun bisa mencoba bermain air atau berenang di kawasan pantai. Namun, untuk berenang, pengunjung disarankan tetap berhati-hati.



**Gambar 12. Pantai Cermin**

### **3. Kecamatan Pariaman Selatan**

#### **Pantai Kata**

Pantai Kata terletak di Selatan Kota Pariaman, pantai ini membentang di Desa Taluk dan Desa Karan Aur. Pantai ini dinamakan Pantai Kata yaitu singkatan dari desa Karan Aur dan Desa Taluak. Pengunjung mudah mendatangi lokasi pantai ini, karena jaraknya hanya 1.500 meter dari batas Kota Pariaman dengan Kabupaten Padang Pariaman. Posisinya tepatnya pantai Kata adalah berdampingan dengan Pantai Cermin. Pantainya landai dan berpasir putih bersih, dan banyak di tumbuh pohon pinus dan cemara yang tersusun dengan sangat rapinya. Pantai kata ini terdapat tugu ikan, rumah kecil yang dibuat diatas batu dan juga ada taman-tamannya. Di pantai ini juga terdapat area untuk bermain untuk anak-anak. Pantai Kata mempunyai panorama pemandangan yang sangat indah. Akses transportasi ke pantai ini sangat mudah dan lancar apakah itu dengan kendaraan pribadi maupun angkutan umum.

Pantai Kata juga terkenal dengan keunikan dan keindahannya sendiri. Biasanya, pantai di Indonesia akan dihiasi oleh pohon nyiur yang senantiasa melambai ramah kepada para petualang. Deretan pasir putih yang luas menghampar, air laut bersih dan bening kebiru-biruan serta deretan pohon pinus, membuat pantai ini terkenal di kalangan petualang.

Naiknya popularitas pantai ini juga tidak ayal karena tindakan dari para petualang yang mampir ke sini. Mereka jelas mengabadikan momen seru mereka dengan berfoto atau merekam video, dan membagikannya di berbagai platform sosial media, khususnya Instagram.

Jelas, salah satu daya Tarik yang berada di Pantai Kata ini adalah hutan pinus atau cemara yang lebat dan hijau ini. Keberadaan hutan pinus yang lebat ini berguna untuk menahan abrasi pantai. Oleh karena itu, ternyata keberadaan hutan pinus ini menjadi salah satu bagian yang penting di pantai ini. Lalu, seperti pantai-pantai pada umumnya di Indonesia, berbagai aktivitas olahraga air ada di sana. Termasuk snorkeling dan diving. Karena airnya yang bersih dan bening, snorkeling dan diving di pantai ini cukup nyaman. Keberagaman biota laut yang ada di Pantai ini juga menjadi salah satu daya tarik di sini. Beragam karang serta koral lunak dan ikan-ikan kecil serta krustacea yang ada di perairan Pantai Kata membuat snorkeling dan diving menjadi sebuah keharusan.



**Gambar 13. Pantai Kata**

Selain wisata bahari juga terdapat wisata religi dan budaya, antara lain :

1) Guci Gadang Badano

Objek wisata sejarah ini memiliki keunikan tersendiri yang menjadi daya tarik kunjungan wisatawan ke daerah ini. Di halaman Masjid Badano terdapat sebuah guci yang di dalamnya terdapat air, namun walaupun

airnya diambil terus, namun tidak pernah kering. Objek wisata sejarah ini berada di Desa Sungai Rotan Kecamatan Pariaman Selatan. Objek wisata ini berjarak 4 km kearah Selatan dari pusat ibu Kota Pariaman. Menurut kepercayaan warga sekitar, guci badano umurnya sudah berabad-abad, benda ini merupakan peninggalan masa lampau yang penuh daya tarik budaya dan sipiritual.



**Gambar 14. Guci Gadang Badano**

## 2) Masjid Raya Kurai Taji

Masjid Kurai Taji adalah salah satu masjid tertua di Indonesia yang terletak di Nagari Padusunan atau kini secara administratif termasuk ke dalam wilayah Kota Pariaman, Sumatera Barat. Masjid ini dibangun secara bersama oleh masyarakat Nagari Padusunan pada tahun 1900-an dengan turut melibatkan pemuka masyarakat setempat, di antaranya Labai Nan Putih dan Abdurrahman. Seperti kebanyakan masjid-masjid tua di Nusantara, masjid ini juga memiliki bedug berukuran besar atau disebut tabuah gadang dalam bahasa Minang. Masjid Raya Kurai Taji

didirikan oleh Labai Nan Putih dimana saat itu Beliau adalah Kepala Jorong Jobang dan Aabdurrahman sebagai Cadiak Pandai beserta masyarakat Nagari Padusunan pada tahun 1900. Objek wisata ini ramai dikunjungi oleh peziarah dari berbagai daerah. Seperti kebanyakan masjid-masjid tua di Nusantara, masjid ini juga memiliki bedug berukuran besar atau disebut *tabuah gadang* dalam bahasa Minang.



**Gambar 15. Masjid Raya Kurai Taji**

Jumlah objek wisata yang ada di Kota Pariaman cukup beragam jenis dan lokasinya. Kecamatan yang paling banyak terdapat objek dan daya tarik wisata (ODTW) adalah Kecamatan Pariaman Tengah dengan jumlah 16 ODTW yang terdiri dari 5 wisata alam, 3 wisata budaya, 4 wisata sejarah 3 wisata pantai dan 1 wisata minat khusus. Untuk lebih jelasnya, jumlah objek yang tersebar dimasing-masing Kecamatan yang ada di Kota Pariaman dapat dilihat pada **Tabel 2.2.**

**Tabel 2.2. Jumlah Objek Wisata di Kota Pariaman dirinci  
PerKecamatan Tahun2017**

<b>No.</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Wisata Alam</b>	<b>Wisata Budaya</b>	<b>Wisata Sejarah</b>	<b>Wisata Pantai</b>	<b>Wisata Minat Khusus</b>
1.	Pariaman Selatan	3	0	2	2	2
2.	Pariaman Tengah	5	3	4	3	1
3.	Pariaman Utara	3	0	0	1	1
4.	Pariaman Timur	0	0	0	0	0
<b>Total</b>		<b>11</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>4</b>

*Sumber: Profil Kota Pariaman, Bappeda Tahun 2016*

Beberapa potensi wisata yang terdapat di Kota Pariaman diharapkan juga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan lokal (domestik) maupun mancanegara. Sampai saat ini, dilihat dari tahun ke tahun jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Pariaman dalam periode 5 (lima) tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup menggembirakan, khususnya jumlah wisatawan domestik.

Pada tahun 2009 jumlah kunjungan wisatawan domestik adalah sebanyak 580.665 orang dan pada tahun 2013 meningkat menjadi 750.200 orang atau meningkat sekitar 22,59% dengan rata-rata peningkatan setiap tahunnya adalah sebesar 6,2%. Selain kunjungan domestik juga terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Pada tahun 2009 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara adalah sebanyak 71 orang dan pada tahun 2013 meningkat menjadi 121 orang atau meningkat sebesar 41,32% dengan rata-rata peningkatan sebesar 11,48% per tahun.

## **Bagian III**

# **Kajian Objek Wisata Pariaman dari Berbagai Perspektif**

### **Perspektif Manajemen Pemasaran dalam Kajian Faktor Penentu Wisatawan Memilih Wisata Pantai Gondariah Pariaman**

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada Maret 2019 lalu dapat di simpulkan bahwa terdapat empat faktor yang dipertimbangkan masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman. Faktor pertama adalah kenyamanan yang meliputi objek wisata yang unik, keramahan masyarakat sekitar, ketenangan berwisata, berlimpahan jumlah wisatawan, kenyamanan dalam berwisata, lokasi wisata yang bersih, dan harga souvenir yang ditawarkan terjangkau.

Faktor kedua adalah sarana dan prasarana yang didukung oleh item aksesibilitas lokasi, tersedianya pemandu wisata, tingkat keamanan yang baik, angkutan umum yang menuju lokasi tersedia setiap saat, dan tersedianya tempat parkir yang cukup dan aman. Hal ini merupakan strategi yang dilakukan pemerintah untuk menarik minat masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keinginan masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman adalah infrastruktur yang meliputi tersedianya fasilitas restoran dan rumah makan yang bersih, tersedianya penginapan yang bersih, dan tersedianya tempat ibadah yang cukup yang dapat menarik masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman.

Faktor keempat adalah pemandangan yang meliputi pemandangan yang indah yang membuat wisatawan betah berada di Kota Pariaman. Karakteristik responden merupakan gambaran tentang identitas responden yang dalam penelitian ini meliputi karakteristik berdasarkan umur, tempat tinggal, jenis kelamin, pendidikan, sumber informasi, jumlah kunjungan, lama kunjungan, tingkat kepuasan. Berdasarkan proses pentabulasian data yang telah

dilakukan dapat diklasifikasikan responden yang berpartisipasi didalam penelitian ini seperti terlihat pada **Tabel 3.1.**

**Tabel 3.1. Gambaran Umum Responden yang Berpartisipasi dalam Penelitian**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Umur</b>		
16 <sup>th</sup> - 25 <sup>th</sup>	55	55
26 <sup>th</sup> - 35 <sup>th</sup>	30	30
36 <sup>th</sup> >	15	15
<b>Jumlah</b>	100	100
<b>Tempat Tinggal</b>		
Padang	11	11
Pariaman	89	89
Luar Pariaman	0	0
<b>Jumlah</b>	100	100
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki – Laki	46	46
Perempuan	54	54
<b>Jumlah</b>	100	100
<b>Pendidikan</b>		
SD	3	3
SMP	15	15
SMA	58	58
D3	8	8
S1	14	14
Lainnya	2	2
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Sumber Informasi</b>		
Koran/Majalah	1	1
Teman/Saudara	78	78
Internet	14	14
Televisi/Radio	2	2
Brosur/Leaflet	1	1
Lainnya	4	4
<b>Jumlah</b>	100	100
<b>Jumlah Kunjungan</b>		
1x	40	40
2x	32	32
3x – 4x	8	8
5x >	20	20

Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<b>Jumlah</b>	100	100
<b>Lama Kunjungan</b>		
1 - 2 Jam	14	14
2 - 4 Jam	38	38
4 - 6 Jam	30	30
6 jam >	18	18
<b>Jumlah</b>	100	100
<b>Tingkat Kepuasan</b>		
Ya	92	92
Tidak	8	8
<b>Jumlah</b>	100	100

*Sumber : collect data (2019)*

Alasan digunakan analisis faktor dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang melatar belakangi masyarakat berkunjung ke daerah wisata Kota Pariaman, untuk melakukan analisis faktor maka tahap-tahap yang dilakukan untuk melakukan pengujian tersebut sebagai berikut:

### **1. Uji Independensi Variabel dalam Matrik Korelasi**

Dalam pemeriksaan asumsi kecukupan sampel dan korelasi antar variabel, berdasarkan hasil pengujian data melalui bantuan program SPSS ditemukan hasil sebagai berikut :

#### **Uji Independensi Variabel dalam Matrik Korelasi**

##### **KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.850
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1.155E3
	Df	120
	Sig.	.000

Untuk melihat kecukupan jumlah sampel adalah dengan melihat nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA), apabila besar dari 0,5 maka secara keseluruhan jumlah sampel sudah mencukupi. Dari hasil olahan data terlihat bahwa nilai KMO-MSA adalah 0,850. ini berarti 0,850 besar dari 0,5. Artinya Asumsi kecukupan sampel sudah terpenuhi.

Untuk melihat korelasi antar variabel yang cukup kuat adalah dengan melihat nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity*, apabila nilainya kecil dari 0,05 maka secara keseluruhan korelasi antar variabel cukup kuat. Dari hasil olahan data terlihat bahwa nilai *Bartlett's Test of Sphericity* adalah 1.155E3 dan sig. 0,000. Ini berarti 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya Asumsi korelasi antar variabel cukup kuat sudah terpenuhi.

Untuk menguji kedekatan antar variabel digunakan *Measures of Sampling Adequacy* (MSA), dimana nilai besar dari 0,5 berarti hubungan antar variabel sangat kuat, sedangkan apabila nilai MSA kecil dari 0,5 hubungan antar variabel tidak kuat atau harus diulang. Untuk melihat besar korelasi parsial, korelasi antara suatu variabel dengan dirinya sendiri harus kuat, sementara dengan variabel lain, justru harus kecil (*Anti Image Correlation*). Dari hasil olahan data (lampiran *Anti-image matrices*) terlihat bahwa tidak satupun korelasi kecil dari 0,5, maka analisis dapat dilanjutkan.

## **2. Ekstraksi Faktor**

Penentuan atau pemilihan teknik analisa faktor yang akan digunakan berdasarkan pada kemampuan teknik tersebut dalam menjelaskan data yang ada serta tingkat keakuratan model analisis, dalam penelitian ini dipilih model PCA (*Principal Component Analysis*) yang dikenal dapat memberikan nilai presentase kumulatif yang lebih akurat dibandingkan dengan menggunakan teknik yang lain. Dengan teknik PCA (lampiran *Total Variance Explained*) dapat diketahui bahwa nilai kumulatif persentase varian sebesar 74,889%. Hal ini menjelaskan bahwa teknik cukup tepat untuk menjelaskan data sebesar 74,89%. sedangkan sisanya 25,11% tidak mampu dijelaskan teknik ini.

Dengan demikian nilai masih dipandang sudah mewakili dalam menjelaskan fenomena data yang ada karena nilainya sudah berada di atas 50%.

#### 4. Analisis Total Variance

Factoring (*Total Variance Explained*) digunakan untuk melihat berapa jumlah faktor yang optimal dalam menjelaskan varians ke 16 item, dan *Eigenvalues* untuk menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung varians ke 16 item yang dianalisis. Susunan *Eigenvalues* selalu diurutkan dari yang besar sampai kecil. Jumlah angka *Eigenvalues* untuk ke 16 item adalah sama dengan ,jumlah total varians ke 16 item. Angka *Eigenvalues* < 1 tidak digunakan dalam menghitung jumlah faktor yang terbentuk.

Setelah dilakukan analisis dengan menggunakan analisa faktor dengan bantuan program SPSS ternyata dari 16 item atribut yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke daerah wisata Kota Pariaman, dari hasil pengujian data terlihat bahwa item-item tersebut dapat disederhanakan menjadi 4 faktor utama. Hal ini didasarkan dari nilai *Total Variance* yang dihasilkan dari 4 faktor tersebut lebih tinggi dari nilai yang dihasilkan faktor lainnya yaitu angka *Eigenvalues* > 1 seperti yang terlihat pada **Tabel 3.2.** berikut ini:

**Tabel 3.2. Penentuan Jumlah Faktor yang Melatarbelakangi Masyarakat Berkunjung ke Daerah Wisata Kota Pariaman**

<b>Komponen</b>	<b>Total</b>	<b>Variance (%)</b>	<b>Cumulative</b>
Faktor 1	8,029	50,181	50,181
Faktor 2	1,678	10,490	60,671
Faktor 3	1,233	7,707	68,378
Faktor 4	1,041`	6,507	74,884

Berdasarkan hasil pengolahan data lewat batuan program SPSS seperti yang terlihat pada tabel 3.2 dimana faktor pertama memiliki total *Eigenvalues* 8,029 dan persentase nilai *variance* sebesar 50,181%. Pada faktor kedua memiliki nilai total *Eigenvalues* sebesar 1,678 dan persentase nilai *variance*

sebesar 10,490%. Faktor ketiga memiliki total *Eigenvalues* 1,233 dan persentase nilai *variance* sebesar 7,707% dan faktor keempat memiliki total *Eigenvalues* 1,041 dan persentase nilai *variance* sebesar 6,507%.

#### 4. Faktor Matriks

Faktor matriks adalah hasil analisis faktor sebelum dirotasi. Faktor matriks berisi koefisien-koefisien faktor (faktor *loading*) yang dipakai untuk menyatakan variabel-variabel baku dari faktor tersebut. Koefisien faktor (faktor *loading*) yang memiliki nilai *absolute* lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa antara faktor dengan variabel menunjukkan korelasi yang tinggi, dimana berdasarkan hasil penelitian ini faktor matrik yang berhasil dihasilkan terlihat pada **Tabel 3.3.** berikut ini:

**Tabel 3.3. Hasil Analisis Faktor Matriks**

Faktor	Item	Nilai Loading	
Faktor 1	Item 2	Objek wisata yang unik	0,694
	Item 3	Keramahan masyarakat sekitar	0,730
	Item 4	Ketenangan berwisata	0,672
	Item 5	Berlimpahnya jumlah wisatawan	0,668
	Item 6	Kenyamanan dalam berwisata	0,658
	Item 7	Lokasi wisata yang bersih	0,760
	Item 9	Harga souvenir yang ditawarkan terjangkau	
Faktor 2	Item 8	Aksesibilitas lokasi	0,683
	Item 10	Tersedianya pemandu wisata	0,758
	Item 11	Tingkat keamanan yang baik	0,738
	Item 12	Angkutan umum yang menuju lokasi tersedia setiap saat	0,684
	Item 16	Tersedianya tempat parkir yang cukup dan aman	
Faktor 3	Item 13	Tersedianya fasilitas restaurant dan rumah makan yang bersih	0,864
	Item 14	Tersedianya penginapan yang bersih	0,738
	Item 15	Tersedianya tempat ibadah yang cukup	0,609
Faktor 4	Item 1	Pemandangan yang indah	0,872

Dari hasil olahan data terlihat bahwa ke 16 item dapat dikelompokkan ke dalam 4 komponen atau faktor karena memiliki loading faktor > 0,5, dimana untuk komponen atau faktor 1 terdiri dari item 2,3,4,5,6,7, dan 9, kemudian komponen atau faktor 2 terdiri dari item 8,10,11,12, dan 16, selanjutnya komponen atau faktor 3 terdiri dari item 13,14, dan 15, sedangkan untuk komponen atau faktor 4 terdiri dari item 1.

Sedangkan untuk memperoleh struktur data yang sederhana dimana masing-masing faktor dapat menjelaskan variabel-variabel baku dari setiap faktor maka perlu dilakukan rotasi faktor varimax melalui iterasi *convergent* sebanyak 5 kali.

Berdasarkan hasil yang ditemukan dari hasil rotasi dengan melihat *Rotated Component Matrix*, maka seluruh variabel sudah jelas ke komponen/ faktor mana variabel tersebut masuk. Dari hasil rotasi matrik dapat dilihat pada Tabel 3.4. berikut ini:

**Tabel 3.4. Rotasi Matriks**

<b>Faktor</b>	<b>Item</b>	<b>Factor</b>	<b>Nilai Loading</b>
Faktor 1	Item 2	Kenyamanan	0,694
	Item 3		0,730
	Item 4		0,672
	Item 5		0,668
	Item 6		0,658
	Item 7		0,760
	Item 9		
Faktor 2	Item 8	Sarana dan Prasarana	0,683
	Item 10		0,758
	Item 11		0,738
	Item 12		0,684

	Item 16	setiap saat Tersedianya tempat parkir yang cukup dan aman		
Faktor 3	Item 13	Tersedianya fasilitas restaurant dan rumah makan yang bersih	Infrastruktur	0,864
	Item 14	Tersedianya penginapan yang bersih		0,738
	Item 15	Tersedianya tempat ibadah yang cukup		0,609
Faktor 4	Item 1	Pemandangan yang indah	Pemandangan	0,872

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang berjumlah 16 item yang digunakan tercakup ke dalam 4 faktor. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut merupakan faktor utama yang melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman.

## 5. Interpretasi Faktor

Berdasarkan hasil rotasi faktor pada tabel 3.4 terlihat ada 16 variabel / item yang memiliki nilai loading diatas 0,5 yang dikombinasikan ke dalam 4 faktor dengan total variance 62,797%. Pada dasarnya faktor *loading* mengidentitikasi korelasi antara variabel dengan nilai faktor yang dibentuk dimana interpretasi dari 4 faktor yang berhasil diperoleh di atas adalah sebagai berikut:

### 1) Faktor 1

Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor dengan bantuan program SPSS terlihat dari persentase varian sebesar 50,181% lebih besar jika dibandingkan dengan faktor kedua dan ketiga. Hal membuktikan bahwa faktor-faktor yang mendukung faktor pertama ini adalah faktor-faktor yang sangat dominan dalam melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman. Faktor pertama yang di

dukung oleh 7 item yang meliputi objek wisata yang unik, keramahan masyarakat sekitar, ketenangan berwisata, berlimpahan jumlah wisatawan, kenyamanan dalam berwisata, lokasi wisata yang bersih, dan harga souvenir yang ditawarkan terjangkau. Dari ke 7 item yang tergabung dalam faktor satu ini memiliki range loading antara 0,658 hingga 0,760 artinya korelasi antara variabel dengan faktor tersebut berkisar antara 65,8 hingga 76%. Korelasi tertinggi pada variabel lokasi wisata yang bersih sebesar 76% sedangkan korelasi terendah adalah variabel kenyamanan dalam berwisata sebesar 58,2%. Faktor loading mengindikasikan bahwa item lokasi wisata yang bersih dapat dipilih sebagai *surrogate* item (wakil dari faktor tersebut apabila dilanjutkan ke analisa *multivariate*).

## 2) Faktor 2

Selain ke 6 item tersebut masih terdapat lima faktor lagi yang melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman. Faktor Kedua tersebut dapat terlihat dari persentase varian sebesar 10,490% yang didukung oleh aksesibilitas lokasi, tersedianya pemandu wisata, tingkat keamanan yang baik, angkutan umum yang menuju lokasi tersedia setiap saat, dan tersedianya tempat parkir yang cukup dan aman. Lima item yang ada dalam faktor dua ini memiliki *range loading* antara 0,507 hingga 0,758 artinya korelasi antara variabel dengan faktor tersebut berkisar antara 50,7 hingga 75,8%. Faktor *loading* mengindikasikan bahwa item tersedianya pemandu wisata dapat dipilih sebagai *surrogate* item (wakil dari faktor tersebut apabila dilanjutkan ke analisa *multivariate*).

## 3) Faktor 3

Faktor ke tiga yang melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Pariaman terlihat dari persentase varian sebesar 7,707% yang didukung oleh tersedianya fasilitas restoran dan rumah makan

yang bersih, tersedianya penginapan yang bersih, dan tersedianya tempat ibadah yang cukup yang memiliki *range loading* 0,609 hingga 0,864 artinya korelasi antarvariabel dengan faktor tersebut berkisar antara 60,9 hingga 86,4%. artinya korelasi antara item tersedianya fasilitas restoran dan rumah makan yang bersih dengan faktor ke tiga adalah 86,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa item tersedianya fasilitas restoran dan rumah makan yang bersih dapat dipilih sebagai *surrogate item* (wakil dari faktor tersebut apabila dilanjutkan ke analisa *multivariate*).

#### 4) Faktor 4

Faktor ke empat yang melatarbelakangi masyarakat berkunjung ke objek wisata Kota Piamanterlihat dari persentase varian sebesar 6,507% yang didukung oleh item pemandangan yang indah yang memiliki loading 0,872. Artinya korelasi antara variabel dengan faktor tersebut sebesar 87,2%. Hal ini mengindikasikan bahwa item pemandangan yang indah dapat dipilih sebagai *surrogate item* (wakil dari faktortersebut apabila dilanjutkan ke analisa *multivariate*).

## **Bagian IV**

# **Analisis Potensi dan Masalah Pengembangan Wisata Pariaman**

Berdasarkan Perpu Nomor 8 tahun 2014 tentang RPJPD Kota Pariaman telah ditetapkan bentuk perencanaan secara komprehensif dua puluh tahunan pembangunan Kota Pariaman dan sebagai landasan disusunnya RPJMD maka sasaran pembangunan yang terencana, komprehensif dan terintegrasi harus dilaksanakan secara berkesinambungan dan konsisten. Sejalan dengan itu, maka penerapan visi dan misi pembangunan Kota Pariaman lima tahun ke depan telah tertuang ke dalam RPJMD periode 2013-2018, yakni mewujudkan Pariaman sebagai kota tujuan wisata dan ekonomi kreatif berbasis lingkungan, budaya dan agama menjadi dasar hukum dalam rangka mengembangkan potensi ekonomi kreatif yang sedang dilaksanakan pemerintah saat ini di Kota Pariaman.

Berdasarkan Renstra Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2012-2014 bahwa Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sangat erat kaitannya dengan alam (*nature*), warisan budaya (*heritage*), lingkungan sosial, seni, kearifan lokal, toleransi dan tenggang rasa, yang dipadu dengan kemajuan teknologi masa kini. Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tidak saja menjadi sektor pencipta kesejahteraan, tetapi juga menciptakan hidup yang berkualitas. Mempertimbangkan karakteristik pariwisata dan ekonomi kreatif tersebut, serta potensi ekonominya yang besar, Kemenparekraf menetapkan visi pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif 2012-2014 sebagai berikut: "*Terwujudnya Kesejahteraan dan Kualitas Hidup Masyarakat Indonesia dengan Menggerakkan Kepariwisataan dan Ekonomi*

*Kreatif*". Visi Kementerian akan dicapai dengan mengemban 4 misi utama, yaitu:

- (1) Mengembangkan kepariwisataan berkelas dunia, berdaya saing, dan berkelanjutan serta mampu mendorong pembangunan daerah.
- (2) Mengembangkan ekonomi kreatif yang dapat menciptakan nilai tambah, mengembangkan potensi seni dan budaya Indonesia, serta mendorong pembangunan daerah.
- (3) Mengembangkan sumber-daya pariwisata dan ekonomi kreatif secara berkualitas.
- (4) Menciptakan tata pemerintahan yang responsif, transparan dan akuntabel.

Visi dan misi Kemenparekraf diterjemahkan ke dalam 8 tujuan utama :

- (1) Peningkatan kontribusi ekonomi kepariwisataan Indonesia.
- (2) Peningkatan daya saing kepariwisataan Indonesia.
- (3) Peningkatan kontribusi ekonomi industri kreatif.
- (4) Peningkatan apresiasi terhadap pelaku dan karya kreatif.
- (5) Peningkatan kapasitas dan profesionalisme SDM pariwisata dan ekonomi kreatif.
- (6) Penciptaan inovasi baru di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif
- (7) Peningkatan kualitas kinerja organisasi Kemenparekraf.
- (8) Peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia kemenparekraf.

Sejalan dengan makin kuatnya keinginan pemerintah untuk meningkatkan kemampuan masyarakat pada kegiatan ekonomi kreatif maka pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015. Dalam program ini, maka ruang lingkup ekonomi kreatif juga bertambah menjadi 15 sektor dengan dimasukkannya peranan kegiatan kuliner sebagai salah satu kegiatan ekonomi yang harus ditingkatkan perannya dalam perekonomian. Sektor ini sangat dirasakan dampaknya bagi ekonomi

masyarakat karena daerah-daerah di Indonesia sangat kaya akan ragam khas kuliner nusantara, demikian juga halnya dengan kuliner khas dari Kota Pariaman yang sangat terkenal tidak hanya didalam negeri, tetapi juga di luar negeri.

Selain itu, dalam rangka mendorong pengembangan sektor ekonomi kreatif maka peranan sektor pariwisata sangat erat kaitannya untuk mendapat perhatian dari pemerintah. Di Kota Pariaman kawasan pesisir dengan wisata baharinya menjadi andalan bagi pemerintah untuk terus membenahi kawasan-kawasan wisata tersebut. Ada enam kawasan pesisir yang sedang galak dikembangkan oleh pemerintah, antara lain Pulau Bando yang diarahkan sebagai tempat wisata menelusuri pantai berenang serta menyelam, Pulau Gosong yang merupakan zona inti perlindungan ekosistem terumbu karang, Pulau Ujung yang diarahkan untuk menjadi kawasan konservasi terumbu karang yang mencakup seluruh pulau, Pulau Tengah yang diarahkan untuk menjadi kawasan konservasi terumbu karang yang mencakup seluruh pulau, Pulau Angso yang diarahkan sebagai tempat untuk rekreasi (dengan keberadaan Kuburan Panjang) dan kegiatan memancing dan menangkap ikan, serta konservasi bagi perlindungan dan pelestarian terumbu karang, dan Pulau Kasiak yang merupakan zona inti sebagai kawasan perlindungan terhadap habitat Penyu Belimbing dan Penyu Sisik serta perlindungan terhadap ekosistem terumbu karang. Masing-masing kawasan ini memiliki keunikan dan fungsi yang secara keseluruhan dapat dijadikan sebagai wisata edukasi (Education Tourism), wisata keluarga dan wisata religi untuk Pulau Angso Duo.

Yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif, di Kota Pariaman ini terdapat beberapa lokasi wisata pantai, diantaranya Pantai Gandoriah, Pantai Cermin, dan Pantai Kata. Pantai Gandoriah adalah sebuah pantai yang berada dalam kota yang hanya berjarak sekitar 100 meter dari pusat Kota Pariaman. Didepan pantai ini terdapat 6

gugusan kepulauan yg bisa dikunjungi menggunakan speed boat atau perahu nelayan. Gugusan pulau-pulau itu adalah Pulau Angso Duo, Pulau Kasiak, Pulau Tengah, Pulau Ujuang, Pulau Gosong dan Pulau Pandan atau Pulau Bando. Penangkaran penyu yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman melalui Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Pariaman di Kawasan Konservasi Perairan (KKP) Ampalu. Selain itu terdapat lokasi pantai yang dikenal dengan Muaro Mangguang yang letaknya berdekatan dengan lokasi penangkaran penyu.

Sedangkan Pantai Cermin terletak di Desa Karan Aur 1,5 km ke Selatan Kota Pariaman. Secara fisik Pantai Cermin cukup landai dengan kemiringan 0-2% bagian pinggiran sebagian besar ditumbuhi pohon pinus dan pohon kelapa yang rindang. Potensi alam sangat menarik untuk dinikmati karena kondisi pantai relatif terjaga. Warna pasir kuning gading tanpa lumpur, menambah asyiknya berwisata bersama keluarga. Fasilitas di area ini cukup memadai dan relatif aman. Di lokasi ini terdapat Restaurant yang cukup representatif menyediakan menu khas Kapal Ikan Gulai, Cumi Goreng dan aneka jenis ikan laut dan minuman segar lainnya.

Lokasi yang potensial lainnya adalah Pantai Kata. Kata merupakan nama dua desa yang berdekatan yaitu "Karan Aur dan Taluk". Karena berlokasi pada dua daerah ini, maka pantai indah ini dinamakan Pantai Kata. Pantai ini juga terkenal indah, dengan perpaduan kerindangan cemara dan hembusan semilir angin laut nyaman serta pasir putih yang bersih.

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Kunjungan ke Kota Pariaman**

Tahun	Jumlah Wisatawan (Orang)		
	M mancanegara	Domestik	Jumlah
2011	81	705.500	705.581
2012	121	750.200	750.321
2013	34	791.624	791.658

2014	73	1.233.668	1.233.741
2015	1.092	2.674.607	2.675.699

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman 2016

Tabel 4.1 diatas dihitung berdasarkan kunjungan ke kota Pariaman setiap tahunnya dari tahun 2011 sampai dengan 2015 dengan berbagai tujuan. Berdasarkan data diatas, jumlah kunjungan ke kota pariaman mengalami kenaikan setiap tahunnya dengan peningkatan kunjungan paling tinggi terjadipada tahun terakhir, yaitu pada 2015. Jumlah kunjungan ini memang mengalami peningkatan, tetapi belum mengindikasikan peningkatan dari pengembangan pariwisata karena tujuan dari setiap kunjungan tidak hanya menikmati wisata, dan sebagian besar wisatawan juga merupakan wisatawan lokal, sedangkan wisatawan yang datang hanya sedikit yang menetap lebih dari 24 jam. Berdasarkan data diatas juga terlihat peningkatan kunjungan dari wisatawan mancanegara ke kota Pariaman yang tercatat tahun 2015 sebanyak 1.092 orang.

Masalah yang harus dihadapi dalam pengembangan pariwisata ini adalah strategi yang digunakan untuk menarik lebih banyak wisatawan mengunjungi kota Pariaman secara berulang kali dan menetap lebih lama dengan meningkatkan kepuasan wisatawan dengan menggunakan kekuatan yang telah dimiliki dan menutupi kelemahannya. Serta juga harus memperhatikan peluang yang bisa dimanfaatkan dan menghindari ancaman yang dari ketidak pastian masa depan.

Jadi, kota Pariaman harus menerapkan strategi yang tepat dalam pengembangan pariwisata agar berkelanjutan sesuai dengan visi dan misi. Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan yaitu pengembangan pariwisata yang berbasiskan pelestarian lingkungan tanpa eksploitasi alam, karena pengembangan pariwisata bergantung pada daya tarik daerah tersebut (Angelevska-Najdeska dan Rakicevik, 2012). Pengembangan pariwisata berkelanjutan memiliki dimensi ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan, serta

memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat sebagai tuan rumah dalam melindungi dan meningkatkan peluang untuk masa depan (Sutawa, 2012).

Strategi yang akan dirumuskan dan diimplementasikan harus mencakup semua pihak tidak hanya terbatas pada pemerintah tetapi masyarakat setempat juga harus ikut serta dalam pengembangan pariwisata. Faktor kunci utama dari pengembangan pariwisata adalah pemberdayaan dan keterlibatan dari masyarakat tempat daerah pariwisata dikembangkan, karena masyarakat setempatlah yang akan berpartisipasi dalam hal tersebut dan juga mereka yang akan menjaga agar pariwisata bertahan dan berkelanjutan. Dan juga strategi yang diterapkan harus fokus pada generasi muda, karena pengembangan generasi muda akan menjadi salah satu kekuatan utama dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan (Thipsingh, 2015).

Dalam menganalisa permasalahan digunakan analisis *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT) untuk mengidentifikasi factor internal dan faktor eksternal pengembangan pariwisata kota Pariaman. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi pengembangan pariwisata berdasarkan identifikasi peluang dan ancaman eksternal dan kekuatan dan kelemahan internal.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Afdal (2016), faktor eksternal dan internal yang dapat digunakan untuk menentukan strategi pengembangan pariwisata di Kota Pariaman adalah sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal berupa peluang dan ancaman.
  - a. Peluang yang bisa dimanfaatkan untuk perencanaan strategi adalah salah satu prioritas pembangunan pemda kota Pariaman, peraturan perundang-undangan terkait pariwisata, dukungan dan partisipasi masyarakat, keamanan yang baik, pertumbuhan ekonomi yang stabil, dukungan APBD yang cukup besar, akses yang mudah ke kota Pariaman, dan pengembangan berbasis teknologi informasi.

- b. Ancaman yang harus dihindari yaitu persaingan wisata antar daerah di Sumatera Barat, tingkat sadar wisata masyarakat yang masih rendah, pengaruh pengembangan pariwisata terhadap kehidupan budaya dan adat setempat, kurangnya kuantitas dan kreatifitas produk lokal, dan ancaman bencana alam.
2. Faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.
  - a. Kekuatan yang bisa menjadi patokan dan harus dipertahankan dan ditingkatkan dalam menganalisis strategi pengembangan pariwisata adalah pemandangan yang indah, jarak yang dekat antar obyek wisata, terdapat beberapa jenis pariwisata yang potensial, penangkaran penyu satu-satunya di pantai barat sumatera, realisasi pendapatan dari pariwisata yang tinggi, dan pemasaran yang telah dilakukan cukup berhasil.
  - b. Faktor kelemahan juga harus diperhatikan dan diminimalisir dalam pengembangan pariwisata adalah obyek wisata yang masih belum dikelola dengan baik, fasilitas pendukung kegiatan pariwisata masih kurang memadai, lahan parkir yang masih kurang, hotel dan penginapan juga masih kurang, kesadaran dalam menjaga obyek wisata, dan masih kurangnya kualitas dan kuantitas SDM dalam pengembangan pariwisata.

## **Bagian V**

# **Strategi Pengembangan Wisata Pariaman**

Salah satu strategi yang bisa digunakan untuk pengembangan menggunakan analisis SWOT. Langkah-langkah menyusun matriks SWOT antara lain mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan yang menentukan, identifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan yang menentukan, mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat, mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat, mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat, mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT dalam sel yang tepat. Hasil dari matriks SWOT ini sendiri diharapkan dapat memberikan beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh pihak manajemen perusahaan agar tujuan awal dari organisasi tercapai dan kegiatan pemasaran perusahaan dapat memberikan hasil yang maksimal.

Analisis SWOT Matriks TOWS adalah kerangka / alat penting yang membantu untuk mengembangkan empat jenis strategi antara lain yang pertama strategi SO (Strength and Opportunity). Strategi ini digunakan untuk menangkap dan memanfaatkan peluang industri yang ada dengan memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Kedua, strategi WO (Weakness and Opportunity), strategi ini ditujukan untuk memperbaiki atau membenahi kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan supaya dapat memanfaatkan atau mengambil peluang yang ada di industri. Ketiga strategi ST (Strength and Threat). Strategi ini ditujukan untuk mengurangi atau meminimalisir ancaman industri suatu perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan internal suatu perusahaan. Strategi keempat adalah strategi WT (Weakness and Threat). Strategi ini digunakan untuk

memperbaiki kelemahan yang ada pada suatu perusahaan untuk meminimalisir ancaman. Strategi ini merupakan strategi untuk bertahan dalam peta persaingan.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan kepada pelaku usaha kreatif di Kota Pariaman, dapat dikembangkan sejumlah strategi guna pengembangan usaha kreatif khusus di Kota Pariaman seperti terlihat dibawah ini:

**a. Strategi Ekspansi (SO)**

Berdasarkan kepada kuadran pertama terlihat beberapa item kunci yang harus diprioritaskan dan dijadikan sebuah strategi Strong dan Opportunity (SO). Strategi tersebut merupakan sebuah model ekspansi untuk meningkatkan eksistensi usaha kreatif. Strategi tersebut dilakukan meningkatkan mutu dan kualitas produk. Peningkatan mutu dan kualitas produk tentu dapat dilakukan dengan melakukan kegiatan inovasi produk. Dalam rangka menciptakan proses inovasi tentu sangat dibutuhkan bantuan dana segar. Oleh sebab itu pengusaha harus memanfaatkan berbagai program perbankan yang menyediakan dana untuk pengembangan unit usaha berskala mikro.

Pengembangan produk melalui inovasi disamping untuk meningkatkan kualitas produk tentu juga dimaksudkan untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas. Untuk menciptakan keteraturan didalam perusahaan dan pengembangan usaha kreatif masing masing pengusaha harus memiliki produk kreatif yang ter spesialisasi atau memiliki ciri khusus yang membedakan produk satu dengan yang lain. Usaha untuk meningkatkan spesialisasi pada produk juga harus ditunjang dengan adanya pelatihan kepada setiap pengusaha. Dalam hal ini pengusaha kreatif dapat berpartisipasi pada acara workshop kewirausahawan dan pelatihan yang dilakukan oleh Departemen Perindustrian dan sebagainya.

Untuk meningkatkan ekistensi usaha kreatif dimasa depan, pengembangan usaha kreatif harus didukung oleh orang-orang berpengalaman serta dapat menggunakan teknologi berkualitas tinggi untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan waktu dan proses produksi. Melalui penggunaan teknologi tentu akan mendorong peningkatan jumlah produksi yang tentunya dapat memberikan peluang yang lebih tinggi bagi peningkatan penjualan dan laba pengusaha. Penggunaan peralatan canggih dan modern juga ditunjukkan untuk mengimbangi permintaan pasar yang meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Melalui bantuan teknologi perusahaan dapat menghemat waktu dan menciptakan jam kerja yang teratur bagi pekerja. Melalui perpaduan antara kekuatan dan peluang tentu diharapkan akan menciptakan sebuah langkah strategi yang tepat dan jitu untuk mendorong pertumbuhan dan pengakuan ekistensi usaha kreatif khusus di Kota Pariaman.

#### **b. Strategi Diversifikasi (ST)**

Strategi diversifikasi merupakan perpaduan antara kekuatan dan ancaman yang akan dihadapi oleh usaha kreatif khususnya di Kota Pariaman. Pentembangan strategi ST dilakukan dengan upaya meningkatkan kualitas produk guna mengantisipasi pesaing baik yang berasal dari dalam provinsi atau pun berasal dari daerah lain. Pengembangan strategi diversifikasi juga dilakukan dengan menciptakan keunggulan produk melalui proses spesialisasi. Agar produksi tidak terganggu para pengusaha harus mengatur supplier yang menyediakan bahan baku, dalam hal ini pengusaha harus memiliki relasi dan kerja sama yang baik dengan supplier.

Pengusaha usaha kreatif juga harus dapat memafaatkan melimpahnya tenaga kerja, serta memanfaatkan potensi dan kualitas

mereka dalam bekerja. Agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang tinggi sehingga dapat meredam dampak produk substitusi. Selain ketersediaan bahan baku berkat kerja sama dengan supplier tentu akan membantu dampak negative dari produk substitusi dan keberadaan produk pendatang baru yang dapat mengambi pangsa pasar pengusaha kreatif. Disamping itu pemanfaatan sumber daya manusia yang berkualitas tentu akan membantu perusahaan dalam pengembangan teknologi modern guna mendorong peningkatan kualitas produk.

Hal penting lain yang harus diperhatikan pengusaha kreatif adalah diperlukannya pengaturan jam kerja. Langkah tersebut sangat penting untuk mendorong efektifitas dalam bekerja. Melalui perencanaan jam kerja yang tepat tentu akan menciptakan semangat kerja dan disiplin waktu yang lebih baik, sehingga mendorong efektifitas perusahaan untuk meningkatkan produksi dengan kualitas produk yang stabil.

### **c. Strategi Stabilitas (WO)**

Strategi stabilitas bertujuan untuk mendorong meningkatnya stabilitas usaha atau eksistensi usaha kreatif. Strategi stabilitas tentu dilakukan dengan menggabungkan antara kelemahan dan peluang. Dalam hal ini pengusaha kreatif harus berusaha mengurangi atau menghapus kelemahan yang mereka miliki. Kelemahan utama yang dimiliki oleh pengusaha kreatif adalah sulitnya bagi mereka untuk mendapatkan modal kerja. Hal tersebut terjadi karena kurang terjalinnya hubungan baik antara pengusaha dengan bank. Langkah penting yang harus dilakukan pengusaha adalah mencari relasi yang baik dengan bank. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mencoba mengikuti program perbankan yang berhubungan dengan pengembangan unit usaha mikro (UMKM) atau usaha kreatif. Langkah tersebut merupakan awal bagi pengusaha untuk menciptakan hubungan baik antara pengusaha dan bank.

Pengusaha kreatif juga harus menggunakan media pemasaran sebagai alat promosi atau menciptakan kesan positif dalam diri konsumen terhadap produk, hal tersebut penting untuk menciptakan peningkatan market share mengingat pasar konsumen yang masih sangat luas yang didasarkan pada segmen yang berbeda. Pengusaha juga harus memperbaiki akses menuju lokasi usaha, seperti jalan, ketersediaan transportasi dan sarana komunikasi. Selain itu pengusaha kreatif harus memiliki laporan keuangan yang dapat dijadikan sebagai alat evaluasi terjadinya peningkatan atau penurunan kinerja usaha. Selain itu penggunaan laporan keuangan juga dapat berperan sebagai alat bantu untuk mendorong penentuan besarnya skala produksi. Adanya skala usaha tentu akan mendorong keteraturan penggunaan mesin dan jam kerja didalam industri.

**d. Strategi Divensif (WT)**

Merupakan strategi yang memadukan antara kelemahan dan ancaman yang tentunya berguna untuk mempertahankan eksistensi usaha dalam jangka panjang. Strategi yang harus dilakukan meliputi mengikuti program perbankan didalam upaya peningkatan usaha kreatif, dana yang diperoleh dari bank tentu sangat berguna untuk meningkatkan kualitas produk dan menghambat pesaing yang berasal dari daerah lain untuk menguasai pasar konsumen di Pariaman.

Selain itu pengusaha kreatif juga harus mencari supplier yang relatif murah dan memiliki ketersediaan bahan baku yang optimal, mengingat ketersediaan bahan baku sangat penting untuk mengimbangi permintaan pasar yang semakin meningkat. Bahan baku yang harus disediakan adalah bahan baku utama atau pun bahan baku penolong.

Untuk terus meningkatkan pasar pengusaha kreatif diharapkan dapat menggunakan media pemasaran untuk melakukan promosi produk. Selain itu pengusaha kreatif juga harus didukung oleh tenaga handal dan

berkualitas serta berpengalaman yang dapat membantu penggunaan mesin yang berbasis teknologi dan informasi. Semakin baik penggunaan teknologi akan menciptakan efisiensi dan efektifitas. Semakin bertumbuhnya perekonomian nasional tentu menjadi peluang utama bagi perkembangan usaha kreatif untuk terus dapat bertahan dalam jangka panjang dan bahkan menjadi penopang laju pertumbuhan daerah dalam jangka panjang.

Afdal (2016) dalam studinya mengungkapkan alternatif strategi pengembangan pariwisata berdasarkan hasil analisis SWOT sebagai berikut:

SO1: Peningkatan kualitas obyek wisata dan infrastruktur pendukung.

SO2: Perluasan pasar dengan memanfaatkan teknologi informasi dan promosi dengan even-even bertaraf nasional maupun internasional.

SO3: Peningkatan akses dan kualitas layanan.

ST1: Melakukan kerjasama pemasaran wisata antar kabupaten dan kota se-Sumatera Barat.

ST2: Mendorong kreatifitas, inovasi, dan promosi produk lokal yang menarik.

ST3: Pengurangan kekhawatiran akan ancaman bencana dengan meyakinkan keselamatan wisatawan.

WO1: Pembinaan setiap obyek wisata dengan fasilitas dan infrastruktur yang baik.

WO2: Peningkatan kualitas dan kuantitas SDM.

WO3: Peningkatan sistem manajemen.

WT1: Melakukan Pemeliharaan dengan fasilitas yang telah ada.

WT2: Sosialisasi sadar wisata yang menyeluruh dan berkelanjutan serta pemberian sanksi yang tegas kepada pelanggar aturan.

WT3: Melakukan kerjasama dengan investor dalam pengembangan pariwisata.

Dalam rangka mengatasi permasalahan dan pengembangan ekonomi kreatif, maka disusun indikasi program pengembangan yang terintegrasi secara menyeluruh dengan konsep wisata bahari, antara lain:

1. Wisata Pulau angso duo yang merupakan kawasan **wisata religi/ spiritual tourism** harus dikembangkan dengan konsep keselarasan lingkungan dan keamanan moda transportasi penyeberangan dengan menetapkan letak dermaga angkut dan turun dalam **satu tempat/lokasi** dan dikelola oleh satu pihak sehingga terdapat standarisasi harga dan pelayanan yang nyaman bagi wisatawan.
2. Dalam rangka menetapkan keamanan dan kesatuan pandang dari pengelola transportasi penyeberangan ke wisata pulau angso duo maka diperlukan komitmen dengan dinas perhubungan yang terkait, PT KAI, dan pemuka masyarakat maupun aparat kepolisian serta tokoh pemuda/tokoh yang dituakan dan memiliki **pengaruh yang kuat/disegani** untuk membuat kesepakatan tentang pengelolaan armada kapal dan standarisasi pelayanan wisata bahari yang nyaman.
3. Khusus untuk wisata penangkaran penyu maka perlu keterlibatan masarakat dalam mengelola wisata dengan sistem bagi hasil dan pembinaan mulai dari retribusi tiket yang transparan dan pengelolaan kelestarian penyu dengan sistem **"komunitas peduli penyu"** yang keanggotaannya dibentuk oleh tokoh masyarakat dan Dinas kelautan dan Perikanan.
4. Perlu dukungan wisata kuliner yang **terintegrasi** dengan wisata belanja pada lokasi kampung sulam, bordir dan lokasi wisata dengan bekerjasama dalam satu paket atraksi budaya dan seni pertunjukan dalam **satu kegiatan tour** dan dikemas dengan sebaik-baiknya bersama biro perjalanan dan tour/travel sekaligus dengan wisata kereta api.

## **Bagian VI**

# **Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kota Pariaman dalam Mengembangkan Wisata Bahari Pariaman**

### **Pendapatan Asli Daerah (PAD)**

Undang-Undang No 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah disebut bahwa sumber Pendapatan Asli Daerah, yaitu: pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisah, dan lain-lain PAD yang sah.

Dasar pengelolaan kekayaan daerah meliputi hal berikut:

1. Perencanaan yang tepat  
Untuk melaksanakan apa yang menjadi kewenangan wajibnya pemerintah daerah memerlukan barang atau kekayaan untuk menunjang pelaksanaan tugas dan kewenangannya. Untuk itu pemerintah daerah perlu membuat perencanaan kebutuhan aset yang akan digunakan dan dimiliki.
2. Pelaksanaan  
Apabila telah dilakukan perencanaan secara tepat, maka pelaksanaan dan kekayaan milik daerah harus dikelola secara optimal.
3. Pengawasan  
Pengawasan yang ketat dilakukan sejak tahap perencanaan hingga penghapusan aset. Dalam hal ini peran serta masyarakat dan DPRD serta auditor internal sangat penting. Keterlibatan auditor internal dalam proses pengawasan ini sangat penting untuk menilai konsistensi antara praktek yang dilakukan oleh pemerintah daerah dengan standar yang berlaku.  
PAD Kota Pariaman dari sektor pariwisata diperoleh dari pemakaian kekayaan daerah seperti sewa pentas, organ, lapangan, dan pujasera,serta retribusi tempat rekreasi ke pulau, pantai, rumah tabuik,

dan penjualan dikawasan wisata. Wisatawan diharapkan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dengan segala daya tarik wisata pada objek wisata di Kota Pariaman. Daya tarik wisata tersebut mempengaruhi intensitas kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kota Pariaman

### **Peran dan Tanggung Jawab Pemerintah dalam kebijakan Pariwisata**

Menurut *UN-WTO*, peran pemerintah dalam menentukan kebijakan pariwisata sangat strategis dan bertanggung jawab terhadap beberapa hal berikut:

1. Membangun kerangka (framework) operasional di mana sektor publik dan swasta terlibat dalam menggerakkan denyut pariwisata.
2. Menyediakan dan memfasilitasi kebutuhan legislasi, serta melakukan kontrol yang diterapkan dalam pariwisata, perlindungan lingkungan, dan pelestarian budaya serta warisan budaya.
3. Menyediakan dan membangun infrastruktur transportasi darat, laut, dan udara dengan kelengkapan prasarana komunikasinya.
4. Membangun dan memfasilitasi peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan menjamin pendidikan dan pelatihan yang professional untuk menyuplai kebutuhan tenaga kerja di sektor pariwisata.
5. Menerjemahkan kebijakan pariwisata yang disusun dalam rencana kongret yang termaksud kedalamnya:
  - a. Evaluasi kekayaan aset pariwisata, alam budaya serta mekanisme perlindungan dan pelestariannya.
  - b. Identifikasi dan kategorisasi produks pariwisata yang mempunyai keunggulan yang kompetitif dan komperatif.
  - c. Menentukan persyaratan dan ketentuan penyediaan infrastruktur dan supratruktur yang dibutuhkan yang akan berdampak pada keragaan (performance) pariwisata.

- d. Mengelaborasi program untuk pembiayaan dan aktivitas pariwisata, baik sektor publik maupun swasta.

Untuk mencapai kesuksesan dalam pembangunan pariwisata diperlukan pemahaman baik dari sisi pemerintah selaku *regulator* maupun dari sisi pengusaha selaku pelaku bisnis. Pemerintah tentu harus memperhatikan dan memastikan bahwa pembangunan pariwisata akan mampu memberikan keuntungan sekaligus menekan biaya sosial ekonomi serta memberikan dampak lingkungan sekecil mungkin. Kerangka implementasi kebijakan pariwisata paling tidak dapat menyentuh empat aspek berikut ini:

1. Pembangunan dan pengembangan infrastruktur.
2. Aktivitas pemasaran.
3. Peningkatan kualitas budaya dan lingkungan, serta
4. Pengembangan sumber daya manusia.

Dengan berkembangnya kepariwisataan Indonesia, maka pariwisata yang terdapat di daerah-daerah yang memiliki potensi pariwisata yang baik dapat dijadikan andalan atau penyumbang paling tinggi untuk peningkatan perekonomian masyarakat suatu daerah, hal ini sesuai dengan GBHN 1993, antara lain:

- a. Pembangunan kepariwisataan diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggalakan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait, sehingga lapangan kerja, pendapatan masyarakat, daerah, dan negara, serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan potensi kepariwisataan nasional.
- b. Dalam pembangunan kepariwisataan harus dijaga tetap terpeliharanya kepribadian serta kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup. Kepariwisataan perlu di tata secara menyeluruh dan terpadu dengan melibatkan sektor yang terkait dalam suatu keutuhan usaha kepariwisataan yang saling menjaga dan saling menguntungkan, baik

yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Pengembangan pariwisata nusantara dilakukan sejalan dengan upaya memupuk rasa cinta tanah air, serta menanamkan jiwa semangat dan nilai-nilai luhur bangsa dalam rangka lebih memperkokoh persatuan dan kesatuan nasional, terutama dalam bentuk penggalakan pariwisata remaja dan pemuda dengan lebih meningkatkan kemudahan dalam memperoleh pelayanan kepariwisataan. Daya tarik sebagai negara tujuan wisata mancanegara perlu ditingkatkan melalui upaya pemeliharaan benda dan khasanah bersejarah yang menggambarkan ketinggian budaya bangsa, serta harus didukung dengan promosi memikat.

- c. Upaya pengembangan objek dan daya tarik wisata, serta kegiatan promosi dan pemasarannya, baik didalam maupun diluar negeri terus ditingkatkan secara terencana, terarah, terpadu, dan efektif. Caranya antara lain adalah dengan memanfaatkan secara optimal kerjasama kepariwisataan regional dan global guna meningkatkan hubungan antar bangsa. Adapun dalam pengembangannya, Pemerintah Kota Pariaman melakukan promosi melalui media massa seperti internet, surat kabar, majalah, televisi maupun radio. Pemerintah Kota Pariaman juga melakukan program pengembangan destinasi pariwisata dengan meningkatkan pembangunan sarana prasarana, dan pengembangan daerah tujuan wisata agar pariwisata yang ada di Kota Pariaman mempunyai kekuatan yang sinergik karena keterkaitan yang erat dengan sektor lainnya dan menjadi tumpuan pariwisata yang memiliki kekuatan daya saing antar negara.

## **Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman**

### **1. Gambaran Umum**

Sesuai dengan Perda No.3 tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk

pengusaha objek yang mengikat dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut. Kebudayaan merupakan totalitas dari perwujudan, aktualisasi, ekspresi, ide atau gagasan yang berkembang dan hidup dalam masyarakat, baik bergerak maupun tidak bergerak, termasuk di dalamnya karya, pentas, kerajinan, peninggalan sejarah purbakala, serta kehidupan sosial masyarakat.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas pokok sebagai unsur pelaksanaan bidang Pariwisata dan Kebudayaan yang bertanggung jawab kepada Wali Kota Pariaman. Sedangkan fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun dan merumuskan kebijakan teknis sebagai pedoman untuk penyelenggaraan program Pariwisata dan Kebudayaan.
- b. Mengkoordinasikan penyusunan kebijakan teknis penyelenggaraan program Pariwisata dan Kebudayaan.
- c. Pembinaan dan pelaksanaan tugas dibidang pariwisata dan kebudayaan.

## **2. Visi dan Misi**

Visi sebuah instansi pemerintah tidak lain adalah suatu gambaran yang menantang tentang keadaan masa depan yang berisikan cita dan citra yang ingin diwujudkan oleh instansi pemerintah tersebut. Adapun Visi yang ingin dicapai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman adalah: ***“Dengan semangat sabiduak sadayuang, kita wujudkan Kota Pariaman menjadi Daerah Tujuan Wisata Pantai dan Bahari dengan mempertahankan nilai-nilai agama dan budaya”.***

Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman adalah sesuatu yang harus diemban atau dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman sebagai penjabaran visi yang telah ditetapkan. Pernyataan misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman ini diharapkan dapat membuat seluruh anggota organisasi dan pihak berkepentingan mengetahui dan mengenal keberadaan peran Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman dalam menyelenggarakan pemerintahan Kota Pariaman. Berikut adalah misi yang diemban Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman:

1. Meningkatkan ketersediaan sarana dan prasarana pariwisata.
2. Meningkatkan kualitas SDM pariwisata.
3. Meningkatkan dan mengembangkan intensifikasi dan ekstensifikasi pemasaran wisata.
4. Revitalisasi nilai-nilai agama dan budaya.

### **Peran Pemerintah dalam Pengembangan Wisata Bahari Kota Pariaman**

Wisata bahari merupakan salah satu jenis produk wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan. Jenis wisata ini memiliki keunggulan komperatif yang sangat tinggi terhadap produk wisata sejenis diluar negeri. Untuk mengembangkan wisata bahari mengacu pada program pemerintah kota pariaman Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman dengan melakukan pengembangan destinasi dikawasan wisata pantai maupun pulau yang ada di Kota Pariaman,serta peningkatan program pembangunan sarana prasarana wisata dan mengembangkan daerah tujuan wisata.

Pengembangan pariwisata tidak terlepas dari pembangunan pariwisata itu sendiri. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan pasal 7, pembangunan kepariwisataan meliputi industri kapariwisataaan, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembangaan kepariwisataan. Dijelaskan pada Pasal 8 bahwa pembangunan pariwisata dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, provinsi dan rencana induk pembangunan kabupaten atau kota.

Adapun pola kebijakan pengembangan objek wisata meliputi:

1. Prioritas pengembangan objek wisata.
2. Pengembangan pusat-pusat penyebaran kegiatan wisatawan.

3. Pengembangan kegiatan penunjang objek wisata yang perlu diperhatikan seperti sarana prasarana pariwisata, infrastruktur pariwisata, dan masyarakat sekitar objek wisata.

Wisata bahari dapat digolongkan ke dalam pariwisata minat khusus, sehingga dalam pengembangan pasarnya membutuhkan strategi tertentu untuk dapat meningkatkan minat pasar. pada garis besarnya, wisata bahari berdasarkan karakteristiknya dapat digolongkan menjadi tiga kategori, yaitu *leisure, sport, dan cruise*. Beberapa contoh kegiatan wisata bahari menurut karakteristiknya dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Wisata bahari dengan minat khusus *leisure* antara lain *snorkeling, jetski, fishing, sea rafting, boody board, sea walker, parasailing, diving, banana boat, coral gardening, pontoon slide*;
2. Wisata minat khusus bahari dengan karakteristik *sport* antara lain *skling, scuba diving, surfing, wind surfing*;
3. Wisata minat khusus bahari dengan karakteristik *cruise* antarlain *boating, day cruise, yacht, floating, hotel dan excursion*.

Prasiasa dan Hermawan (2012:20) dalam Puspa (2018) menyatakan bahwa sebagai bagian dari pariwisata minat khusus, wisata bahari tidak memerlukan pembangunan dan sarana prasarana tertentu secara khusus karena motivasi wisatawan untuk mengunjungi lokasi wisata tersebut adalah ketertarikan atas keaslian atau originalitas destinasi dan daya tarik wisatanya. Parameter pengembangan wisata bahari yaitu keaslian, keunikan (alami ataupun buatan), langkah konservasi yang tertata baik, ketersediaan informasi yang memadai sebelum perjalanan dimulai, aksesibilitas dan sarana komunikasi yang baik, serta kesiapan sumber daya manusia.

Untuk mereduksi dan meniadakan dampak negatif yang mungkin timbul sebagai akibat dari pengembangan wisata bahari, menurut Prasiasa dan Hermawan, kebijakan pengembangan wisata bahari perlu memperhatikan hal-hal berikut:

1. Pengembangan wisata bahari harus mengikuti kaedah-kaedah pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan.
2. Pengembangan wisata bahari harus diarahkan pada pola pengembangan ekowisata atau wisata ramah lingkungan yang mengupayakan pemanfaatan lingkungan alam bahari sekaligus juga menyelamatkan lingkungan alam bahari tersebut.
3. Pengembangan wisata bahari harus ditunjukkan pada upaya peningkatan pemerataan kesempatan, pendapatan, peran serta tanggungjawab masyarakat setempat yang terpadu dengan pemerintah dan dunia usaha.

Prasiasa dan Hermawan menambahkan bahwa dalam mengembangkan wisata bahari ada dua kriteria yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Kriteria utama terdiri atas daya tarik alam laut, keamanan, kualitas lingkungan, ketersediaan *dive operator*, sertakeramah tamah penduduk.
2. Kriteria tambahan terdiri atas keterampilan SDM pendukung wisata bahari, daya tarik alam pesisir, ketersediaan akomodasi dan restoran, sarana perbankan termasuk *currency exchange*, kepemilikan akomodasi dan restoran oleh masyarakat lokal, aksesibilitas, ketersediaan transportasi darat, media komunikasi (telepon, internet dan pos), daya tarik sosial budaya masyarakat pesisir, ketersediaan transportasi udara, dan dukungan iklim.

Pariwisata dikembangkan sesuai dengan sumber daya wisata yang dimiliki suatu daerah. Unsur-unsur pokok pariwisata harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata yang menyangkut pelaksanaan pembangunan dan pengembangan pariwisata. Kota Pariaman memiliki pariwisata jenis wisata bahari dengan keindahan laut dan pulau nya. Bentuk pengembangan wisata bahari Kota Pariaman dilihat dari berbagai aspek adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan Destinasi

Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan. Pengembangan destinasi dilakukan berdasarkan potensi wisata yang dimiliki suatu daerah. Kota Pariaman memiliki potensi daya tarik wisata pantai dan pulau yang pengembangannya dilihat dari pembangunan objek wisata dan pengembangan sarana dan prasarana wisata untuk memberikan kepuasan terhadap pengunjung. Pelaksanaan pembangunan pariwisata daerah dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan. Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Pariwisata dibangun berdasarkan RIPPDP Kabupaten/Kota.

## 2. Pemasaran Pariwisata

Pemasaran atau promosi wisata dilakukan guna menarik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri dengan melakukan strategi pemasaran yang baik dan benar. Strategi pemasaran khususnya dalam bidang pariwisata sangat perlu untuk dilakukan mengingat banyaknya pesaing yang ada. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan dan dinilai sangat ampuh untuk dilakukan yaitu promosi. Dalam kegiatan promosi seperti pemasangan iklan dan promosi penjualan, suatu badan usaha dapat memperbesar daya tarik produknya kepada wisatawan.

Dengan adanya strategi pemasaran maka para wisatawan akan tahu wisata baru apa yang sedang muncul dan populer. Selain itu, dengan strategi pemasaran yang benar, tempat wisata yang dipromosikan akan berkembang lebih baik dan lebih ramai lagi. Strategi ini membantu para wisatawan untuk mengetahui informasi detail tentang suatu tempat wisata.

Terlepas dari beberapa hal di atas, strategi pemasaran bidang pariwisata membuat tempat wisata memiliki pengawasan yang lebih efektif. Hal ini karena pengelola wisata ingin terus mengembangkan tempat wisata

sehingga pengawasan perlu ditingkatkan untuk menciptakan tempat wisata yang nyaman. Strategi pemasaran ini membuat target serta tujuan tempat wisata menjadi lebih terarah

### 3. Peningkatan Kualitas SDM

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) merupakan syarat yang harus dipenuhi industri saat melakukan transformasi, termasuk saat membangun atau mengembangkan destinasi wisata. Sumber daya manusia diakui sebagai salah satu komponen vital dalam pembangunan pariwisata. Setiap tahap dan elemen pariwisata memerlukan sumber daya manusia untuk menggerakkannya. Sumber daya manusia sangat memerlukan eksistensi pariwisata. Sebagai salah satu industri jasa, sikap dan kemampuan staff akan berdampak krusial terhadap bagaimana pelayanan pariwisata diberikan kepada wisatawan yang secara langsung akan berdampak pada kenyamanan, kepuasan dan kesan atas kegiatan wisata yang dilakukannya. Guna meningkatkan daya tarik wisata daerah maka perlu peningkatan kualitas SDM.

Adapun hasil penelitian Puspa (2018) menunjukkan bahwa peran pemerintah dalam pengembangan objek wisata bahari Kota Pariaman cukup dan belum optimal. Hal ini dapat diukur dari peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mengembangkan objek wisata bahari di Kota Pariaman untuk mencapai visi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu: *Dengan sabiduarung kita wujudkan Kota Pariaman Menjadi Daerah Tujuan Wisata Pantai dan Bahari Dengan Mempertahankan Nilai-Nilai Agama dan Budaya.* Bentuk pengembangan wisata bahari Kota Pariaman dilihat dari berbagai aspek adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengembangan Destinasi Wisata

Dalam mewujudkan Kota Pariaman menjadi daerah destinasi wisata, Pemerintah terus melakukan pembangunan sekitar objek wisata dengan tujuan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat daerah dan

peningkatan terhadap PAD. Pembangunan yang dilakukan pemerintah sebagai penunjang ekonomi masyarakat yaitu pembangunan jajanan kuliner di pantai gandong. Selain pembangunan tersebut, pemerintah Kota Pariaman juga berupaya menyediakan sarana dan prasarana pendukung untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Namun penyediaan sarana dan prasarana yang dilakukan oleh pemerintah masih belum optimal, terutama penyediaan fasilitas umum.

## 2. Pemasaran Wisata

Pemasaran wisata yang dilakukan pemerintah sudah cukup optimal, dimana pemasaran tidak hanya dilakukan dalam negeri, tetapi juga sudah sampai ke luar negeri. Wisata Kota Pariaman cukup dikenal oleh masyarakat luas dan Pulau Angso Duo termaksud kedalam iklan 17 wisata unggulan Sumatra Barat. Keunikan pesta tabuik Kota Pariaman juga mendatangkan wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Namun kendala yang dihadapi pemerintah dalam pemasaran wisata yaitu minimnya dana promosi.

## 3. Peningkatan Kualitas SDM

Kualitas masyarakat dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap pengembangan pariwisata. Masyarakat yang sopan dan ramah serta mengerti akan arti tata pesona wisata akan memberikan kepuasan tersendiri bagi setiap pengunjung yang datang. Peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan masalah yang dihadapi pemerintah saat ini, kurangnya kesadaran masyarakat terhadap tata pesona wisata memberikan pengaruh terhadap pengembangan pariwisata Kota Pariaman.

Mengingat belum optimalnya peran pemerintah dalam pengembangan objek wisata bahari Kota Pariaman, pemerintah Kota Pariaman harus segera merumuskan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) untuk dijadikan regulasi atau kebijakan. Kebijakan yang dibuat pemerintah

terhadap sektor pariwisata harus disosialisasikan secara optimal sehingga seluruh masyarakat mengetahui dan memahami kebijakan tersebut dengan baik. Hal ini bertujuan untuk menginformasikan bahwa pemerintah Kota Pariaman serius dalam mengembangkan objek wisata Kota Pariaman, juga untuk membuktikan bahwa pemerintah serius dalam mewujudkan Visi dan Misi Kota Pariaman menjadikan Kota Pariaman menjadi kota wisata, terwujudnya ekonomi kreatif yang berbasis lingkungan, budaya, dan agama, serta meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan perekonomian masyarakat.

Selain pariwisata di benahi, sebuah strategi komunikasi harus dimiliki oleh Kota Pariaman demi terwujudnya efektifitas dan efisiensi dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Di bidang Pariwisata, strategi komunikasi itu penting karena suatu daerah memiliki berbagai potensi pariwisata yang bisa dijadikan peluang dalam meningkatkan eksistensi daerah tersebut. Strategi dibidang pariwisata dapat dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yang telah di inginkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan banyak strategi komunikasi untuk meningkatkan sektor pariwisata yaitu dengan cara mengadakan event-event nasional dan internasional, serta menyediakan fasilitas seperti sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan di Kota Pariaman. Dengan menyelenggarakan beberapa event tersebut, maka secara otomatis wisata yang ada di Kota Pariaman ikut dipromosikan. Pihak dinas juga melakukan promosi menggunakan media cetak, elektronik, dan media sosial. Perbaikan sarana dan prasarana serta pembinaan terhadap pelaku wisata menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan sektor pariwisata.

Untuk meningkat Sektor Pariwisata Dinas Pariwisata juga membentuk komunitas-komunitas pariwisata seperti komunitas wartawan peduli wisata, komunitas ayo ke pariaman, serta membina masyarakat dengan membuat

kelompok-kelompok sadar wisata di desa-desa atau kelurahan. Selanjutnya juga diberlakukan program-program lain untuk mendukung peningkatan pariwisata ini, seperti pelatihan pemandu wisata dan pelatihan terhadap pelayan hotel dan rumah makan di sekitar lokasi wisata untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.

## **Bagian VII**

### **Pengembangan Wisata Bahari Pantai Gandorih Pariaman**

Banyaknya jumlah objek wisata dan jumlah wisatawan jika dihubungkan dengan umur Kota Pariaman yang masih bersifat baru yakni 13 tahun, membuat pemerintah Kota Pariaman mengalami beberapa kesulitan dan kendala dalam mengembangkan objek wisata yang ada. Hal ini telah menjadi perhatian pemerintah setempat. Dengan demikian, sejak tahun 2013 pemerintah Kota Pariaman menetapkan 2 (dua) dari sekian banyaknya objek wisata yang akan dijadikan wisata unggulan yaitu Pantai Gandorih dan Pulau Angso Duo. Pemerintah Kota Pariaman bermaksud agar lebih fokus terhadap upaya pengembangan yang dalam hal ini adalah pembangunan di bidang kepariwisataan. Salah satu faktor penyebab penetapan ke dua objek wisata ini adalah karena posisinya yang strategis, berada sekitar 10 m dari pusat Kota. Posisi ini mempermudah akses para wisatawan. Oleh karena itu, pemerintah Kota Pariaman telah memfokuskan objek wisata unggulan tersebut.

Sehubungan dengan upaya pemerintah untuk pengembangan wisata, berawal dari tahun 2010 pemerintah Kota Pariaman memulai langkahnya dengan melakukan pembangunan-pembangunan disekitar Pantai Gandorih dan Pulau Angso Duo. Tujuannya adalah pembangunan dapat meningkatkan objek wisata, sehingga akan terhindar dari rasa bosan atau kejenuhan wisatawan.

Sesuai dengan Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yang mengatakan pada pasal 8 menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata yang terdiri atas Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional, Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi, Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten/Kota,

kemudian Rencana Induk Pembangunan untuk tingkat Kabupaten/Kota yang disebut dengan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA).

### **Sekilas tentang Objek Wisata Pantai Gandorih Kota Pariaman**

Dalam RIPPDA Kota Pariaman Pantai Gandorih merupakan salah satu objek wisata pantai yang paling populer di Kota Pariaman dengan intensitas kunjungan wisatawan relative cukup tinggi baik wisatawan lokal maupun asing terutama pada even-even budaya yang hampir setiap tahun diselenggarakan di lokasi ini. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa Pantai Gandorih merupakan salah satu sumber daya wisata yang sudah berkembang dan populer di Kota Pariaman dan sekaligus icon wisata pantai Kota Pariaman.

Pantai yang terletak di Kecamatan Pariaman Tengah Kota Pariaman ini menjadi surganya wisata bahari bagi wisatawan local Provinsi Sumatera Barat. Salah satu alasan yang menjadikan pantai ini begitu diminati adalah keindahan alamnya. Panorama laut memang menjadi keunggulan utama pantai gandorih. Di lepas pantainya setidaknya terdapat gugusan 6 pulau kecil yang terlihat bagaikan penghias cakrawala yaitu, Pulau Kasiak, Pulau Angso, Pulau Tengah, Pulau Ujung, Pulau Gosong, dan Pulau Bando.

Sebagian besar pulau ini dapat disinggahi dengan waktu tempuh perjalanan sekitar 10 menit dari pusat kota. Disamping menikmati keindahan panoramanya, pantai ini juga menyajikan berbagai aktivitas rekreasi laut yang bisa menjadi pilihan saat liburan. Diantaranya renang, selancar, dan beraneka jenis olah raga pantai lainnya.

Keunggulan yang dimiliki Pantai Gandorih juga didukung oleh aksesnya yang strategis. Posisinya yang berada dipusat kota, menjadikan akses transportasi seperti angkot dan bus antar kota tidak terlalu sulit di temukan disini. Selain itu, terdapat jalur kereta yang menghubungkan langsung pantai ini dengan Kota Padang. Bahkan, posisi stasiunnya pun tepat berada di depan gerbangnya.

Pantai Gandorih memiliki ciri khas tersendiri yaitu wisatawan dapat melihat keindahan pantai yang cukup luas dari ketinggian tower (mercusuar) yang telah disediakan dan dapat menikmati kesejukan alam yang masih terjaga kelestariannya. Pantai Gandorih juga memiliki beberapa atraksi dan aktivitas-aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan seperti permainan *banana boat*, konser *live* musik, penyewaan kapal untuk kepulauan Angso Duo atau pulau Kasiak, permainan anak-anak (perosotan, lobang gua, kereta mini, dan odong-odong).

Alasan lain yang menambah daya tarik Pantai Gandorih adalah kulinernya. Berbagai jenis masakan tradisional yang disajikan kepada wisatawan begitu beragam dengan ciri khas pesisir seperti, *nasi sek*, *kapab lauk*, *sala lauk*, *raki*, dan masih banyak aneka makanan dan jajanan yang ditawarkan kepada wisatawan.

Salah satu hal yang menarik dari Pantai Gandorih yaitu asal usul pemberian nama Gandorih. Gandorih merupakan nama seorang gadis yang ada dalam cerita rakyat Minangkabau. Kisah tersebut menceritakan cerita seorang pemuda bernama Anggun Nan Tongga dan Puti Gandorih yang merupakan sepupunya sendiri.

Dikisahkan yang berlayar untuk menemukan tiga mamaknya (paman) yang tidak kunjung pulang dari perantauan. Dalam perjalanan yang melewati banyak rintangan, Nan Tongga berhasil menemukan pamannya satu per satu. Karena pengkhianatan salah seorang teman yang lebih dahulu kembali ke kampung halamannya, Puti Gandorih menyangka bahwa kekasihnya Nan Tongga telah meninggal. Dalam kesedihannya Puti pun melakukan semedi di gunung Ledang. Ketika keduanya bertemu kembali namun kisah ini cukup tragis bahwa keduanya harus menerima kenyataan bahwa mereka adalah saudara sepupu sehingga tidak boleh menikah. Nan Tongga dalam cerita rakyat tersebut dikemudian hari dijadikan nama sebuah hotel di tepi Pantai Pariman yang merupakan hotel tertua di kota Pariaman. Keberadaan hotel ini

menjadi inspirasi nama pantai oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Padang Pariaman saat itu. Untuk penamaan pantai awalnya ada tiga opsi penamaan yaitu, Piaman Indah, Angso Duo, dan Gandoriah. Dari ketiga opsi tersebut nama Gandoriah lah yang dipilih dan diresmikan sebagai nama pantai pariaman pada masa pemerintahan Bupati Zainal Bakar (1990-1994).

Pada umumnya wisatawan yang datang sebagian besar merupakan wisatawan loka/wisatawan nusantara. Adapun puncak dari kunjungan wisatawan ke kawasan Pantai Gandoriah, tepatnya pada pelaksanaan even wisata Kota Pariaman yang merupakan kalender tahunan yaitu pesta rakyat/upacara tabuik yang dilaksanakan pada hari menjelang Bulan Suci Ramandhan.

### **Potensi dan Masalah Objek Wisata Pantai Gandoriah Pariaman**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Khairiah et al. (2017), potensi yang terdapat pada objek wisata Pantai Gandoriah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki daya tarik alam seperti keindahan alam dan terdapatnya pulau angso duo yang bisa dikunjungi oleh wisatawan menggunakan perahu yang disediakan.
- b. Memiliki event-event tertentu seperti Festival Pesisir, Pesta Pantai, Pesta Tabuik, Triathlon Of Road, Pergelaran Seni Budaya, sedangkan Tour De Singkarak.
- c. Adanya daya tarik buatan seperti berselancar, banana boat donat boat dan arena bermain.
- d. Tersedia kios makan/warung makan dan café dengan kondisi baik.
- e. Tersedia area bermain dengan kondisi baik.
- f. Tersedia panggung hiburan dengan kondisi baik.
- g. Tersedia wc umum dan kamar bilas.
- h. Tersedia sarana peribadatan dengan kondisi baik.
- i. Tersedia parkir dengan kondisi baik.

- j. Tersedia pintu gerbang dengan kondisi baik.
- k. Tersedia air bersih.

Selanjutnya, masalah yang terdapat pada objek wisata Pantai Gandorah adalah sebagai berikut:

- a. Belum mencukupi sarana permainan kegiatan wisata laut seperti selancar, banana boat, dan donat boat.
- b. Kondisi wc umum/kamar bilas masih terdapat kerusakan.
- c. Tidak memiliki tempat sampah (kontainer), masih terdapat tumpukan sampah pada titik tertentu.
- d. Tidak tersedia toko souvenir.

### **Arahan Pengembangan Objek Wisata Pantai Gandorah Pariaman**

Menurut Khairiah et al. (2017), arahan pengembangan objek wisata Pantai Gandorah Pariaman sebaiknya mencakup hal-hal berikut:

- a. Penambahan keberagaman atraksi wisata yang dapat digunakan oleh wisatawan.
- b. Peningkatan kegiatan event-event yang ada pada Objek Wisata Pantai Gandorah.
- c. Penambahan penyediaan sarana permainan seperti selancar banana boat dan donat boat dengan pendanaan yang dibantu oleh pemerintah yang akan dikelola langsung oleh masyarakat setempat.
- d. Peningkatan dan pemeliharaan sarana prasarana seperti kios makan/warung makan dan cafe.
- e. Perbaikan dan pemeliharaan Wc umum/kamar ganti.
- f. Peningkatan dan pemeliharaan sarana prasarana seperti area bermain, panggung hiburan, peribadatan, dan area parkir.
- g. Pengadaan tempat sampah pada titik tertentu.
- h. Pengadaan toko souvenir.

- i. Mengatur lokasi pedagang kaki lima yang sudah ada agar pengunjung dapat mengunjungi satu tempat sebagai pusat souvenir atau cendramata khususnya Kota Pariaman.

### **Peran Pemerintah dalam Pengembangan Wisata Bahari Pantai Gandorih Pariaman**

Pengembangan dan pengelolaan Pantai Gandorih dilakukan oleh pemerintah Kota Pariaman melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan menbenahi infrastruktur penunjang pariwisata serta membangun dan membenahi fasilitas lainnya. Dalam melaksanakan pengembangan dan pembangunan objek wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman bekerja sama dengan baik dengan Dinas Lingkungan Hidup Kota Pariaman (DLH), Dinas Perhubungan Kota Pariaman, Satpol PP, pengawas pantai, dan jajaran kepolisian Kota Pariaman.<sup>5</sup> Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman telah melakukan beberapa pengembangan pembangunan untuk pantai Gandorih dari tahun 2007-2017 dapat dilihat di tabel dibawah ini:

**Tabel 7.1.**

#### **Output Kinerja Dinas Pariwisata Pariaman dalam mengelola objek wisata Pantai Gandorih Pariaman**

<b>Nb</b>	<b>Tahun</b>	<b>Pembangunan</b>
1	2007	Renovasi taman Pantai Gandorih
2	2008	Pembuatan lampu taman dikawasan muaro
3	2009	Renovasi WC umum
4	2010	Penambahan fasilitas umum seperti wc, parkir dan taman bermain anak-anak
5	2011	Renovasi pentas atau panggung Gandorih
6	2012	Pembuatan pugasera untuk pedagang disekitar Pantai Gandorih
7	2013	Pembuatan taman Anas Malik
8	2014	Pembuatan lampu taman dan renovasi lampu taman sepanjang pantai
9	2015	Pembuatan dermaga muaro dan loket karcis ke pulau
10	2016	Pembuatan jembatan Gandorih di muaro
11	2017	Pembuatan tugu Asean Youth Park

*Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman 2018*

Permasalahan-permasalahan yang ditemukan di dalam organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman yaitu masih kurangnya SDM yang ada, kurang pengawasan dan perawatan fasilitas umum seperti bangunan tempat berjualan, lampu jalan di sepanjang pantai banyak yang mati atau rusak, masyarakat yang berjualan tidak mengikuti prosedur yang telah dibuat dinas untuk berjualan ditempat yang telah disediakan, serta masih banyak target yang belum tercapai oleh Dinas Pariwisata. Selain itu, kurang lancarnya proses pengurusan izin yang berhubungan dengan kegiatan pariwisata seperti pengurusan event-event promosi dan pengurusan surat izin berjualan untuk para pedagang pantai juga menjadi kendala dalam pengembangan wisata Pantai Gandorih Pariaman.

Walaupun pantai Gandorih Pariaman ini sudah diatur oleh instansi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, tetapi pengelolaan pantai hingga saat ini masih belum tertata dengan baik. Hal ini bisa dilihat dari kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola, fasilitas rekreasi yang masih belum memadai, atau atraksi wisata hanya disediakan pada saat akhir pekan dan musim liburan saja, serta di bagian kawasan pantai masih terdapat sampah yang berserakan walaupun sudah disediakan tong sampah. Namun semenjak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata benar-benar mengambil alih pengelolaan objek wisata Pantai Gandorih Pariaman, terlihat perkembangan kunjungan wisatawan dari tahun 2007-2017 yang terus meningkat setiap tahunnya, seperti pada tabel di bawah ini:

**Tabel 7.2.**

**Perkembangan Kunjungan Wisatawan ke Pantai Gandorih Pariaman**

No	Tahun	Wisatawan		
		Domestik	Mancanegara	Jumlah
1	2007	508.025	44	508.069
2	2008	580.665	71	580.736

3	2009	609.669	75	609.744
4	2010	640.184	79	640.263
5	2011	705.500	81	705.581
6	2012	750.200	121	750.221
7	2013	791.624	34	791.658
8	2014	1.233.668	73	1.233.741
9	2015	2.674.523	1.164	2.675.669
10	2016	2.907.194	628	2.907.822
11	2017	3.009.310	690	3.100.000

*Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman 2018*

Berdasarkan data yang telah dijabarkan dapat dilihat rata-rata perkembangan wisatawan domestik dan mancanegara tiap tahunnya meningkat dengan jumlah kunjungan tahun 2007 sebesar 508.069 dan tahun 2017 wisatawan domestik yaitu sebesar 3.009.310, dan wisatawan mancanegara tahun 2017 yaitu sebesar 3.042. Sedangkan jumlah kunjungan dari tahun 2007-2017 berjumlah 44.493.504.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dan Fatimah (2019) tentang kinerja Dinas Pariwisata Kota Pariaman dalam mengelola objek wisata Pantai Gandoriah tahun 2007-2017 menyatakan bahwa kinerja dinas pariwisata Kota Pariaman dalam mengelola objek wisata Pantai Gandoriah dapat digambarkan sebagai berikut:

#### 1. Produktivitas (Input-Output)

Dalam melaksanakan pengembangan dan pembangunan objek wisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman bekerja sama dengan berbagai pihak untuk melakukan beberapa pengembangan pembangunan terhadap objek wisata pantai Gandoriah dari tahun 2007-2017 seperti: renovasi pantai Gandoriah, pembuatan lampu taman Pantai Gandoriah, renovasi WC umum, penambahan fasilitas umum seperti wc, parkir dan taman bermain anak-anak, renovasi pentas atau panggung Gandoriah, pembuatan pugasera untuk pedagang disekitar Pantai Gandoriah, pembuatan taman Anas Malik, pembuatan lampu taman dan renovasi lampu taman sepanjang pantai, pembuatan dermaga muaro dan loket

karcis ke pulau, pembuatan jembatan Gandorih di muaro, serta pembuatan tugu Asean Youth Park. Dari sekian banyak pembangunan yang telah dilakukan ada satu bangunan yang tidak berfungsi sebagai mana mestinya, yaitu pembangunan pugasera yang seharusnya digunakan untuk berjualan oleh masyarakat sekitar Pantai Gandorih, tetapi tempatnya tidak digunakan karena lokasinya yang agak jauh dari pantai membuat masyarakat yang berjualan menjadi tidak ingin menepati tempat tersebut.

## 2. Kualitas Layanan

Dalam melaksanakan pengembangan dan pembangunan objek wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman kekurangan SDM dalam mengelola objek wisata Pantai Gandorih. Dalam hal mengatasi kekurangan SDM tersebut, kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mengangkat beberapa pegawai kontrak untuk membantu kinerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman dalam mengelola objek wisata Pantai Gandorih dilingkungan Dinas Pariwisata, seperti dilapangan petugas yang distribusikan di kawasan wisataada yang di angkat dari masyarakat sekitar beberapa orang, atau disebut dengan pegawai honor yang digaji oleh APBD sesuai dengan persetujuan Wali Kota.

## 3. Responsivitas

Dilihat dari prosedur dan keinginan masyarakat yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman, seperti pembangunan saran dan prasarana di sekitar Objek Wisata Pantai Gandorih berupa toilet umum, mushola, parkir, tempat berjualan, dan tempat peristirahatan bagi wisatawan yang berkunjung ke kawasan Objek Wisata Pantai Gandorih, mendapat respon yang sangat baik dari masyarakat dan sesuai dengan prosedur yang telah disepakati oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman. Namun, dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa ada sebagian masyarakat yang berlokasi di sekitar Pantai Gandorih yang tidak

mematuhi peraturan untuk tidak berjualan di sekitar pantai yang telah di buat oleh Dinas Pariwisata.

#### 4. Responsibilitas

Dilihat dari tanggung jawab dan administrasi pelayanan yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman, ternyata masih banyak kesulitan yang dialami oleh sebagian pihak dalam mendapatkan surat persetujuan untuk mengadakan suatu acara seperti event-event promosi, dan pengurusan surat izin berjualan untuk para pedagang pantai.

#### 5. Akuntabilitas

Dilihat dari ukuran target yang ingin dicapai, seperti rencana strategis (RENSTRA) dan rencana kinerja dinas (RENJA) Dinas Pariwisata Kota Pariaman, sejauh ini target yang telah di buat oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman telah terpenuhi dengan baik, terbukti dengan suksesnya pembangun disekitar kawasan Objek Wisata Pantai Gandorah Kota Pariaman.

Dinas Pariwisata Kota Pariaman mulai mengelola dan mengatur kawasan objek wisata yang ada di Kota Pariaman setelah dikeluarkannya UU Otonomi Daerah. Selain mengelola kawasan wisata pantai yang menjadi unggulan di Kota Pariaman, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman juga mengelola berbagai objek wisata yang ada di Kota Pariaman.

Dalam melakukan kinerja, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan akan bekerjasama dengan antar sesama pegawai Dinas Pariwisata, Walikota Pariaman, PU, BPBD, dan pihak keamanan lainnya. Struktur organisasi yang ada di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman terdiri dari: kepala dinas, sekretaris dan subbagian bidang-bidang lainnya.

Secara keseluruhan kinerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan digolongkan cukup baik, karena semua pegawai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman melakukan tugasnya sesuai dengan apa yang tercantum di dalam Tupoksi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman.

## **Bagian VIII**

# **Pemasaran Wisata Bahari Pantai Gandorih Pariaman**

Dengan berkembangnya kepariwisataan Indonesia, maka objek pariwisata yang terdapat di daerah-daerah yang memiliki potensi pariwisata yang baik dapat dijadikan andalan atau penyumbang paling tinggi untuk peningkatan perekonomian masyarakat suatu daerah. Hal ini sesuai dengan GBHN 1993, antara lain:

1. Pembangunan kepariwisataan diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggalakan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait, sehingga lapangan kerja, pendapatan masyarakat, daerah dan Negara serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan potensi kepariwisataan nasional.
2. Dalam pembangunan kepariwisataan harus dijaga tetap terpeliharanya kepribadian serta kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup kepariwisataan perlu di tata secara menyeluruh dan terpadu dengan melibatkan sektor yang terkait dalam suatu keutuhan usaha kepariwisataan yang saling menjangka dan saling menguntungkan, baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Pengembangan pariwisata nusantara dilakukan sejalan dengan upaya memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa serta menanamkan jiwa semangat dan nilai-nilai luhur bangsa dalam rangka lebih memperkokoh persatuan dan kesatuan nasional, terutama dalam bentuk penggalakan pariwisata remaja dan pemuda dengan lebih meningkatkan kemudahan dalam memperoleh pelayanan kepariwisataan. Daya tarik sebagai negara tujuan wisata mancanegara perlu ditingkatkan melalui upaya pemeliharaan benda dan khasanah bersejarah yang

menggambarkan ketinggian budaya dan kebesaran bangsa serta didukung dengan promosi memikat.

3. Upaya pengembangan objek dan daya tarik wisata serta kegiatan promosi dan pemasarannya, baik didalam maupun diluar negeri terus ditingkatkan secara terencana, terarah, terpadu, dan efektif. Antara lain dengan memanfaatkan secara optimal kerjasama kepariwisataan regional dan global guna meningkatkan hubungan antar bangsa. Adapun dalam pengembangannya Pemerintah Kota Pariaman melakukan promosi yaitu dengan cara melalui media massa seperti, internet, surat kabar, majalah, televisi maupun radio. Agar pariwisata yang ada di Kota Pariaman mempunyai kekuatan yang sinergik karena keterkaitan yang erat sekali dengan sektor lainnya. Dan menjadi tumpuan pariwisata sebagai kekuatan daya saing negara sumber daya yang terolah.

### **Ketersediaan Fasilitas Wisata Bahari Pantai Gandorih Pariaman**

Setiap wisatawan yang datang ke suatu obyek wisata tentunya ingin menikmati fasilitas wisata yang berkualitas baik agar wisatawan tersebut merasa senang dan nyaman saat menggunakannya, sebaliknya jika fasilitas tersebut kualitasnya buruk maka wisatawan akan merasa kecewa dan merasa tidak terpenuhi kebutuhannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2004: 42) yang mengemukakan bahwa: "Kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan pada pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan, berkesinambungan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan baik sejak awal maupun setiap saat, melakukan segala sesuatu dengan benar sejak awal dan sesuatu dilakukan untuk membahagiakan pelanggan".

Pengelola Obyek Wisata Pantai Gandorih juga harus mengetahui apa yang diinginkan oleh wisatawan saat ini dengan memberikan yang terbaik kepada wisatawan melalui fasilitas-fasilitas wisata yang berkualitas, sehingga apa yang diinginkan wisatawan lebih dari apa yang diharapkan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rita (2015) mengenai kualitas fasilitas wisata bahari Pantai Gandorih Pariaman menunjukkan hal sebagai berikut:

#### 1. Fasilitas transportasi

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan penumpang saat menggunakan kereta api wisata adalah dengan menyediakan fasilitas AC, toilet, dan sistem penomoran pada tiket sesuai dengan nomor bangku agar penumpang dapat duduk dengan tertib. Sedangkan untuk jasa angkutan umum belum ada upaya yang dilakukan karena belum dijadikan jasa angkutan wisata.

Mengenai waktu keberangkatan fasilitas transportasi menuju Obyek Wisata Pantai Gandorih, standar waktu yang dibutuhkan kereta api wisata kurang lebih satu setengah jam dari Kota Padang menuju Obyek Wisata Pantai Gandorih, Sedangkan jasa angkutan umum standar waktunya tidak bisa ditetapkan karena apabila penumpang sudah penuh, jasa angkutan tersebut baru berangkat. Standar biaya perjalanan jasa kereta api wisata Rp. 4000, Sedangkan jasa angkutan umum belum ada penetapan standar biaya perjalanannya.

Berdasarkan hasil rekapitulasi data penilaian wisatawan mengenai fasilitas transportasi berada pada kategori cukup baik dan kurang baik dengan rentang skor 14 - < 17 dari 13 responden dan interpretasi 26%.

#### 2. Fasilitas akomodasi

Bentuk fasilitas akomodasi di Pantai Gandorih adalah hotel, yang menyediakan fasilitas kamar, restoran, dan ruang rapat. Tetapi akomodasi tersebut tidak mudah ditemukan dan untuk tanda pengenal dari hotel ini kurang jelas karena warnanya sudah sedikit memudar. Fungsi fasilitas akomodasi adalah sebagai tempat penginapan sementara bagi pengunjung yang melakukan perjalanan wisata maupun melakukan bisnis.

Fasilitas yang disediakan pada akomodasi ini ada yang masih berfungsi dengan baik dan ada yang dalam proses perbaikan.

Lokasi fasilitas akomodasi ini terbilang strategis karena lokasinya yang sangat dekat dengan Obyek Wisata Pantai Gandorih. Petunjuk arah penginapan ini sudah ada yang dipasang, tetapi hanya di beberapa tempat saja dan kondisinya kurang baik. Sedangkan mutu fasilitas akomodasi ini bagus, baik dari segi kondisi fisik bangunan maupun kebersihan lingkungannya.

Berdasarkan hasil rekapitulasi data penilaian wisatawan mengenai fasilitas akomodasi berada pada kategori baik dengan rentang skor 25 - < 29 dari 23 orang dan interpretasi 46%.

### 3. Fasilitas makan dan minum

Fasilitas makan dan minum yang terdapat di Pantai Gandorih tidak terpusat dan bangunan yang sudah disediakan tidak digunakan dengan baik oleh pedagang. Sedangkan, aksesibilitas fasilitas makan dan minum ini sangat mudah ditemukan oleh wisatawan karena lokasinya yang strategis di pinggir jalan Pantai Gandorih. Hanya saja kondisi jalan menuju fasilitas tersebut sedikit rusak karena belum ada perbaikan. Lingkungan fasilitas makan dan minum ini sudah terjaga kebersihannya, karena fasilitas tersebut dibersihkan oleh pedagang setiap pagi. Sedangkan pengolahan makanannya dilakukan di luar ruangan agar wisatawan dapat melihat langsung kebersihan dari makanan yang akan diolah. Berdasarkan hasil rekapitulasi data penilaian wisatawan mengenai fasilitas makan dan minum berada pada kategori cukup baik dan kurang baik dengan rentang skor 20 - < 25 dari 14 responden dan interpretasi 28%.

### 4. Obyek dan atraksi wisata

Sumber daya alam yang terdapat di Pantai Gandorih meliputi pemandangan pulau, pemandangan laut, tanaman pohon, dan keindahan

pasir Pantai Gandoriah. Namun, pada pasir pantai masih terdapat beberapa sampah yang berserakan seperti sampah plastik dan daun kering. Selain itu terdapat sumber daya budaya di Pantai Gandoriah, yaitu sejarah patung tabuk dan hiburan musik adat. Jika dilihat dari kualitas sumber daya budaya yang terdapat di Pantai Gandoriah dapat dikategorikan baik yang dilihat dari segi sejarah patung tabuk maupun hiburan musik adat. Hanya saja untuk papan informasi sejarah tabuk belum dipasang karena masih dalam proses pembuatan.

Fasilitas rekreasi yang tersedia di Pantai Gandoriah meliputi permainan anak-anak, mercusuar (*tower*), dan pentas seni. Mengenai kualitas fasilitas rekreasi, dikategorikan kurang baik karena masih ada beberapa fasilitas yang kondisinya belum maksimal seperti permainan anak-anak dan mercusuar (*tower*). *Event* (acara) yang dilaksanakan di Pantai Gandoriah meliputi Festival Pesisir, Pesta Pantai, Pesta Tabuk Piaman, *Tour De Singkarak*, *Triathlon*, *Of Road*, Pagelaran Seni Budaya, dan acara tersebut dilakukan sesuai kalender *event* yang telah ditetapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman.

Berdasarkan hasil rekapitulasi data penilaian wisatawan mengenai obyek dan atraksi wisata berada pada rentang skor 66 - < 78 dengan kategori baik dan jumlah responden 15 orang dengan interspretasi 30%.

#### 5. Fasilitas perbelanjaan

Bentuk fasilitas perbelanjaan di obyek wisata Pantai Gandoriah yaitu berupa bangunan toko. Tetapi bangunan tersebut tidak bisa digunakan lagi sehingga fasilitas tersebut dibuka dengan cara membuka lapak. Toko perbelanjaan tidak berfungsi dengan baik karena belum ada perbaikan pada toko tersebut.

Lokasi fasilitas perbelanjaan ini sangat strategis, karena lokasinya berada di tepi jalan pantai gandoriah. Sedangkan mutu bangunan fasilitas perbelanjaan ini tidak baik, dan butuh perbaikan pada toko tersebut.

Berdasarkan hasil rekapitulasi penilaian wisatawan mengenai fasilitas perbelanjaan berada pada rentang skor 18 - < 22 kategori cukup baik dengan jumlah responden 21 orang dan interpretasi 42%.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rita (2015) ini terlihat bahwa kualitas fasilitas objek wisata Pantai Gandorih Pariaman berada pada kategori cukup baik, dengan rentang skor 126 - < 154. Fasilitas wisata yang baik harus memenuhi syarat dari kualitas fasilitas itu sendiri seperti yang telah dijabarkan oleh Tjiptono (2004: 42) bahwa: "Kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan pada pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan, berkesinambungan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan baik sejak awal maupun setiap saat, melakukan segala sesuatu dengan benar sejak awal dan sesuatu dilakukan untuk membahagiakan pelanggan".

Teori tersebut di atas menunjukkan bahwa fasilitas wisata sangat berperan penting dalam kelancaran aktivitas wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Gandorih Kota Pariaman, dengan memberikan fasilitas wisata yang berkualitas. Dalam hal ini bisa kita lihat bahwa tinjauan kualitas fasilitas wisata di Pantai Gandorih belum mencapai maksimal.

Oleh karena itu, pengelola objek wisata Pantai Gandorih harus memperhatikan dan lebih meningkatkan kualitas fasilitas wisata agar dapat mencapai kategori baik dan sangat baik. Pihak Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pariaman khususnya bidang sarana dan prasarana disarankan untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas dari fasilitas wisata di Pantai Gandorih. Bekerja sama dengan pengelola fasilitas wisata seperti pedagang dan pihak-pihak yang terkait. Membantu pengelola fasilitas wisata dalam memperbaiki dan merawat fasilitas wisata yang kurang baik, serta mendatangkan dan memberi kesempatan kepada investor untuk ikut serta dalam pembangunan fasilitas wisata di Pantai

Gandoriah akan sangat membantu dalam pengembangan objek wisata. Selain itu, membangun tempat pusat informasi tepat di depan pintu gerbang masuk Pantai Gandoriah agar wisatawan tidak kesulitan dalam mendapatkan informasi juga sangat penting untuk dilakukan.

Fasilitas wisata yang baik harus memenuhi syarat dari kualitas fasilitas itu sendiri seperti yang telah dijabarkan oleh Tjiptono (2004: 42) yang menyatakan bahwa: "Kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan pada pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan, berkesinambungan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan baik sejak awal maupun setiap saat, melakukan segala sesuatu dengan benar sejak awal dan sesuatu dilakukan untuk membahagiakan pelanggan".

Teori tersebut di atas menunjukkan bahwa fasilitas wisata sangat berperan penting dalam kelancaran aktivitas wisatawan yang berkunjung ke Obyek Wisata Pantai Gandoriah Kota Pariaman, dengan memberikan fasilitas wisata yang berkualitas. Dalam hal ini bisa kita lihat bahwa tinjauan kualitas fasilitas wisata di Pantai Gandoriah belum mencapai maksimal. Oleh karena itu, pengelola harus memperhatikan dan lebih meningkatkan kualitas fasilitas wisata agar dapat mencapai kategori baik dan sangat baik.

Pihak Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pariaman khususnya bidang sarana dan prasarana disarankan untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas dari fasilitas wisata di Pantai Gandoriah. Bekerja sama dengan pengelola fasilitas wisata seperti pedagang dan pihak-pihak yang terkait. Membantu pengelola fasilitas wisata dalam memperbaiki dan merawat fasilitas wisata yang kurang baik, dengan dilakukan pemeriksaan ke lapangan (Pantai Gandoriah) 3 kali dalam seminggu. Mendatangkan dan memberi kesempatan kepada investor untuk ikut serta dalam pembangunan fasilitas wisata di Pantai Gandoriah. Membangun tempat

pusat informasi tepat di depan pintu gerbang masuk Pantai Gandorih, agar wisatawan tidak kesulitan dalam mendapatkan informasi.

### **Kegiatan Promosi Wisata Bahari Pantai Gandorih Pariaman**

Salah satu upaya agar pariwisata di berbagai daerah di Indonesia semakin meningkat dan diminati oleh para wisatawan lokal maupun asing adalah dengan cara melakukan promosi. Upaya kegiatan mempromosikan tempat kunjungan wisata di daerah tidak semudah dengan kegiatan serupa yang dilakukan untuk produk-produk perusahaan. Disamping karakternya yang berbeda, tempat wisata perlu dijual dengan memanfaatkan kegiatan atau aktivitas Humas Pemerintah.

Promosi tempat tujuan wisata sangat diperlukan oleh daerah-daerah yang memiliki banyak potensi di tanah air. Tentunya upaya kegiatan ini menjadi sangat penting dalam kerangka penyelenggaraan otonomi daerah di Indonesia sampai kepada Pemerintahan Daerah Tingkat II. Promosi tempat wisata yang dirancang dengan baik akan memberikan tambahan penerimaan asli daerah, dan mendorong proses multiplier perkembangan ekonomi lokalitas di sekitar daerah tujuan wisata.

Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang otonomi daerah memberikan kesempatan bagi berkembangnya daerah-daerah baru yang ada di wilayah Indonesia. Otonomi daerah di Indonesia adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Hal ini akan memberikan kebebasan kepada pemerintah daerah untuk bisa mengelola dan mengembangkan segala potensi yang ada di daerah tersebut. Pemerintah daerah juga dapat mempromosikan potensi wisata yang dimiliki di daerahnya kepada masyarakat dengan cara dan strategi yang dibuat oleh pemerintah daerah mereka masing-masing. Berkaitan dengan pengelolaan dan pengembangan, dan promosi pariwisata daerah tersebut, tentunya diperlukan pola komunikasi pemerintah dalam

menginformasikan segala bentuk sumber daya dan potensi yang ada di daerah tersebut.

Di dalam mengelola dan mengembangkan potensi wisata yang ada di daerahnya, masing-masing pemerintah daerah tentu saja harus bisa menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat. Daerah pariwisata sangat erat kaitannya dengan masyarakat lokal yang tinggal di daerah-daerah yang dianggap bisa mendatangkan keuntungan untuk perekonomian daerah. Untuk itu, pemerintah harus bisa meyakinkan masyarakat bahwa dengan mengelola dan mengembangkan daerah wisata itu bersama-sama. Tanpa adanya komunikasi yang baik dengan masyarakat, pemerintah tentu akan sulit untuk mengembangkan program-program yang mereka buat, sehingga akan muncul benturan-benturan yang disebabkan oleh gagalnya komunikasi.

Pemerintah daerah merupakan tumpuan utama dalam mempromosikan potensi pariwisata daerahnya tersebut. Selain untuk memperkenalkan dan mempromosikan wisata daerahnya ke publik, pemerintah masing-masing daerah harus bisa memiliki strategi untuk bersaing dengan daerah-daerah lain yang menjual daerah wisatanya. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa peran serta masyarakat (swasta) dapat pula dijadikan unsur pendorong kemajuan wisata di suatu daerah karena merupakan suatu kemustahilan apabila hanya ditumpukan kepada pemerintah saja.

Berkaitan dengan mempromosikan potensi daerah tentunya akan sangat berhubungan dengan aktivitas dari bagian Humas pemerintah yang ada di daerah tersebut dalam menjalankan peran Humas. Salah satu tugas dari Humas pemerintah yaitu berupaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerjanya dan mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya dalam pelaksanaan program pembangunan di berbagai bidang, serta menjaga stabilitas dan keamanan

nasional (Ruslan, 2005). Humas pemerintah harus bisa memberikan penerangan kepada masyarakat tentang program-program yang dibuat oleh pemerintah di sektor wisata yang erat kaitannya dengan masyarakat, terkhusus masyarakat yang tinggal di daerah wisata. Humas pemerintah juga harus bisa meyakinkan masyarakat dan mengajak mereka ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan program wisata yang dicanangkan oleh pemerintah.

Aplikasi kongkrit dalam pelaksanaan humas pemerintahan tersebut dilaksanakan oleh Humas Pemerintah Kota Pariaman Sumatera Barat yang merupakan yang salah satu daerah di Indonesia yang menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu andalan untuk menunjang pendapatan daerah. Humas Pariaman menilai situasi yang selama ini terjadi di sektor pariwisata belum berjalan dengan apa yang diharapkan oleh Pemerintah Kota Pariaman. Walaupun jika dilihat dari jumlah wisatawan yang selalu meningkat dari tahun ke tahun, Humas Pariaman menganggap masih perlu peningkatan lagi, terutama untuk wisatawan asing (mancanegara).

Sebagai sektor yang sangat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata belum bisa meningkatkan promosi pariwisata mereka hingga didengar oleh wisatawan-wisatawan dari luar daerah Sumatera Barat, hingga wisatawan asing. Hingga sekarang, pengunjung tempat-tempat wisata di Kota Pariaman masih didominasi oleh wisatawan lokal yang berada di Sumatera Barat hingga masyarakat sekitar Pariaman itu sendiri.

Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman, jumlah pengunjung domestik masih lebih banyak apabila dibandingkan dengan pengunjung mancanegara. Hal tersebut mendorong peran serta humas Kota Pariaman dalam mempromosikan sektor wisata yang ada di kota Pariaman sehingga dikenal bukan hanya oleh masyarakat lokal pariaman semata. Langkah yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Pariaman untuk melakukan kegiatan promosi adalah sebagai berikut:

1. Lomba desain rancangan busana aplikasi kerajinan khas kota Pariaman(diliput oleh semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik, dan radio).
2. Festival jaring tingkat sekolah(diliput oleh media cetak , online, radio, dan majalah tabuik).
3. Pariaman fashion parade (diliput oleh semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik, dan radio).
4. Festival pesona gandoriah (diliput oleh semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik, dan radio).
5. Pesta pantaidiliput oleh semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik, dan radio).
6. Gebyar Hud Kota(diliput oleh semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik, dan radio).
7. Turnamen sepak bola antar Club (diliput oleh media cetak , online, radio, dan majalah tabuik).
8. Pariaman Expo (diliput semua media cetak, media tv lokal, majalah tabuik, dan radio).
9. Pariaman Internasional Triatlon (diliput semua media cetak, media tv lokal dan nasional, majalah tabuik, dan radio)

Peran dan tugas tersebut di atas tentunya merupakan peran dan tugas dari Humas Pemerintah Kota Pariaman yang merupakan alat untuk mempromosikan objek wisata yang ada di Pariaman kepada masyarakat Indonesia dan masyarakat dunia. Pemanfaatan media cetak, televisi, radio, dan media online sebagai media promosi kota Pariaman yang berisikan objek-objek wisata yang ada di Pariaman telah dilakukan guna mendukung terciptanya Kota Pariaman yang dikenal oleh masyarakat Indonesia dan dunia. Sebagaimana diketahui, media bisa menjadi alat promosi yang sangat efisien untuk mempromosikan objek-objek pariwisata yang ada di Kota Pariaman,namun hal tersebut menuntut pemerintahan Kota Pariaman untuk

menyiapkan diri dari segi infrastruktur di berbagai bidang dalam menunjang majunya sektor pariwisata di Kota Pariaman.

Aspek lain yang harus dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Pariaman adalah menjalin komunikasi dengan masyarakat agar masyarakat menjaga daerah-daerah wisata itu agar tetap ramai pengunjung. Beberapa fenomena yang kerap terjadi di daerah wisata adalah kebiasaan pedagang yang suka tidak menyertakan harga makanan. Sehingga, pembeli tidak tahu harga yang sudah mereka makanan dan merasa dirugikan oleh pedagang. Selain itu, tarif parkir juga kerap menjadi masalah serius yang mengakibatkan wisatawan jenuh untuk datang. Apabila Pemerintah Kota Pariaman bisa menjalin komunikasi baik dengan masyarakat yang tinggal di daerah wisata, Kota Pariaman dapat menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang datang ke Sumatera Barat.

Adanya kerja sama antara dinas pariwisata, koperindag, dan pelaku usaha pariwisata di kota Pariaman dengan diadakannya sosialisasi dengan asita Sumatra Barat akan sangat membantu humas pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Pada tahun 2016, humas pemerintah pernah mengadakan acara 'celoteh lampau', yaitu acara dimana Pemerintah Daerah bersama SKPD datang ke lapau-lapau, dengan mendengarkan keluhan masyarakat, dan memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan pemerintah, kebijakan pemerintah, dan himbauan-himbauan.

Pantai Gandoriah Kota Pariaman merupakan salah satu objek wisata utama di Sumatera Barat karena Pantai Gandoriah Pariaman memiliki potensi yang besar, tidak hanya dari segi geografisnya, namun juga dari program serta kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dan partisipasi warga setempat. Salah satu kegiatan wisata yang dapat menarik kunjungan wisatawan ke Pantai Gandoriah dan didukung oleh partisipasi warga setempat, yaitu acara Pesta Tabuik yang diselenggarakan setiap tahunnya.

Selain itu, pengembangan wisata serta program promosi yang dibuat oleh pemerintah Kota Pariaman untuk mengembangkan objek wisata Pantai Gandorih yang merupakan salah satu objek wisata utama di Sumatera Barat adalah dengan melaksanakan pemilihan duta wisata setiap tahunnya. Duta wisata merupakan salah satu pihak yang dapat membantu promosi wisata Pantai Gandorih Pariaman. Hal tersebut karena duta wisata dapat mewakili daerahnya ke daerah luar, sehingga duta wisata harus memiliki ilmu dan pemahaman tentang daerahnya masing-masing.

Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pantai Gandorih, Walikota Pariaman menggelar berbagai kegiatan wisata yang rutin dilaksanakan, diantaranya pesta tabuik serta pemilihan duta wisata 'Cik Uniang dan Cik Ajo'. Walikota Pariaman meminta kepada duta wisata Kota Pariaman untuk terus mempromosikan kebudayaan dan pariwisata di daerah itu kepada masyarakat luas. Diharapkan pengembangan wisata dan pelaksanaan kegiatan pariwisata yang diiringi dengan promosi dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

# **Bagian IX**

## **Kepuasan Wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Bahari**

### **Pantai Gondariah Pariaman**

#### **Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata Menurut Happy Marpaung (2002:78) adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Objek dan daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya.

Menurut Oka A Yoeti (2010:34-35), pada dasarnya ada tiga hal yang selalu menjadi pertanyaan wisatawan kalau berkunjung ke salah satu daerah wisata, yaitu :

1. *Something to see*

Artinya pada setiap daerah tujuan wisata hendaknya selalu ada yang menarik untuk dilihat atau disaksikan, aneh, unik, dan langka yang menjadi daya tarik, mengapa wisatawan perlu datang ke daerah tujuan wisata tersebut.

2. *Something to do*

Artinya pada suatu daerah tujuan wisata itu, hendaknya selain banyak yang dapat dilihat atau disaksikan, juga banyak rekreasi yang dapat dilakukan, sehingga tidak monoton.

3. *Something to buy*

Artinya hal ini penting sekali dalam bisnis pariwisata. Wisatawan itu tidak dapat dipisahkan dari oleh-oleh, sebagai kenang-kenangan telah datang berkunjung ke daerah tujuan wisata tersebut. Karena itu, cendera mata khas daerah sudah harus disediakan, walau bentuk apapun.

Daya tarik wisata menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Menurut Suwanto (2014:19), objek dan daya tarik wisata dikelompokkan kedalam 3 jenis:

1. Objek dan daya tarik wisata alam merupakan objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan yang maha Esa, yang berwujud keadaan alam dan flora dan fauna.
2. Objek dan daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang lebih memperhatikan adat istiadat dan kebudayaan suatu daerah seperti tarian-tarian, upacara adat, dan lain-lain yang berkaitan dengan kebudayaan.
3. Objek dan daya tarik wisata minat khusus merupakan objek dan daya tarik wisata yang khusus dilakukan oleh wisatawan yang memiliki hobi, seperti wisata arung jeram, surfing.

Menurut Janiaton Damanik dan Helmut F. Weber (2006 : 11), berhasilnya suatu tempat yang menjadi daerah objek dan daya tarik wisata sangat tergantung pada tiga A, yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas.

1. Atraksi dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:
  - a. Atraksi alam meliputi pemandangan alam, pantai, gunung, sungai, dan lain-lain.
  - b. Atraksi budaya meliputi peninggalan-peninggalan bersejarah seperti candi, adat istiadat.
  - c. Atraksi buatan manusia seperti kebun raya, taman safari, festival, pameran, dan lain-lain.
2. Aksesibilitas, mencakup keseluruhan infrastruktur transportasi yang menghubungkan wisatawan dari tempat tinggalnya menuju tempat wisata dan selama wisatawan berada di daerah tujuan wisata.

3. Amenitas, yaitu tersedianya fasilitas–fasilitas seperti tempat penginapan, restoran, tempat hiburan dan lain-lain”.

### **Motivasi Wisatawan**

Motivasi wisatawan melakukan perjalanan wisata salah satunya adalah untuk mencari kegembiraan dan kesenangan. Menurut Handoko (2001:225), motivasi adalah suatu keadaan dalam pribadi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan keinginan tertentu guna mencapai tujuan. Selanjutnya, Oka A. Yoeti (2006:1) menjelaskan sebab-sebab orang melakukan perjalanan wisata, antara lain sebagai berikut:

1. Ingin melihat bangsa–bangsa lain, bagaimana tata cara hidup mereka sehari-sehari, cara mereka bekerja dan menggunakan waktu senggangnya.
2. Ingin melihat dan menyaksikan sesuatu yang istimewa, unik dan berbeda dengan yang lainnya.
3. Untuk memperoleh wawasan yang lebih luas, meningkatkan saling pengertian dan melihat apa yang terjadi di negara lain.
4. Untuk mengikuti suatu peristiwa (event) tertentu dan ingin berpartisipasi dalam event dimaksud.
5. Untuk menghilangkan kebosanan atau stres yang dialami.
6. Menggunakan kesempatan yang ada, mumpung adawaktu dan badan masih sehat.
7. Untuk mengunjungi tanah leluhur nenek moyang, orang tua dan kota tempat kita dilahirkan.
8. Untuk tujuan kesehatan, berobat, atau olahraga di tempat yang dikunjungi.
9. Ingin melihat perkembangan ekonomi dan teknologi yang dicapai suatu negara.
10. Ingin melakukan petualangan, mencari sensasi atau ingin menemukan sesuatu yang baru yang belum pernah dilakukan.

Macintos (dalam Oka A Yoeti 2010:4-6) menyatakan bahwa motivasi dikelompokkan ke dalam 4 besar, yaitu:

1. *Physiological motivations* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis)

Motivasi ini banyak hubungannya dengan hasrat untuk mengembalikan kondisi fisik (*recovery*) beristirahat, santai, berolah raga, atau memelihara kesehatan agar kegairahan bekerja timbul kembali, dan lain-lain.

2. *Cultural motivation* (motivasi budaya)

Motivasi ini erat sekali kaitannya dengan keinginan untuk melakukan perjalanan wisata agar dapat melihat dan menyaksikan hasil kebudayaan negara-negara lain, cara hidup penduduknya, hasil kebudayaannya, adat istiadatnya yang banyak berbeda dengan bangsa lainnya.

3. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial)

Motivasi ini berhubungan dengan keinginan untuk melihat tanah kelahiran, kampung nenek moyang tempat asal. Hal ini memotivasi mereka untuk mengunjungi tanah leluhurnya, kota tempat ia dilahirkan. Jadi, motivasi perjalanan wisata ini didorong adanya keinginan untuk mengunjungi saudara, kerabat, kenalan, ataupun ingin mencari teman lama.

4. *Status and Prestige Motivation* (status dan pretise)

Yaitu banyaknya orang yang melakukan perjalanan wisata untuk meningkatkan status atau pretisanya. Motivasi ini kurang rasional, karena kepergiannya sebenarnya hanya untuk memperlihatkan pada tetangga atau teman satu kantor bahwa mereka mampu untuk melakukan perjalanan wisata, jadi sifat perjalanan wisata yang dilakukan sangat emosional, dan dihubungkan dengan perjalanan bisnis, dinas, pendidikan, profesi, hobi dan lain-lain.

## **Daya Tarik dan Motivasi Kunjungan Wisatawan ke Wisata Bahari Pantai Gandorih Pariaman**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kartika et al, (2017) mengenai daya tarik wisata yang ada di Pantai Gandorih menunjukkan bahwa yang menjadi daya tarik utama adalah dari atraksi wisata alam dan budayanya. Keindahan, kebersihan dan kesejukan suasana pantai yang dikelilingi empat pulau, yaitu Pulau Kasiak, Pulau Angso Duo, Pulau Tengah dan Pulau Ujuang yang diantaranya ada salah satu pulau yang sudah banyak dikunjungi wisatawan yaitu Pulau Angso Duo. Selanjutnya, event dan kegiatan budaya yaitu atraksi budaya tabuik telah menjadi event tahunan Kota Pariaman dalam memperingati kematian hasan dan husen cucu Nabi Muhammad SAW yang akhir dari ritualnya pembuangan tabuik ke Pantai Gandorih. Daya Tarik budayanya mampu mendatangkan wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Selain event tabuik, juga ada berbagai macam event yang diadakan di Pantai Gandorih seperti event musik, budaya, dan bisnis. Wisatawan juga dapat melakukan berbagai aktifitas wisata Pantai seperti berenang, surfing, olahraga pantai, bersepeda dan membeli souvenir yang tersedia disekitar Pantai Gandorih.

Aksesibilitas menuju Pantai Gandorih Kota Pariaman juga sangat mudah dijangkau oleh berbagai macam transportasi, diantaranya kereta api, bus, mobil pribadi, sepeda motor. Informasi dan papan penunjuk tujuan wisata Pantai Gandorih sudah sangat mudah di akses. Dari Bandara Internasional Minangkabau menuju Pantai Gandorih dengan akses jalan yang sangat bagus, didukung oleh adanya penunjuk lokasi, memudahkan wisatawan menuju objek wisata Pantai Gandorih. Sarana dan Prasarana yang ada di Pantai Gandorih juga sudah memenuhi standar ideal sebuah daya tarik wisata dengan adanya akomodasi hotel yang tidak jauh dari Pantai Gandorih, serta restoran, cafe, pondok-pondok makan sekitar pantai, serta

tersedianya kamar bilas, toilet, dan mesjid yang berlokasi tidak jauh dari Pantai Gandorih dan Pulau Angso Duo.

Selain itu, hasil analisis Kartika et al, (2017) terhadap motivasi kunjungan wisatawan ke Pantai Gandorih menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian memberikan jawaban setuju (positif) dengan tingkat persentase mencapai 95%. Hasil analisis motivasi wisatawan membagi motivasi wisatawan berkunjung ke Pantai Gandorih menjadi empat jenis motivasi yaitu :

1. *Physical motivation* berupa motivasi yang banyak melakukan kegiatan dengan tujuan untuk beristirahat, rekreasi, olahraga dan menikmati keindahan Pantai Gandorih.
2. *Cultural motivation* berupa motivasi yang berhubungan dengan aktivitas budaya, dimana tujuan wisatawan ke Pantai Gandorih untuk melihat tradisi masyarakat lokal berziarah ke kuburan panjang yang ada di Pulau Angso Duo yang tidak jauh ditempuh melalui dermaga Pantai Gandorih.
3. *Interpersonal motivation* berupa motivasi yang bersifat sosial, dimana wisatawan yang datang berkunjung ke Pantai Gandorih bertujuan untuk bertemu dan berkumpul bersama teman sebaya, kerabat, saudara, dan lain-lain.
4. *Status and prestige motivation* berupa motivasi yang didorong untuk memenuhi status dan prestise. Ini menunjukkan bahwa wisatawan datang ke Pantai Gandorih karena hobi, life style, dan tujuan bisnis.

Selanjutnya, Kartika et al, (2017) menemukan bahwa besarnya pengaruh daya tarik wisata Pantai Gandorih terhadap motivasi kunjungan wisatawan di Kota Pariaman mencapai persentase sebesar 47%. Dikuatkan oleh Suwanto (2014:19) bahwa daya tarik wisata yang baik mampu menarik kunjungan wisatawan berkunjung, serta dilengkapi fasilitas dan sarana dan prasarana yang tentunya dapat menunjang aktivitas dan kelancaran serta

kenyamanan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata. Oleh sebab itu, objek dan daya tarik wisata sejatinya harus dijaga dan dikelola secara profesional sehingga dapat menambah dan menarik wisatawan untuk lebih lama lagi menikmati perjalanan wisata. Jika daya tarik ditingkatkan, maka motivasi wisatawan akan meningkat dan tentunya jumlah kunjungan wisatawan pun mengalami peningkatan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Utami (2017) menemukan gambaran kepuasan wisatawan tentang daya tarik wisata di objek wisata Pantai Gandorih Pariaman berdasarkan pengkategorian skor dan nilai rata-rata pada statistik data hasil penelitian, terlihat bahwa nilai rata-rata kepuasan wisatawan sebesar 94,41 pada rentang skor 83-103. Skor tersebut berada pada kategori cukup puas. Hal ini menunjukkan bahwa para wisatawan cukup puas dengan daya tarik wisata di objek wisata Pantai Gandorih Pariaman.

Menurut Kotler (2001), kepuasan pelanggan bergantung padaperkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak akan terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pembelian terpuaskan. Pelanggan yang merasa puas akan kembali lagi membeli produk/jasa, dan mereka akan memberitahukan kepada yang lain tentang pengalaman baik mereka atas produk/jasa yang didapat.

Menurut Suwanto (2004: 19), daya tarik wisata yang juga disebut sebagai objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Selanjutnya dijelaskan oleh Cooper (1995) dalam Liantika (2016: 17), "Daya Tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu: *Attraction* (Atraksi), *Accessibilitas* (Aksesibilitas), *Amenities* (Fasilitas), dan *Ancillary Service* (Jasa pendukung Pariwisata)".

Berdasarkan hasil penelitian Utami (2017) dan teori tersebut di atas dapat dilihat bahwa penelitian mengenai kepuasan wisatawan tentang daya tarik wisata di objek wisata Pantai Gandorih Pariaman yang ditinjau dari

indikator terpenuhinya harapan wisatawan, keinginan memakai produk/jasa kembali, dan keinginan merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain cukup memenuhi kepuasan wisatawan. Namun, pengelola objek wisata Pantai Gandorah Pariaman sebaiknya memaksimalkan lagi dan mengembangkan lagi faktor-faktor yang masih membuat wisatawan kurangpuas, terutama dari segi daya tarik wisata yang meliputi atraksi, aksesibilitas, fasilitas pariwisata, dan jasa pendukung pariwisata, agar membuat wisatawan menjadi puas bahkan sangat puas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angelevska-Najdeska, K., Rakicevic, G. (2012). Planning of sustainable tourism development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44 (2012) 210– 220.
- Damanik, J & Weber, H. F. 2006. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: Andi.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman. (2015). Pariaman dalam Angka 2015. Available online: <https://pariamankota.go.id>.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman. (2018). *Statistik 2018 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman*. Pariaman. Available online: <https://pariamankota.go.id>.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman. (2018). *Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan (RIPPAR)*. Pariaman. Available online: <https://pariamankota.go.id>
- Handoko, H. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Personalia*. Yogyakarta: UGM.
- Kartika, Titing., Indrianty, Septy., Yuliani, Sonya Putri. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Pantai Gandorih terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan di Kota Pariaman. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 2 (2017), 287-299.
- Khairiah, Hasanatul., Hastini, Lasti Yossi., Tou, Harne Julianti. (2019). Arahan Pengembangan Destinasi Pariwisata Pantai Gandorih Kelurahan Pasia Kecamatan Pariaman Tengah Kota Pariaman. *E-Jurnal Universitas Bung Hatta*, 1 (2019), 9.
- Khairunnisa, Alghaniyu. (2017). Pengaruh Perceived Attractiveness, Perceived Value yang Dimediasi oleh Satisfaction untuk Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Pantai Gandorih di Pariaman. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Andalas: Padang.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ed.8. Jil. 1. Jakarta: Erlangga
- Laos PDR. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 195 (2015) 1573 – 1582.
- Liantika, Rindani. 2016. Kepuasan Wisatawan tentang Daya Tarik Wisata di Pantai Air Manis Padang. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Pariwisata dan Perhotelan. Universitas Negeri Padang: Padang.
- Marpaung, H. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*, Bandung: Alfabeta Penerbit Gava Media.
- Muhammad, Fahreza. (2018). Cara Humas Pemerintah Kota Pariaman dalam Promosi Pariwisata Kota Pariaman. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Pascasarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Andalas: Padang.
- Pratama, Fandy Chandra. (2016). Analisis Peran Pemerintah dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Gandorih dan Pulau Angso Duo di Kota Pariaman. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Pekanbaru.

- Rita, Defi Faffua. (2015). Tinjauan Kualitas Fasilitas Wisata di Pantai Gandoriah Kota Pariaman. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Padang: Padang.
- Sutawa, G.k. (2012). Issues on Bali Tourism Development and Community Empowerment to Support Sustainable Tourism Development. *Procedia Economics and Finance*, 4 (2012) 413 – 422.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Thipsingh, S. (2015). Creating a Network of Youth in Sustainable Tourism Development in the Greater Mekong Sub-region Case study: Nakhon Phanom, Thailand and Khammouan,
- Tjiptono, Fandi. 2004. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, Nidya Lovitha., Waryono., Hijriyantomi. (2017). Kepuasan Wisatawan tentang Daya Tarik Wisata di Objek Wisata Pantai Gandoriah Pariaman. *E-Journal Home Economic and Tourism*, 2 (2017), 10-11.
- Wahyuni., Fatimah, Siti. (2019). Kinerja Dinas Pariwisata Kota Pariaman dalam Mengelola Objek Wisata Pantai Gandoriah Tahun 2007-2017. *Jurnal Kapita Selektta Geografi*, 2 (2019), 165-177.
- Yoeti, Oka A. 2010. *Dasar-dasar Pengertian Hospitality dan Pariwisata*. Bandung : PT. Alumni.
- Yoeti, Oka A. 2006. *Pariwisata Budaya: Masalah dan Solusinya*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Zulni, Afdal. (2016). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Pariaman Menggunakan Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Andalas: Padang.

## **Dokumen**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Undang-Undang No 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara Pemerintah.

Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah  
GBHN 1993 tentang Kepariwisataaan.

# GLOSSARY

## A

### **Akuntabilitas**

akuntabilitas merupakan istilah yang terkait dengan tata kelola pemerintahan, hal ini dapat digambarkan sebagai hubungan antara yang menyangkut saat sekarang ataupun masa depan, antar individu, kelompok sebagai sebuah pertanggungjawaban.

### **Aksesibilitas**

adalah derajat kemudahan dicapai oleh orang, terhadap suatu objek, pelayanan ataupun lingkungan. Dalam pengertian yang lain bahwa aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat atau kawasan.

## B

### **Barimetri**

adalah ilmu yang mempelajari kedalaman di bawah air dan studi tentang tiga dimensi lantai samudra atau danau. Sebuah peta batimetri umumnya menampilkan relief lantai atau dataran dengan garis-garis kontur (*contour lines*) yang disebut kontur kedalaman (*depth contours* atau *isobath*), dan dapat memiliki informasi tambahan berupa informasi navigasi permukaan.

## E

### **Ekologi**

adalah ilmu yang mempelajari interaksi antara organisme dengan lingkungannya dan yang lainnya. Ekologi diartikan sebagai ilmu yang mempelajari baik interaksi antar makhluk hidup maupun interaksi antara makhluk hidup dan lingkungannya.

### **Ekosistem**

suatu tatanan kesatuan secara utuh dan menyeluruh antara segenap unsur lingkungan hidup yang saling memengaruhi. Merupakan penggabungan dari setiap unit biosistem yang melibatkan interaksi timbal balik

antara organisme dan lingkungan fisik sehingga aliran energi menuju kepada suatu struktur biotik tertentu dan terjadi suatu siklus materi antara organisme dan anorganisme.

## K

### **Kota administratif**

Sebuah wilayah administratif di Indonesia yang dipimpin oleh wali kota administratif. Kota administratif bukanlah daerah otonom sebagaimana kotamadya atau kota, dan karena itu tidak memiliki Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

### **Konservasi**

adalah pelestarian atau perlindungan. Secara harfiah, konservasi berasal dari bahasa Inggris, *conservation* yang artinya pelestarian atau perlindungan.

## O

### **Otonomi daerah**

adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

## P

### **Pariwisata**

Suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini. Secara harfiah, pariwisata berarti "perjalanan yang dilakukan berkali-kali ke suatu tempat

### **Pulau**

adalah sebidang tanah yang lebih kecil dari benua dan lebih besar dari karang, yang dikelilingi air. Kumpulan beberapa pulau dinamakan pulau-pulau atau kepulauan (bahasa Inggris: *archipelago*).

### **Pemasaran**

adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

## S

### **Snorkeling**

adalah kegiatan berenang atau menyelam dengan mengenakan peralatan berupa masker selam dan snorkel. Selain itu, penyelam sering mengenakan alat bantu gerak berupa kaki katak (sirip selam) untuk menambah daya dorong pada kaki.

## T

### **Tabuik**

adalah perayaan lokal dalam rangka memperingati Asyura, gugurnya Imam Husain, cucu Muhammad, yang dilakukan oleh masyarakat Minangkabau di daerah pantai Sumatra Barat, khususnya di Kota Pariaman. Festival ini termasuk menampilkan kembali Pertempuran Karbala, dan memainkan drum tassa dan dhol.

### **Topografi**

secara ilmiah artinya adalah studi tentang bentuk permukaan bumi dan objek lain seperti planet, satelit alami (bulan dan sebagainya), dan asteroid. Dalam pengertian yang lebih luas, topografi tidak hanya mengenai bentuk permukaan saja, tetapi juga vegetasi dan pengaruh manusia terhadap lingkungan, dan bahkan kebudayaan local (Ilmu Pengetahuan Sosial).

## V

### **Vegetasi**

adalah istilah untuk keseluruhan komunitas tetumbuhan di suatu tempat tertentu, mencakup baik perpaduan komunal dari jenis-jenis flora penyusunnya maupun tutupan lahan (*ground cover*) yang dibentuknya<sup>[1]</sup>. Vegetasi merupakan bagian hidup yang tersusun dari tetumbuhan yang menempati suatu ekosistem, atau, dalam area yang lebih sempit, relung ekologis

# Index

## A

Aksesibilitas, 42, 45, 117, 122  
Akuntabilitas, 93

## D

daya tarik wisata, 33, 67, 70, 74, 76, 77, 110, 111, 115, 116, 117

## E

edukasi ekologi, 16  
ekonomi kreatif, 49, 50, 51, 52, 64, 79

## F

Fasilitas, 52, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 117, 120

## K

Konservasi, 12, 15, 22, 52, 123  
Kota Otonom, 7, 8

## L

lingkungan hidup, 6, 69, 94, 123

## P

Pemasaran Wisata, iii, 78, 94  
Perairan, 13, 17, 52  
Pertumbuhan ekonomi, 6  
Produktivitas, 91  
Pulau, v, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 51, 52, 64, 78, 82, 83,  
114, 115, 116, 120, 124

## **R**

Responsibilitas, 92

Responsivitas, 92

## **S**

Snorkeling, 124

Strategi diversifikasi, 60

sumber daya alam, 6, 7

sumber daya manusia, 6, 7, 50, 60, 67, 68, 74, 77, 79

## **T**

Tabuik, 22, 25, 86, 99, 108, 124

terumbu karang, 10, 11, 12, 13, 15, 17, 18, 19, 51

## **W**

wisata religi, 52, 64



