

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA WAY BELERANG
KECAMATAN KALIANDA LAMPUNG SELATAN DENGAN
PENDEKATAN AHP**

(SKRIPSI)

**Oleh
ARICK RIDHO FAZRIN
2161021002**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2025

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA WAY BELERANG KECAMATAN KALIANDA LAMPUNG SELATAN DENGAN PENDEKATAN AHP

OLEH

ARICK RIDHO FAZRIN

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan objek wisata Way Belerang di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan dengan menggunakan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, dan wawancara kepada pengunjung dan pemangku kepentingan. Teknik analisis data menggunakan metode AHP untuk menentukan prioritas kriteria dan alternatif strategi pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek fasilitas menjadi kriteria utama dalam pengembangan wisata, diikuti oleh promosi, daya tarik, dan pengembangan UMKM. Alternatif strategi yang direkomendasikan mencakup peningkatan fasilitas seperti perbaikan toilet dan penyediaan air bilas, penguatan promosi melalui media sosial dan influencer, penambahan atraksi wisata seperti spot foto dan wahana air, serta pemberdayaan UMKM lokal dengan produk yang lebih variatif dan khas. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dan pengelola wisata dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan objek wisata Way Belerang.

Kata Kunci: *Analytical Hierarchy Process* (AHP), Pengembangan Wisata, Strategi Pariwisata, Way Belerang.

ABSTRACT

DEVELOPMENT STRATEGY FOR THE WAY BELERANG TOURIST ATTRACTION IN KALIANDA DISTRICT, SOUTH LAMPUNG USING THE AHP APPROACH

BY

ARICK RIDHO FAZRIN

This study aims to formulate development strategies for the Way Belerang tourist attraction in Kalianda District, South Lampung Regency, using the Analytical Hierarchy Process (AHP) approach. The research method employed is a combination of descriptive qualitative and quantitative approaches, with data collected through observations, questionnaires, and interviews with visitors and stakeholders. The data analysis technique utilizes the AHP method to determine the priority of criteria and alternative development strategies. The research findings indicate that the facilities aspect is the main criterion in tourism development, followed by promotion, attractiveness, and MSME development. The recommended strategic alternatives include improving facilities such as upgrading toilets and providing rinse water, strengthening promotion through social media and influencers, adding tourist attractions such as photo spots and water rides, and empowering local MSMEs with more varied and distinctive products. This research is expected to serve as a reference for local governments and tourism managers in enhancing the competitiveness and sustainability of the Way Belerang tourist attraction.

Keywords: Analytical Hierarchy Process (AHP), Tourism Development, Tourism Strategy, Way Belerang.

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA WAY BELERANG
KECAMATAN KALIANDA LAMPUNG SELATAN DENGAN
PENDEKATAN AHP**

Oleh

ARICK RIDHO FAZRIN

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

SARJANA EKONOMI

Pada

Jurusan Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2025

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi

: **STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK
WISATA WAY BELERANG KECAMATAN
KALIANDA LAMPUNG SELATAN DENGAN
PENDEKATAN AHP**

Nama Mahasiswa

: **Arick Ridho Fazrin**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **2161021002**

Jurusan

: **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas

: **Ekonomi dan Bisnis**



**Prof. Toto Gunarto, S.E., M.Si.
NIP. 195603251983031002**

MENGETAHUI

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Dr. Arivina Ratih Y.T., the Head of the Department of Economic Development.

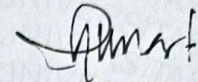
**Dr. Arivina Ratih Y.T, S.E., M.M.
NIP. 198007052006042002**

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Prof. Toto Gunarto, S.E., M.Si.


.....

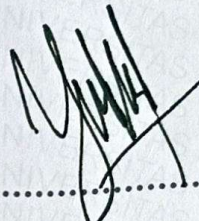
Penguji I

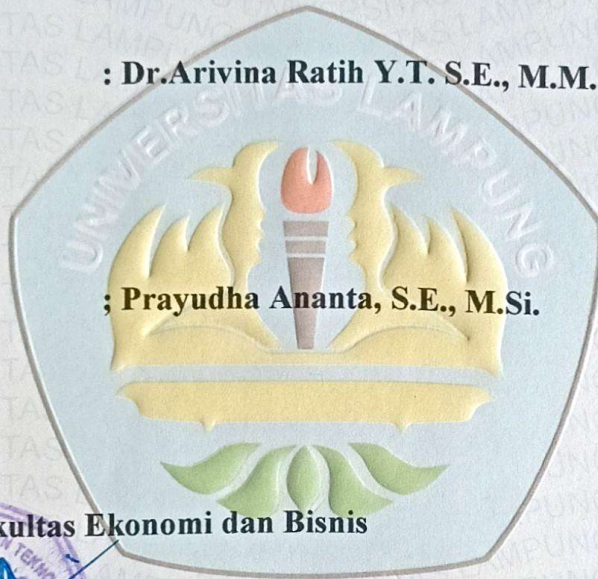
: Dr. Arivina Ratih Y.T. S.E., M.M.


.....

Penguji II

; Prayudha Ananta, S.E., M.Si.


.....



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairabi, S.E., M.Si.

NIP. 196606211990031003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Juni 2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arick Ridho Fazrin

NPM : 2161021002

Konsentrasi : Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Strategi Pengembangan Objek Wisata Way Belerang Kecamatan Kalianda Lampung Selatan Dengan Pendekatan AHP penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman dan sanksi yang berlaku.

Bandar Lampung, 05 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Arick Ridho Fazrin

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Arick Ridho Fazrin lahir di Bandar Lampung, 8 Maret 2002. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Achmad Ikrom Jumarzan dan Ibu Haztarina Anggraini. Penulis memulai pendidikannya pada tahun 2007 di TK PTPN 7 Bandar Lampung, kemudian pada tahun 2008 penulis melanjutkan pendidikan di SDN 1 Mojosari, Jawa Timur. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 25 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2017, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 9 Bandar Lampung, dan dinyatakan lulus pada tahun 2020.

Pada tahun 2021 penulis terdaftar menjadi mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis melalui jalur Prestasi. Selama masa perkuliahan penulis aktif mengikuti organisasi diantaranya HIMEPA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sebagai Anggota periode 2022. Penulis aktif dalam olahraga mengikuti cabang olahraga KABADDI dan mengikuti PON Papua 2021 dan PON Aceh 2024. Penulis juga telah melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 30 hari di desa Banyumas, Kecamatan Candipuro, Lampung Selatan, Lampung.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan
Sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Jika sesuatu yang kamu senangi tidak terjadi,
Maka senangilah apa yang terjadi”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah 94 : 5-6)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan rasa syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati kupersembahkan skripsi ini kepada :

Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Achmad Ikrom Jumarzan, S.T. dan Ibu Haztarina Anggraini. Bapak Achmad Ikrom Jumarzan adalah sosok ayah yang paling aku banggakan dan sangat luar biasa dalam hidupku, beliau merupakan salah satu motivasiku dalam menyelesaikan skripsi. Ibu Haztarina Anggraini merupakan sosok ibu terbaik dalam hidupku, segala doa serta pengorbanan diberikan untuk keberhasilan serta kesuksesan anak-anaknya.

Teruntuk Adikku, Maya Nindiaz Cikita Fazrin dan Mutiara Salsabila Fazrin.

Terima

kasih telah menjadi saudara yang selalu mendukung dan selalu dapat diandalkan.

Dan tak lupa teruntuk dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya dosen Jurusan Ekonomi Pembangunan yang senantiasa memberikan memberikan ilmu, membimbing, memberikan nasihat dan memberikan motivasi yang berharga untukku. Terima kasih atas segala jasa dan ilmu yang engkau berikan. Bangga menjadi salah satu keluarga Universitas Lampung

SANWACANA

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Way Belerang” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan kerendahan hati sebagai wujud rasa hormat serta terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Arivina Ratih, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Zulfa Emalia, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Prof. Toto Gunarto, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya untuk memberi bimbingan, masukan dan saran selama pengerjaan skripsi berlangsung.
5. Dosen penguji Ibu Dr. Arivina Ratih, S.E., M.M. dan Bapak Prayudha Ananta, S.E., M.Si. yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dan juga memberikan saran dan masukan, serta ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Ibu Resha Moniyana Putri, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan di bidang akademik selama perkuliahan.

7. Seluruh Dosen di Jurusan Ekonomi Pembangunan maupun dosen dari jurusan lainnya yang senantiasa memberikan ilmu pengetahuan selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
8. Seluruh staf dan pegawai yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu kelancaran proses penyelesaian skripsi ini.
9. Kedua orang tuaku tercinta, untuk Bapak Achmad Ikrom Jumarzan dan Ibu Haztarina Anggraini yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, serta dukungan setiap saat, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
10. Adekku tersayang Maya Nindiaz Cikita Fazrin dan Mutiara Salsabila Fazrin, terima kasih telah menjadi penyemangat dan selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
11. Anatasia Lioralael yang selalu menjadi support system penulis dimasa-masa yang tidak mudah dalam pengerjaan skripsi. Terima kasih sudah selalu memberi semangat, menemani, membantu serta mendukung penulis dalam keadaan baik ataupun buruk dan terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis selama proses pengerjaan skripsi.
12. Sahabat-sahabat seperjuangan Yosepan, Aqil, Dion, Agung, Ricky, Renaldi yang telah menjadi teman yang sangat baik bagi penulis serta memberikan banyak bantuan, dukungan serta motivasi kepada penulis hingga saat ini.
13. Teman-teman sekolah, Dito, Findo, Farel, Galih, Rafi yang telah menemani penulis hingga saat ini.
14. Saudara-saudara OSC (*Osis Smalan Crew*) yang selalu memberi semangat dan menghibur penulis hingga saat ini.
15. Teman-teman Latihan Kabaddi dan Kurash yang telah memberi semangat dan menghibur penulis hingga saat ini.
16. Teman-teman Ekonomi Pembangunan 2021 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas seluruh bantuan pembelajaran, motivasi, nasihat, kebaikan, serta doa dan bantuan yang telah diberikan selama ini.
17. Almamaterku tercinta, Universitas Lampung.

18. Terimakasih kepada Ueno Ritsuki, dan Ueno Natsuki beserta Mama Mega yang telah menghibur penulis sehingga menjadi penyemangat penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
19. Wedrink Antasari yang telah menjadi tempat penulis untuk menulis skripsi.
20. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
21. Terakhir, terima kasih kepada lelaki yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis diriku sendiri, Arick Ridho Fazrin. Terima kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri. Rayakan kehadiranmu sebagai berkah di mana pun kamu menjejakkan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan. Tuhan sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk perjalanan hidupmu.

Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas kebaikan mereka yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini. Akhir kata, penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis selanjutnya.

Bandar Lampung, 28 Mei 2025
Penulis

Arick Ridho Fazrin

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	5
1.1. Latar Belakang.....	5
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	18
II. TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Pustaka.....	20
2.2 Teori Peran Pemerintah.....	26
2.3 Pendekatan AHP	27
2.4 Penelitian Terdahulu	29
2.5 Kerangka Berpikir.....	35
III. METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Lokasi dan Ruang Lingkup Penelitian.....	36
3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4 Penentuan Sampel.....	39
3.5 Metode Analisis Data.....	40
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	51

4.1 Deskripsi Wisata Way Belerang	51
4.2 Analisis Data <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	54
V. KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN 1. Contoh Kuisioner Penelitian.....	83
LAMPIRAN 2. Daftar Responden Penelitian	91
LAMPIRAN 3. Hasil Perhitungan Prioritas Bobot Kriteria AHP Keseluruhan Responden.....	93
LAMPIRAN 4. Hasil Perhitungan Bobot Prioritas Alternatif Dengan Kriteria AHP Keseluruhan Responden	93
LAMPIRAN 5. Dokumentasi Responden dan Penelitian	95

DAFTAR TABEL

Tabel

1. Data Konrtibusi Sektor Pariwisata Terhadap Produk Domestik Bruto(PDB) Tahun 2019-2023.....	6
2. Data Pengunjung Wisata Provinsi Lampung 2016-2022	8
3. Data Pengunjung Wisata Kabupaten Lampung Selatan 2019-2023	11
4. Data Pengunjung Wisata Pemandian Air Way Belerang Kalianda.....	13
5. Data Jumlah Wisatawan Kabupaten Lampung Selatan Berdasarkan Objek Wisata Tahun 2024.....	14
6. Penelitian Terdahulu	29
7. Skala Banding Secara Berpasangan	42
8. Matriks Perbandingan Berpasangan untuk Kriteria terhadap Tujuan	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Peta Geografis Desa Buah Berak	11
2. Kerangka Berpikir	35
3. Peta Geografis Desa Buah Berak	52
4. Skema AHP	55
5. Hasil Perhitungan Bobot Kriteria AHP	56
6. Hasil Perhitungan Bobot Alternatif Dengan Kriteria Fasilitas AHP	58
7. Hasil Perhitungan Bobot Kriteria Promosi.....	60
8. Hasil Perhitungan Bobot Kriteria Daya Tarik.....	62
9. Hasil Perhitungan Bobot Kriteria AHP	64
10. Hasil Perhitungan AHP	66

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam perekonomian global. Menurut *World Tourism Organization* (UNWTO, 2013), pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan orang ke tempat yang tidak biasa untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau lainnya. Sektor ini mencakup berbagai aktivitas yang berhubungan dengan perjalanan, akomodasi, makanan, dan atraksi, yang semuanya berkontribusi pada ekonomi lokal dan nasional. Di Indonesia, pariwisata memiliki peran strategis dalam meningkatkan pendapatan negara dan menciptakan lapangan kerja.

Di Indonesia, pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling cepat berkembang dan menjadi salah satu sumber devisa negara. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF, 2020), kontribusi sektor pariwisata terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia mencapai sekitar 4,5% pada tahun 2023. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dengan jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya tarik yang kuat bagi wisatawan domestik maupun internasional. Berikut data kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia:

Tabel 1. 1 Data Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Produk Domestik Bruto(PDB) Tahun 2019-2023

Tahun	Produk Domestik Bruto (PDB) Sektor Pariwisata (persen)
2019	4,7
2020	4,0
2021	4,2
2022	3,6
2023	4,6

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB Indonesia menunjukkan fluktuasi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2019, sektor ini memberikan kontribusi sebesar 4,7%, mencerminkan kekuatan pariwisata sebelum pandemi COVID-19 melanda. Namun, pada tahun 2020, kontribusi ini menurun menjadi 4,0% akibat pembatasan perjalanan dan penutupan tempat wisata yang diberlakukan untuk menanggulangi penyebaran virus. Seiring dengan upaya pemulihan yang dilakukan oleh pemerintah dan pelaku industri, kontribusi sektor pariwisata mulai menunjukkan tanda-tanda perbaikan. Pada tahun 2021, kontribusi meningkat sedikit menjadi 4,2%, dan meskipun mengalami penurunan lagi pada tahun 2022 menjadi 3,6%, proyeksi untuk tahun 2023 menunjukkan optimisme dengan estimasi kontribusi kembali meningkat menjadi 4,5%.

Indonesia terkenal dengan keanekaragaman budaya, mulai dari adat istiadat, seni, hingga kuliner yang bervariasi di setiap daerah. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia juga memiliki banyak destinasi alam yang menakjubkan, seperti pantai, gunung, dan taman nasional yang menawarkan pengalaman wisata yang unik. Dari Bali yang terkenal dengan pariwisatanya yang mendunia, hingga Yogyakarta yang kaya akan warisan budaya, setiap daerah di Indonesia memiliki potensi pariwisata yang berbeda dan menarik.

Selain itu, Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah, yang memungkinkan pengembangan berbagai jenis pariwisata, termasuk pariwisata alam, budaya, dan kesehatan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2022) Indonesia memiliki 17.000 pulau, dengan berbagai objek wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan. Destinasi seperti Raja Ampat, Komodo, dan Bromo menjadi contoh kawasan yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat.

Kemajuan dalam infrastruktur dan konektivitas juga menjadi faktor pendorong bagi pertumbuhan sektor pariwisata. Pembangunan bandara baru, jalan raya, dan transportasi publik yang lebih baik memudahkan aksesibilitas ke berbagai lokasi wisata. Hal ini memungkinkan lebih banyak wisatawan untuk menjelajahi berbagai destinasi di Indonesia, yang sebelumnya mungkin sulit dijangkau. Dengan semakin baiknya infrastruktur, pariwisata diharapkan dapat memberikan dampak positif yang lebih besar bagi perekonomian lokal.

Pemasaran pariwisata juga mengalami transformasi yang signifikan. Penggunaan media sosial dan platform *online* untuk mempromosikan destinasi wisata telah membantu menarik perhatian wisatawan. Banyak wisatawan saat ini melakukan penelitian dan merencanakan perjalanan mereka melalui platform digital, yang memberikan peluang besar bagi pengelola destinasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Promosi yang dilakukan melalui platform ini memungkinkan objek wisata baru untuk mendapatkan perhatian yang lebih besar dan meningkatkan jumlah kunjungan.

Selain itu, sektor pariwisata juga berkontribusi pada pelestarian budaya dan lingkungan. Banyak destinasi yang berfokus pada ekowisata dan pariwisata berkelanjutan, yang bertujuan untuk melestarikan sumber daya alam dan budaya lokal. Dengan mengedukasi wisatawan tentang pentingnya menjaga lingkungan dan budaya, pariwisata dapat berperan dalam konservasi dan pengembangan

masyarakat lokal. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga sosial dan lingkungan.

Provinsi Lampung, terletak di ujung selatan Pulau Sumatera, memiliki potensi pariwisata yang kaya dan beragam. Keindahan alamnya, termasuk pantai, gunung, dan hutan, serta kekayaan budaya masyarakatnya, menjadikan Lampung sebagai salah satu destinasi wisata yang menarik. Dengan aksesibilitas yang relatif baik dari Jakarta dan kota-kota besar lainnya, Lampung semakin diminati oleh wisatawan yang ingin mencari tempat rekreasi dan pelarian dari rutinitas sehari-hari.

Lampung dikenal dengan berbagai objek wisatanya, seperti Taman Nasional Way Kambas, yang merupakan habitat gajah Sumatera, dan Pantai Mutun, yang menawarkan pemandangan laut yang indah. Selain itu, Lampung juga terkenal dengan kekayaan kuliner lokalnya, yang mencerminkan budaya dan tradisi masyarakat setempat. Wisatawan yang berkunjung tidak hanya disugahi pemandangan alam yang menawan tetapi juga pengalaman budaya yang autentik, membuat provinsi ini semakin menarik untuk dikunjungi.

Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah daerah Lampung telah berupaya untuk mengembangkan sektor pariwisata sebagai salah satu pilar ekonomi. Berbagai festival budaya dan acara pariwisata telah diadakan untuk menarik minat wisatawan domestik dan mancanegara. Inisiatif ini tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas destinasi wisata di Lampung, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan perekonomian lokal dan penciptaan lapangan kerja

Tabel 1. 2 Data Pengunjung Wisata Provinsi Lampung 2016-2022

Tahun	Domestik	Mancanegara	Total
2016	7.381.774	155.053	7.536.827
2017	11.395.827	245.372	11.641.199
2018	13.101.371	274.742	13.376.113

Tahun	Domestik	Mancanegara	Total
2019	10.445.855	298.063	10.743.918
2020	2.911.406	1.547	2.912.953
2021	2.937.395	1.757	2.939.152
2022	4.597.534	7.014	4.604.548

Sumber : Dinas Pariwisata, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa data wisatawan Provinsi Lampung dari tahun 2016 hingga 2018 menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Total pengunjung, baik domestik maupun mancanegara, mencapai 7.536.827 orang pada tahun 2016 dan meningkat menjadi 13.376.113 orang pada tahun 2018. Namun, antara tahun 2019 hingga 2021, jumlah pengunjung mengalami penurunan yang terus berlanjut. Penurunan ini disebabkan oleh wabah virus corona yang melanda pada tahun 2020, yang berdampak besar pada kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia (Dinas Pariwisata, 2023). Selain itu, kondisi ini juga berpengaruh terhadap penurunan pendapatan nasional dari sektor pariwisata. Akibatnya, pengelolaan objek wisata harus berusaha keras untuk bertahan selama masa pandemi, sementara pemerintah juga berupaya mempertahankan dan merencanakan strategi pengembangan sektor pariwisata di masa mendatang.

Selain itu, potensi besar wisata di Lampung belum sepenuhnya terkelola dengan baik. Banyak daerah yang memiliki kekayaan alam namun belum optimal dalam pengelolaannya akibat minimnya infrastruktur, aksesibilitas yang sulit, serta keterbatasan dalam promosi dan pemasaran wisata. Menurut (Altab et al., 2020), strategi yang melibatkan peningkatan infrastruktur dan pelatihan sumber daya manusia sangat diperlukan untuk memaksimalkan potensi wisata daerah, terutama di kawasan yang terisolasi dan belum dikenal luas oleh wisatawan.

Provinsi Lampung, dengan kekayaan alam yang melimpah, memiliki potensi besar sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia. Namun, tantangan dalam pengelolaan wisata, seperti minimnya infrastruktur dan aksesibilitas, masih menjadi hambatan utama dalam mengoptimalkan daya tariknya. Salah satu

kabupaten yang berhasil menunjukkan kemajuan dalam pengelolaan pariwisatanya adalah Lampung Selatan. Sebagai wilayah pesisir yang strategis, Lampung Selatan tidak hanya menawarkan keindahan pantai dan pulau-pulau eksotis, tetapi juga menjadi gerbang penting menuju ikon wisata nasional, seperti Gunung Anak Krakatau. Dengan infrastruktur yang terus berkembang dan upaya pelibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis alam dan budaya, Lampung Selatan menjadi contoh nyata bagaimana optimalisasi potensi wisata di tingkat lokal dapat berkontribusi pada daya tarik pariwisata provinsi secara keseluruhan. Hal ini menegaskan pentingnya strategi terpadu dalam pengelolaan pariwisata, yang menghubungkan potensi daerah dengan pendekatan pembangunan berkelanjutan.

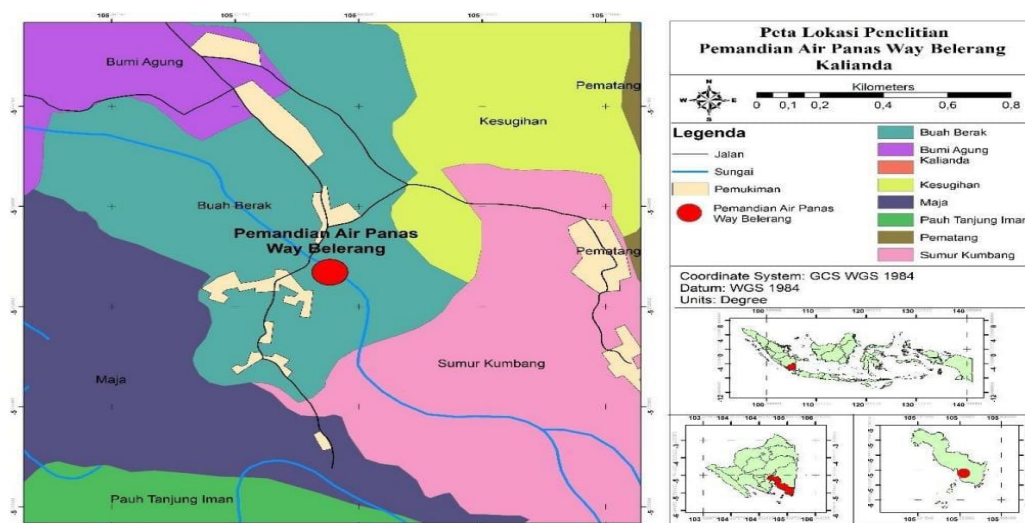
Lampung Selatan adalah salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar, terutama dalam sektor wisata bahari. Terletak di pesisir pantai, kabupaten ini menawarkan keindahan alam yang memukau, mulai dari pantai berpasir putih, terumbu karang yang kaya, hingga pemandangan laut yang eksotis. Terdapat sekitar 81 destinasi wisata yang tersebar di berbagai wilayah di Lampung Selatan, yang mencakup pantai, pulau-pulau kecil, hingga tempat wisata alam dan budaya. Keberadaan Pantai Tanjung Setia, Pantai Kalianda, serta Pulau Sebesi yang menjadi gerbang menuju Gunung Anak Krakatau, semakin menambah daya tarik daerah ini sebagai destinasi wisata unggulan. Potensi wisata ini didukung oleh infrastruktur yang terus berkembang, serta upaya pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata berbasis alam dan budaya, menjadikan Lampung Selatan sebagai tujuan wisata favorit bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Berikut data jumlah pengunjung di Kabupaten Lampung Selatan:

Tabel 1. 3 Data Pengunjung Wisata Kabupaten Lampung Selatan 2019-2023

Tahun	Domestik	Mancanegara	Total
2019	462.800	213	463.013
2020	236.038	135	236.173
2021	443.250	629	443.250
2022	616.728	64	616.728
2023	730.251	17	730.268

Sumber : Dinas Pariwisata Lampung Selatan 2024

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan tren fluktuasi jumlah pengunjung wisata pada 2019-2023, dengan dominasi wisatawan domestik. Total pengunjung menurun drastis pada 2020 akibat pandemi, dari 463.013 pada 2019 menjadi 236.173. Namun, terjadi pemulihan signifikan mulai 2021 hingga mencapai puncak tertinggi pada 2023 dengan 730.268 pengunjung. Meskipun wisatawan mancanegara sangat sedikit dan cenderung menurun, pertumbuhan wisatawan domestik menunjukkan potensi besar yang dapat dimanfaatkan melalui penguatan promosi dan peningkatan fasilitas wisata lokal.



Sumber : Google Maps Desa Buah Berak Kabupaten Lampung Selatan

Gambar 1. 1 Peta Geografis Desa Buah Berak

Objek Wisata Pemandian Air Panas Way Belerang terletak di Desa Buah Berak,

Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Desa ini memiliki luas wilayah 378Ha dengan jumlah penduduk 1288 jiwa, Desa Buah Berak memiliki beberapa destinasi wisata unggulan seperti Teropong Kota Kalianda dan Air Terjun Way Kalam, Namun Desa Buah Berak memiliki potensi lain untuk di jadikan tempat wisata yaitu dengan sumber daya alam Pemandian Air Panas Way Belerang yang dikelola langsung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan. Way Belerang dikenal sebagai objek wisata pemandian air panas yang menarik perhatian wisatawan. Keunikan lokasi ini adalah air panas yang mengalir dari sumber belerang yang dipercaya memiliki khasiat penyembuhan bagi kesehatan. Hal ini menjadikan Way Belerang sebagai tempat yang ideal untuk relaksasi dan terapi, terutama bagi mereka yang ingin melepaskan stres setelah beraktivitas.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Heru, Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pariwisata Lampung Selatan, sejarah objek wisata Way Belerang bermula sejak zaman kolonial Belanda. Saat itu, air panas yang mengalir dari kaki Gunung Rajabasa dimanfaatkan oleh masyarakat lokal dan Belanda untuk mengobati penyakit kulit. Awalnya, pengelolaan wisata ini dilakukan oleh Provinsi Lampung, kemudian dialihkan ke Kabupaten Lampung Selatan dan dikelola oleh Dinas Pariwisata setempat.

Pada mulanya, luas kawasan ini hanya 1 ha, tetapi pada tahun 2004, luasnya bertambah menjadi 2 ha. Pada tahun 2018, dilakukan rehabilitasi untuk memperbaiki dan menambah fasilitas yang ada. Pembangunan tersebut membuka peluang bagi masyarakat sekitar untuk berdagang, sehingga Dinas Pariwisata menyediakan kios-kios pada tahun 2004.

Pendanaan wisata Way Belerang Kalianda bersumber dari pemerintah daerah. Namun, dana tersebut tidak hanya difokuskan pada satu objek wisata, melainkan juga dialokasikan untuk pengembangan wisata lainnya di Lampung Selatan. Saat

ini, penanggung jawab pengelolaan wisata ini adalah Ibu Nilawati dari Dinas Pariwisata Lampung Selatan.

Selain daya tarik alam, Way Belerang juga dikelilingi oleh pemandangan alam yang menakjubkan, termasuk hamparan perkebunan dan pegunungan. Wisatawan dapat menikmati keindahan alam sambil merasakan manfaat dari air panas yang ada. Pengembangan wisata di Way Belerang juga berpotensi mendukung ekonomi lokal, karena masyarakat sekitar dapat terlibat dalam pengelolaan dan penyediaan layanan yang diperlukan untuk wisatawan. Meskipun demikian, pengelolaan yang baik dan strategi promosi yang tepat sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan objek wisata ini.

Tabel 1. 4 Data Pengunjung Wisata Pemandian Air Way Belerang Kalianda

Tahun	Jumlah Pengunjung
2019	22.743
2020	16.388
2021	19.254
2022	13.160
2023	11.022

Sumber : Dinas Pariwisata Lampung Selatan 2024

Berdasarkan Tabel 1.4 yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Lampung Selatan, jumlah pengunjung wisata Pemandian Air Way Belerang di Kalianda mengalami fluktuasi yang signifikan selama periode 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, tercatat sebanyak 22.743 pengunjung, menjadikannya tahun dengan jumlah kunjungan tertinggi dalam periode tersebut. Namun, terjadi penurunan drastis pada tahun 2020 menjadi 16.388 pengunjung, yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang membatasi aktivitas pariwisata dan mobilitas masyarakat secara global.

Tren penurunan ini berlanjut hingga tahun 2021 dengan jumlah pengunjung yang hanya mencapai 19.254 orang, meskipun ada sedikit peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan yang lebih tajam terjadi pada tahun 2022, dengan

hanya 13.160 pengunjung, yang dapat dikaitkan dengan dampak jangka panjang pandemi serta persaingan dengan destinasi wisata lain. Pada tahun 2023, jumlah pengunjung semakin menurun hingga mencapai angka terendah, yaitu 11.022 pengunjung, yang dapat mencerminkan perlunya strategi revitalisasi wisata untuk menarik kembali minat pengunjung.

Secara keseluruhan, hal ini menunjukkan perlunya perhatian khusus terhadap pengembangan dan promosi wisata Pemandian Air Way Belerang. Penurunan jumlah pengunjung yang signifikan selama lima tahun terakhir mengindikasikan adanya permasalahan, baik dari segi daya tarik wisata, infrastruktur pendukung, maupun faktor eksternal seperti pandemi. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis, seperti peningkatan kualitas fasilitas dan promosi yang lebih efektif, untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi ini.

Objek wisata Way Belerang kini menghadapi persaingan ketat dengan wisata pantai swasta yang baru bermunculan di wilayah tersebut. Wisata baru ini menawarkan daya tarik yang lebih modern dan fasilitas yang lebih lengkap, sehingga banyak wisatawan beralih ke sana. Jika tren ini terus berlanjut tanpa ada peningkatan dalam daya tarik wisata dan fasilitas. Mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung.

Tabel 1. 5 Data Jumlah Wisatawan Kabupaten Lampung Selatan Berdasarkan Objek Wisata Tahun 2024

No	Objek Wisata	Jumlah Kunjungan Wisata
1	Way Tebing Cepa	37.140
2	Pemandian Air Panas Natar	24.244
3	Way Belerang	11.022
4	Pantai Semukuk	11.657
5	Pantai Minang Rua	34.112
6	Pulau Mengkudu	7.131
7	Pantai Kedu Warna	50.602
8	Sanggar Beach	34.117

No	Objek Wisata	Jumlah Kunjungan Wisata
9	Pantai M Beach	21.457
10	Pantai Kunjir/Way Muli	29.385

Sumber : Dinas Pariwisata Lampung Selatan 2024

Berdasarkan data Tabel 1.5, jumlah kunjungan wisatawan ke Way Belerang mengalami penurunan yang signifikan jika dibandingkan dengan objek wisata lain di Kabupaten Lampung Selatan. Dengan total kunjungan sebanyak 11.022 wisatawan, Way Belerang berada di posisi kedua terbawah dalam jumlah pengunjung. Kondisi ini diduga disebabkan oleh daya tarik yang rendah, seperti kurangnya fasilitas yang memadai, terbatasnya promosi yang efektif, serta minimnya inovasi dalam menciptakan pengalaman wisata yang menarik. Kondisi infrastruktur yang kurang memadai, seperti area bilas yang tidak tersedia dan toilet yang tidak layak, juga turut mengurangi kenyamanan pengunjung. Selain itu, kurangnya pengembangan atraksi tambahan yang unik, seperti spot foto atau aktivitas hiburan. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan daya tarik dan promosi yang lebih efektif agar Way Belerang dapat menarik lebih banyak wisatawan.

Puncak kunjungan wisatawan terjadi pada saat libur akhir tahun dan terutama libur Lebaran, di mana wisatawan dari luar provinsi Lampung mendominasi. Namun, peningkatan pengunjung hanya terjadi pada periode tersebut, sedangkan pada hari-hari biasa, jumlah pengunjung cenderung menurun. Hal ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif untuk menarik wisatawan sepanjang tahun. Pengembangan atraksi tambahan dan diversifikasi promosi bisa menjadi cara untuk mengatasi masalah fluktuasi jumlah pengunjung ini.

Berdasarkan pra-survey dilihat bahwa kondisi fasilitas yang kurang memadai seperti atap area berteduh, yang sudah rusak dan tidak memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Selain itu, toilet yang tersedia belum layak untuk digunakan, dan

ketersediaan air bersih juga menjadi masalah. Kurangnya air bilas setelah pengunjung menikmati kolam air belerang mengurangi kenyamanan dan pengalaman wisata, sehingga bisa menyebabkan turunnya tingkat kunjungan wisatawan. Menurut Putri (2021), fasilitas wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Fasilitas yang memadai dan berkualitas tinggi dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan, sehingga berkontribusi pada pengalaman positif selama kunjungan mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi fasilitas seperti toilet yang layak dan ketersediaan air bersih sangat penting untuk menjaga tingkat kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Ketidacukupan fasilitas dapat mengurangi pengalaman wisata, yang berpotensi menurunkan tingkat kunjungan ke destinasi wisata.

Berdasarkan hasil prasurvey dilihat juga bahwa promosi wisata Way Belerang saat ini juga terbatas hanya pada media sosial, yang dirasa kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Minimnya promosi ini menyebabkan wisata Way Belerang kurang dikenal oleh wisatawan dari daerah lain, pengunjung selama periode liburan 80% berasal dari luar provinsi Lampung, terutama dari Palembang. Dengan hanya mengandalkan satu platform media sosial, potensi pengunjung baru yang belum mengenal wisata ini menjadi terbatas. Diversifikasi promosi menggunakan berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, dan kolaborasi dengan *influencer* bisa memberikan dampak signifikan. Menurut Yanti (2023), digital marketing sangat berperan penting dalam mempromosikan destinasi wisata. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan berbagai platform digital dapat meningkatkan jangkauan promosi dan menarik lebih banyak pengunjung. Dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, destinasi wisata dapat menciptakan citra yang baik dan meningkatkan kunjungan wisatawan secara signifikan.

Kreativitas dalam pembentukan UMKM di sekitar objek wisata juga masih sangat kurang. Produk yang dijual oleh pedagang lokal cenderung monoton dan seragam,

sehingga tidak memberikan daya tarik tambahan bagi wisatawan. Wisatawan yang sudah pernah berkunjung mungkin merasa tidak ada yang baru untuk dilihat atau dibeli, sehingga tidak ada insentif bagi mereka untuk datang kembali. Pengembangan produk UMKM yang lebih bervariasi dan khas dari daerah setempat bisa menjadi solusi untuk menarik minat wisatawan serta meningkatkan pendapatan masyarakat lokal.

Secara keseluruhan, masalah yang dihadapi oleh wisata Way Belerang mencakup infrastruktur yang tidak memadai, promosi yang terbatas, rendahnya daya tarik, kurangnya kreativitas UMKM, serta belum adanya status desa wisata. Jika masalah-masalah ini tidak segera ditangani, potensi wisata Way Belerang yang besar tidak akan bisa dimaksimalkan. Dibutuhkan langkah strategis dan masyarakat lokal untuk memajukan wisata ini untuk mencapai target yang diharapkan.

Permasalahan yang dihadapi wisata Way Belerang saat ini, seperti fasilitas yang tidak memadai, promosi yang terbatas, dan persaingan dengan destinasi wisata baru, memerlukan perhatian segera untuk mengatasi penurunan pendapatan yang signifikan. Rendahnya kualitas sumber daya manusia dan kurangnya kreativitas dalam pengembangan produk UMKM menjadi tantangan yang menghambat potensi pertumbuhan.

Identifikasi terhadap penurunan daya tarik wisata Way Belerang diperlukan guna merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengelola wisata, pemerintah daerah, dan masyarakat setempat, khususnya dalam pengembangan fasilitas, promosi, dan pemberdayaan UMKM. Dengan strategi yang komprehensif dan implementasi yang efektif, Way Belerang berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan di Lampung Selatan yang dikelola secara berkelanjutan serta memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat

dan pelestarian lingkungan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja potensi dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan wisata di Wisata Way Belerang, Lampung Selatan?
2. Bagaimana pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dapat diterapkan untuk merumuskan strategi prioritas dalam pengembangan wisata di Wisata Way Belerang?
3. Apa rekomendasi strategis yang dapat dihasilkan dari penelitian ini untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya tarik Wisata Way Belerang sebagai destinasi wisata?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi potensi dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan wisata di Wisata Way Belerang, Lampung Selatan.
2. Menerapkan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk merumuskan strategi prioritas dalam pengembangan Wisata Way Belerang.
3. Merumuskan rekomendasi strategis yang dapat meningkatkan keberlanjutan dan daya tarik Wisata Way Belerang sebagai destinasi wisata.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperkaya literatur mengenai penerapan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam sektor pariwisata, khususnya dalam pengembangan destinasi wisata.
2. Memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan teori pengelolaan wisata yang berkelanjutan melalui identifikasi potensi dan tantangan yang ada.

B. Manfaat Praktis

1. Memberikan informasi kepada pemangku kepentingan (pemerintah daerah, pengelola wisata, dan masyarakat lokal) mengenai potensi dan tantangan yang ada di Wisata Way Belerang.
2. Membantu pihak pengelola Wisata Way Belerang dalam merumuskan strategi prioritas yang efektif guna meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata.
3. Memberikan rekomendasi yang dapat dijadikan pedoman bagi pengembangan Wisata Way Belerang, sehingga mampu bersaing sebagai destinasi wisata unggulan di Lampung Selatan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Pustaka

2.1.1 Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang melibatkan perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu lokasi ke lokasi lain, baik untuk tujuan rekreasi, bisnis, maupun keperluan lainnya. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan menikmati keindahan alam, budaya, dan kegiatan sosial yang ada di suatu daerah atau negara. Dalam konteks ekonomi, pariwisata menjadi salah satu sektor yang signifikan, memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Sektor ini juga berpotensi untuk mempromosikan keberagaman budaya dan kekayaan alam yang dimiliki oleh suatu daerah, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Pariwisata alam mencakup perjalanan ke tempat-tempat yang memiliki keindahan alam yang luar biasa, seperti pantai, pegunungan, dan taman nasional. Sementara itu, pariwisata budaya menekankan pada pengenalan dan pemahaman terhadap budaya, adat istiadat, dan tradisi suatu daerah. Dengan demikian, pariwisata tidak hanya memberikan pengalaman yang menarik bagi wisatawan tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk pelestarian budaya dan lingkungan (Rafsanjani. A, 2018)

Dalam konteks Indonesia, pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara

yang sangat potensial. BPS mencatat adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia, yang menunjukkan bahwa sektor pariwisata di tanah air memiliki prospek yang cerah untuk dikembangkan lebih lanjut (Iman & Winata, 2024). Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan strategi pengembangan yang tepat agar pariwisata dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Pariwisata adalah salah satu sektor yang penting dalam perekonomian global dan lokal, yang melibatkan perjalanan orang ke suatu tempat di luar tempat tinggal mereka untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau tujuan lain. Menurut *World Tourism Organization* (UNWTO, 2013), pariwisata didefinisikan sebagai "kegiatan perjalanan orang yang dilakukan untuk tujuan bersenang-senang, bisnis, dan tujuan lainnya." Dalam konteks ini, pariwisata mencakup berbagai bentuk aktivitas, termasuk kunjungan ke objek wisata, pengalaman budaya, pelatihan, dan berbagai kegiatan lainnya yang bertujuan untuk memberikan pengalaman baru bagi para wisatawan.

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Arjana (2017), pariwisata dapat dibedakan menjadi berbagai jenis berdasarkan tujuan, aktivitas, dan karakteristik yang diinginkan oleh wisatawan. Klasifikasi ini penting untuk memahami preferensi dan motivasi wisatawan yang beragam, sehingga pengembangan destinasi wisata dapat dilakukan secara lebih tepat sasaran. Setiap jenis pariwisata memiliki daya tarik tersendiri dan mencerminkan nilai-nilai sosial, budaya, ekonomi, maupun lingkungan yang berbeda. Pemahaman terhadap jenis-jenis pariwisata ini juga membantu pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat dalam merancang strategi pengelolaan yang berkelanjutan dan berorientasi pada pengalaman wisata yang berkualitas. Berikut beberapa jenis pariwisata yang berkembang di Indonesia:

1) Pariwisata Alam

Pariwisata alam adalah jenis pariwisata yang berfokus pada keindahan alam dan keanekaragaman hayati. Wisatawan melakukan perjalanan untuk menikmati keindahan alam, seperti gunung, pantai, hutan, dan taman nasional. Aktivitas dalam pariwisata alam dapat mencakup hiking, camping, birdwatching, dan snorkeling. Contoh destinasi pariwisata alam di Indonesia adalah Taman Nasional Komodo dan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

2) Pariwisata Budaya

Pariwisata budaya mengedepankan pengalaman yang berkaitan dengan budaya dan tradisi suatu daerah. Wisatawan tertarik untuk belajar tentang adat istiadat, seni, festival, dan sejarah suatu tempat. Aktivitas dalam pariwisata budaya sering kali melibatkan kunjungan ke situs bersejarah, museum, dan partisipasi dalam acara tradisional. Contoh destinasi pariwisata budaya di Indonesia adalah Ubud di Bali dan Kota Tua Jakarta.

3) Pariwisata Sejarah

Jenis pariwisata ini fokus pada tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah penting. Wisatawan mengunjungi situs bersejarah, monumen, dan bangunan yang memiliki cerita dan makna dalam sejarah. Contoh pariwisata sejarah di B Indonesia termasuk Candi Borobudur, Candi Prambanan, dan berbagai benteng peninggalan kolonial di kota-kota besar.

4) Pariwisata Agama

Pariwisata agama adalah perjalanan yang dilakukan untuk tujuan spiritual atau keagamaan. Wisatawan sering kali mengunjungi tempat-tempat suci, seperti masjid, gereja, kuil, dan situs keagamaan lainnya. Di Indonesia, contoh pariwisata agama termasuk perjalanan ke Mekkah bagi umat Muslim dan kunjungan ke Candi Borobudur untuk umat Buddha.

5) Pariwisata Masyarakat

Pariwisata masyarakat atau *community-based tourism* menekankan pada keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata. Dalam jenis pariwisata ini, wisatawan berinteraksi langsung dengan penduduk lokal, belajar tentang kehidupan sehari-hari, dan berkontribusi pada perekonomian lokal.

Contoh di Indonesia adalah homestay di desa-desa wisata di Bali atau Jawa.

6) Pariwisata Petualangan

Pariwisata petualangan melibatkan aktivitas yang menantang dan penuh adrenalin, seperti arung jeram, panjat tebing, trekking, dan skydiving. Jenis pariwisata ini populer di kalangan wisatawan yang mencari pengalaman baru dan tantangan. Destinasi seperti Gunung Rinjani di Lombok dan Raja Ampat di Papua menawarkan berbagai aktivitas petualangan.

7) Pariwisata Kuliner

Pariwisata kuliner adalah perjalanan yang berfokus pada pengalaman makanan dan minuman. Wisatawan tertarik untuk mencicipi masakan khas daerah yang mereka kunjungi, serta belajar tentang teknik memasak dan bahan-bahan lokal. Di Indonesia, kuliner merupakan daya tarik utama dengan berbagai jenis masakan dari berbagai daerah, seperti rendang dari Sumatera Barat dan sate dari Jawa.

8) Pariwisata Kesehatan

Pariwisata kesehatan adalah perjalanan untuk tujuan perawatan kesehatan, relaksasi, dan kebugaran. Wisatawan sering mengunjungi spa, pusat kesehatan, atau resort kesehatan yang menawarkan program pemulihan fisik dan mental. Di Indonesia, banyak wisatawan yang datang ke Bali untuk menikmati spa dan retreat kesehatan.

9) Pariwisata Konvensi dan MICE

Pariwisata MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*) melibatkan perjalanan untuk tujuan bisnis, konferensi, dan pameran. Banyak kota besar di Indonesia, seperti Jakarta dan Bali, menjadi tuan rumah untuk acara MICE internasional, yang berkontribusi pada perekonomian lokal.

10) Pariwisata Ekowisata

Pariwisata ekowisata fokus pada pelestarian lingkungan dan keanekaragaman hayati, sambil memberikan pengalaman kepada wisatawan tentang pentingnya konservasi. Wisatawan didorong untuk menghargai dan melindungi lingkungan saat menikmati keindahan alam. Destinasi seperti Taman Nasional Bukit

Duabelas dan Taman Nasional Way Kambas merupakan contoh ekowisata di Indonesia.

Dengan beragam jenis pariwisata ini, sektor pariwisata Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan, sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan dan berkontribusi pada perekonomian serta pelestarian budaya dan lingkungan.

c. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan proses sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan suatu destinasi wisata melalui perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan infrastruktur serta sumber daya yang ada. Proses ini melibatkan peningkatan kualitas pengalaman wisatawan, pelestarian lingkungan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Pengembangan pariwisata tidak hanya fokus pada peningkatan jumlah kunjungan, tetapi juga pada aspek kualitas pelayanan, keterlibatan masyarakat, dan konservasi sumber daya alam. Sebagai contoh, dalam konteks Indonesia, banyak daerah yang berhasil mengembangkan pariwisata dengan pendekatan berkelanjutan, seperti Bali, yang mengintegrasikan nilai-nilai budaya dan lingkungan dalam strategi pengembangannya.

Strategi pengembangan pariwisata mencakup beberapa komponen penting, seperti pembangunan infrastruktur yang memadai, peningkatan keterampilan sumber daya manusia, dan promosi yang efektif. Pemasaran destinasi wisata yang terintegrasi juga sangat penting untuk menarik wisatawan domestik maupun asing. Dalam pelaksanaannya, pengembangan pariwisata harus memperhatikan dampak positif dan negatif yang mungkin terjadi, seperti peningkatan pendapatan lokal dan lapangan kerja, tetapi juga risiko terhadap lingkungan dan budaya jika tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, pendekatan berkelanjutan dalam pengembangan pariwisata menjadi krusial untuk memastikan bahwa manfaatnya

dapat dirasakan oleh masyarakat lokal sambil menjaga kelestarian lingkungan.

d. Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata adalah rencana sistematis yang dirancang untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan suatu destinasi wisata. Menurut Dian et al. (2024), strategi ini melibatkan berbagai langkah dan pendekatan yang bertujuan untuk memaksimalkan potensi pariwisata sambil menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan.. Berikut adalah beberapa elemen kunci dalam strategi pengembangan pariwisata:

- 1) Peningkatan infrastruktur fisik seperti jalan, transportasi umum, akomodasi, dan fasilitas umum lainnya sangat penting untuk mendukung pariwisata. Infrastruktur yang baik akan memudahkan akses wisatawan ke destinasi dan meningkatkan pengalaman mereka.
- 2) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia di sektor pariwisata melalui pelatihan dan pendidikan adalah aspek penting. Keterampilan dalam pelayanan, manajemen, dan pemasaran sangat dibutuhkan untuk memberikan layanan yang berkualitas kepada wisatawan.
- 3) Penggunaan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan destinasi wisata menjadi kunci untuk menarik pengunjung. Ini bisa dilakukan melalui kampanye pemasaran digital, kerja sama dengan agen perjalanan, serta partisipasi dalam pameran pariwisata.
- 4) Melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata sangat penting untuk memastikan bahwa mereka mendapat manfaat dari industri ini. Keterlibatan ini bisa berupa pelibatan dalam pengelolaan objek wisata, penyediaan layanan, dan pengembangan produk lokal.
- 5) Strategi pengembangan pariwisata harus mempertimbangkan dampak lingkungan. Oleh karena itu, penerapan praktik berkelanjutan, seperti pengelolaan limbah yang baik, perlindungan ekosistem, dan penggunaan sumber daya yang bertanggung jawab, menjadi sangat penting untuk menjaga

kelestarian lingkungan.

- 6) Mengembangkan berbagai jenis atraksi dan produk wisata dapat menarik berbagai segmen pasar. Ini termasuk pengembangan wisata alam, budaya, kuliner, dan petualangan yang dapat menarik pengunjung dengan minat yang berbeda.
- 7) Fokus pada peningkatan kualitas layanan di sektor pariwisata akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Hal ini mencakup pelatihan bagi para pelaku industri untuk memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung.
- 8) Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam promosi, reservasi, dan pengelolaan destinasi dapat meningkatkan efisiensi dan daya tarik pariwisata. Misalnya, aplikasi mobile untuk wisatawan dapat memberikan informasi dan kemudahan akses yang lebih baik.

2.2 Teori Peran Pemerintah

Menurut Judisseno (2017), kebijakan pembangunan pariwisata adalah domain pemerintah karena kebijakan pariwisata melibatkan banyak aspek. Dalam UU pariwisata No. 10 Tahun 2009 kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional.

Kepariwisata tidak mungkin bisa eksis tanpa komitmen dan dukungan yang kuat dari pemerintah. Hal ini sejalan seperti yang dikemukakan secara terpisah oleh Elliot (1997) dan Vael (2002) dalam Judisseno (2017) hanya pemerintah yang memiliki kewenangan untuk menyediakan stabilitas politik, keamanan, serta kerangka hukum dan keuangan yang dibutuhkan oleh sektor pariwisata. Pemerintah juga berperan dalam penyediaan layanan esensial dan infrastruktur dasar. Selain itu,

AHP menggunakan pendekatan hierarkis yang membagi masalah menjadi beberapa tingkat. Struktur ini biasanya terdiri dari tiga level utama:

- a. Tingkat Pertama (Tujuan Utama)
- b. Pada tingkat ini, tujuan utama dari penelitian atau keputusan yang ingin dicapai didefinisikan.
- c. Tingkat Kedua (Kriteria)
Kriteria yang relevan untuk mencapai tujuan utama diidentifikasi. Setiap kriteria akan dievaluasi berdasarkan pentingnya dalam mencapai tujuan.
- d. Tingkat Ketiga (Alternatif)
Pada tingkat ini, alternatif strategi pengembangan diidentifikasi dan dibandingkan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.

2) Proses Penilaian

Menurut Marimin (2022), proses AHP melibatkan langkah-langkah berikut:

1. Perbandingan Berpasangan

Dalam tahap ini, peneliti melakukan penilaian terhadap setiap kriteria dan alternatif dengan menggunakan skala penilaian (misalnya, skala 1-9) untuk menentukan seberapa penting satu elemen dibandingkan dengan elemen lainnya. Penilaian ini dilakukan berdasarkan pendapat ahli, stakeholder, dan data yang relevan.

2. Konsistensi Penilaian

AHP juga mengevaluasi konsistensi dari penilaian yang diberikan. Konsistensi sangat penting untuk memastikan bahwa perbandingan yang dibuat tidak saling bertentangan. Dalam hal ini, indeks konsistensi (CI) dan rasio konsistensi (CR) digunakan untuk menilai konsistensi dalam pengambilan keputusan.

3. Penghitungan Bobot

Setelah melakukan perbandingan berpasangan, bobot dari setiap kriteria dan alternatif dihitung. Bobot ini menunjukkan tingkat kepentingan relatif dari setiap elemen dalam mencapai tujuan utama. Bobot yang lebih tinggi

menunjukkan prioritas yang lebih besar.

3) Pengambilan Keputusan Akhir

Setelah mendapatkan bobot untuk setiap alternatif berdasarkan kriteria yang ada, langkah terakhir adalah mengagregasi semua bobot tersebut untuk mendapatkan hasil akhir. Keputusan yang diambil berdasarkan hasil agregasi ini akan memberikan rekomendasi yang lebih terarah dan strategis untuk pengembangan objek wisata Way Belerang.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode	Hasil/Kesimpulan
1	Mhd. Ramadani, Rudi Masniadi (2021)	Strategi Pengembangan Wisata Prasejarah (Studi Pada Situs Sarcophagus Di Desa Batu Tering)	Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan menggunakan metode AHP yaitu salah satu bentuk model untuk mengambil sebuah keputusan guna mempertimbangkan berbagai kriteria dan alternatif yang relevan untuk meraih tujuan..	Hasil analisis menunjukkan bahwa kriteria perbaikan infrastruktur menjadi prioritas utama dalam pengembangan wisata prasejarah di Desa Batu Tering dengan bobot 48,7%, diikuti oleh kelembagaan dan promosi dengan bobot masing-masing 43,5% dan 7,8%. Hal ini menegaskan pentingnya fokus pada infrastruktur dan penguatan kelembagaan dalam strategi pengembangan. Strategi pengembangan yang diutamakan adalah pembentukan Kelompok Sadar Wisata dengan

No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode	Hasil/Kesimpulan
				bobot 15,8%, diikuti oleh kebijakan pemerintah dan perbaikan infrastruktur jalan dengan bobot masing-masing 11,9% dan 10,6%. Analisis ini menunjukkan konsistensi yang baik dengan nilai CR di bawah 0,1 untuk semua kriteria, menandakan validitas data yang kuat.
2	Hadi Sumarson, Hinuda Wisna Arti , Yohanes Hadi Soesilo (2020)	<i>The Development Strategy of Tourism Sector in Ponorogo, Indonesia</i>	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menerapkan analisis AHP sebagai teknik untuk merumuskan strategi.	Berdasarkan hasil penelitian ini, upaya pengembangan objek wisata diarahkan sesuai dengan kriteria yang menjadi prioritas strategi yaitu aspek infrastruktur dengan dukungan promosi yang optimal.
3	Saniah Nurul Iman, Edi Winata (2024)	Strategi Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Pariban di Kabupaten Karo, Sumatera Utara	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dengan pengelola, masyarakat sekitar, dan wisatawan, serta teknik observasi dan dokumentasi. Objek penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola melakukan perbaikan dan perubahan di beberapa titik untuk meningkatkan daya tarik wisata. Penambahan fasilitas, termasuk penginapan, bertujuan menarik lebih banyak wisatawan. Promosi dari mulut ke mulut juga menjadi strategi efektif. Namun, pengelola menghadapi kendala

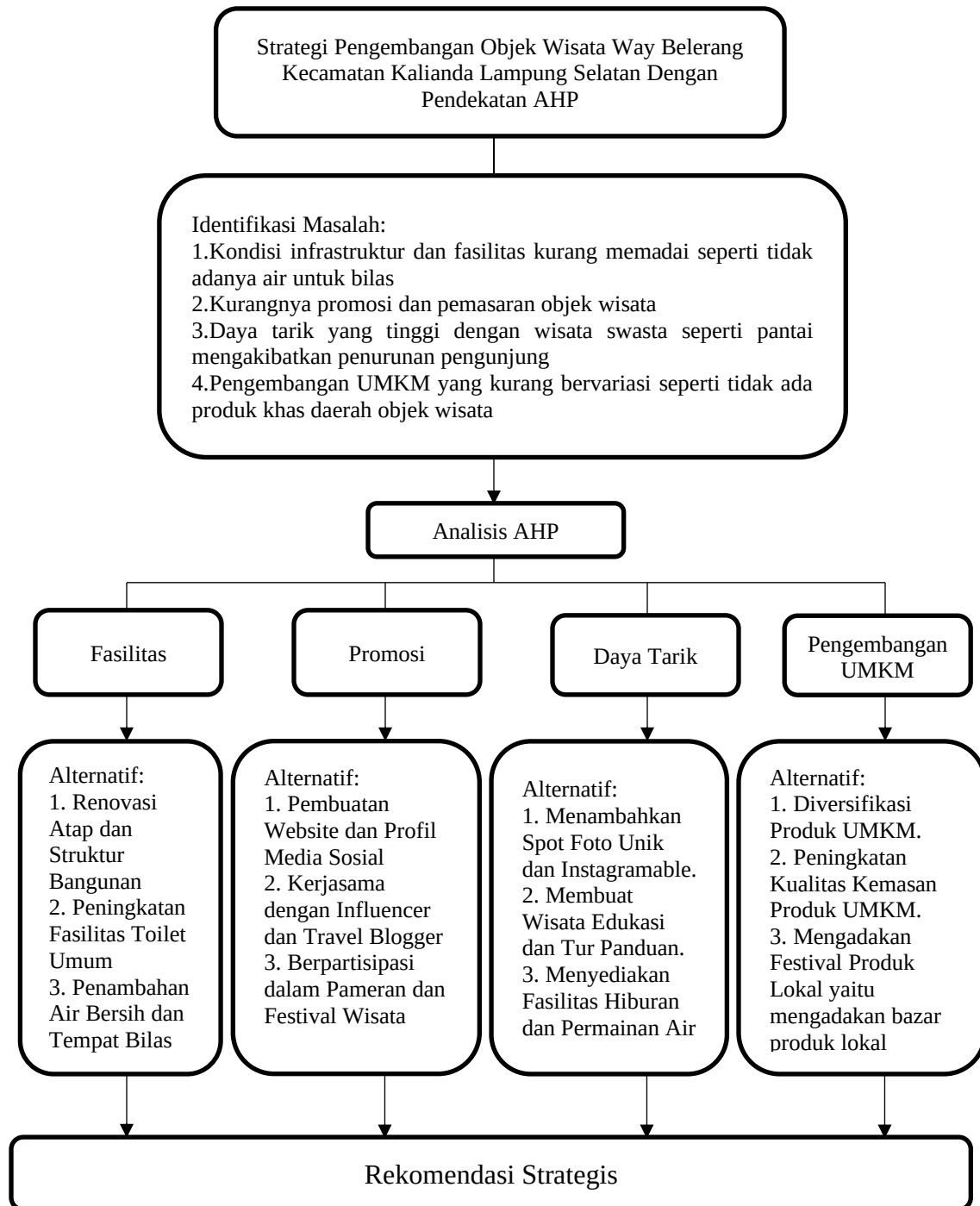
No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode	Hasil/Kesimpulan
			adalah pengelolaan dan pengembangan objek wisata.	seperti retribusi tidak resmi dan akses jalan yang buruk, yang dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung.
4	Muchammad Satrio Wibowo, Lutfi Arviana Belia (2023)	Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan	Penelitian ini menggunakan metode studi literatur. Teknik pengumpulan data dilakukan secara sistematis. Sumber data digunakan merupakan data sekunder,	Partisipasi masyarakat merupakan prinsip penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Masyarakat lokal harus terlibat dari awal dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring. Hal ini meningkatkan pemahaman masyarakat tentang program dan menciptakan rasa memiliki terhadap pengembangan pariwisata.
5	Wiligis Wilfrida Klau, Apriana H. J. Fanggidae, Debryana Y. Salean, Ronald P. C. Fanggidae (2023)	Strategi Pengembangan Objek Wisata dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan: Studi pada Objek Wisata Fulan Fehan	Penelitian deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT. Peneliti menggambarkan fenomena yang ada dengan menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis.	penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata Fulan Fehan, diperlukan penambahan dan pemeliharaan fasilitas serta infrastruktur yang memadai. Selain itu, sosialisasi mengenai desa sadar wisata dan kerjasama antara pemerintah daerah dengan pihak swasta

No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode	Hasil/Kesimpulan
				sangat penting untuk mendorong pengembangan pariwisata dan meningkatkan ekonomi masyarakat lokal.
6	Citra Puspitaningrum, Dian Oktavianti (2021)	Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Desa Sriminosari Labuhan Maringgai Lampung Timur	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menerapkan analisis AHP sebagai teknik untuk merumuskan strategi.	Analisis AHP mengidentifikasi lima prioritas utama dalam strategi pengembangan, dengan konservasi sumber daya alam (KSDA) sebagai yang terpenting, memiliki bobot 35%, diikuti oleh daya dukung kawasan (DDK) dengan bobot 19%. Kualitas sumber daya manusia (KSDM) mendapat bobot 17%, sementara penguatan institusi (PIK) dan aspek peraturan daerah, penataan ruang, serta pembiayaan (PRP) masing-masing memiliki bobot 15%.
7	Ping Fan, Yihao Zhu , Zi Ye , Guodao Zhang , Shanchuan Gu , Qi Shen , Sarita Gajbhiye Meshram and Ehsan Alvandi (2023)	<i>Identification and Prioritization of Tourism Development Strategies Using SWOT, QSPM, and AHP: A Case Study of Changbai Mountain in China</i>	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menerapkan analisis AHP sebagai teknik untuk merumuskan strategi.	Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah merekomendasikan 16 strategi untuk pengembangan industri pariwisata Gunung Changbai, dengan strategi ofensif sebagai pendekatan terbaik. Strategi utama yang diidentifikasi adalah "Mengambil manfaat dari potensi alam,

No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode	Hasil/Kesimpulan
				sejarah, dll." dan "Mendirikan mekanisme yang tepat untuk investor sektor publik dan privat" untuk meningkatkan kondisi di kawasan tersebut.
8	Zeinab Asadpourian, Mehdi Rahimian, Saeed Gholamrezai (2020)	<i>SWOT AHP TOWS Analysis for Sustainable Ecotourism Development in the Best Area in Lorestan Province, Iran</i>	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menerapkan analisis SWOT & AHP sebagai teknik untuk merumuskan strategi.	Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kawasan-kawasan ecotourism di provinsi Lorestan, Iran bagian barat guna memilih kawasan terbaik untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Indikator-indikator keberlanjutan ecotourism ditentukan dalam tiga dimensi yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Enam kawasan ecotourism dievaluasi menggunakan 31 ahli dengan skala 0-10 untuk setiap indikator.
9	Muhamad Derry Andian, Neli Aida(2023)	Strategi Efektif Pengembangan Pariwisata Pantai Mutun Sebagai Wisata Bahari di Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung	Penelitian ini menggunakan alat analisis SWOT, yang terdiri dari empat tahapan: (1) Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, (2) Membuat matriks SWOT, (3) Menganalisis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan Pantai Mutun meliputi pemasaran melalui platform digital dan media sosial untuk menarik lebih banyak wisatawan, merekrut SDM yang berkompeten, memaksimalkan fasilitas yang ada, meningkatkan

No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode	Hasil/Kesimpulan
			Matriks IFAS dan EFAS, (4) Membuat kuadran SWOT.	kebersihan, dan menjaga daya tarik wisata.
10	Nermin Kisi (2019)	<i>A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A'WOT Hybrid Method: A Case Study of Zonguldak, Turkey</i>	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menerapkan analisis AHP dan SWOT sebagai teknik untuk merumuskan strategi	Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemangku kepentingan di Zonguldak dalam merancang strategi pariwisata yang berkelanjutan serta dapat memberikan referensi bagi daerah lain untuk mengembangkan pariwisata berkelanjutan.

2.5 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Ruang Lingkup Penelitian

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Objek Wisata Way Belerang yang terletak di Desa Buah Berak Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Kecamatan Kalianda merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi wisata alam yang kaya, dengan keindahan alam yang meliputi pantai, pegunungan, dan sumber daya alam lainnya. Way Belerang, sebagai salah satu objek wisata utama, dikenal karena keindahan alamnya dan potensi untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata yang menarik bagi pengunjung baik lokal maupun internasional.

B. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada beberapa aspek utama yang berkaitan dengan pengembangan objek wisata Way Belerang di Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan. Pertama, penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis potensi wisata yang dimiliki oleh Way Belerang. Ini mencakup daya tarik alam seperti pemandangan yang indah, aktivitas yang dapat dilakukan oleh pengunjung, serta nilai-nilai budaya yang ada di sekitar objek wisata. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan keunggulan yang dapat dimanfaatkan dalam strategi pemasaran dan pengembangan objek wisata.

3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Melalui metode deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis potensi serta kondisi objek wisata Way Belerang secara komprehensif. Pendekatan kualitatif diterapkan untuk memahami pandangan dan pengalaman berbagai stakeholder, termasuk masyarakat lokal, pengunjung, dan pengelola objek wisata. Wawancara dan diskusi mendalam akan dilakukan untuk menggali harapan, tantangan, dan potensi pengembangan yang ada. Di sisi lain, pendekatan kuantitatif akan digunakan untuk mengumpulkan data numerik yang mendukung analisis, seperti melalui survei kepada pengunjung mengenai tingkat kepuasan, minat, dan preferensi mereka terhadap objek wisata. Data kuantitatif ini akan dianalisis menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) untuk membantu menentukan prioritas strategi pengembangan yang paling efektif dan efisien.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara, survei, dan observasi. Wawancara akan melibatkan stakeholder relevan, seperti pengelola objek wisata dan masyarakat lokal, untuk memahami perspektif mereka mengenai objek wisata. Survei akan dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari pengunjung mengenai pengalaman dan tingkat kepuasan mereka. Selain itu, observasi langsung terhadap kondisi objek wisata dan lingkungan sekitarnya akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik wisata. Di sisi lain, data sekunder akan diperoleh dari berbagai sumber yang sudah ada, seperti laporan penelitian sebelumnya, dokumen pemerintah, artikel ilmiah, dan data statistik terkait pariwisata di Lampung Selatan. Kombinasi antara data primer dan sekunder ini diharapkan dapat memberikan analisis yang komprehensif serta rekomendasi yang relevan untuk pengembangan objek wisata Way Belerang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Literatur

Teknik studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber tertulis yang relevan dengan penelitian ini. Sumber tersebut mencakup buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel, dan dokumen pemerintah yang membahas tentang pengembangan objek wisata, pariwisata di Lampung Selatan, dan pendekatan AHP. Melalui studi literatur, peneliti dapat memahami teori dan konsep yang mendasari penelitian ini, serta melihat contoh-contoh praktik terbaik dalam pengembangan objek wisata di daerah lain. Ini juga membantu dalam merumuskan kerangka pemikiran dan menentukan variabel yang relevan untuk penelitian.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek wisata Way Belerang dan kondisi sekitarnya. Teknik ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi wisata yang ada, aktivitas yang dilakukan pengunjung, serta interaksi antara pengunjung dan masyarakat lokal. Dalam observasi, peneliti mencatat berbagai aspek, seperti fasilitas yang tersedia, tingkat kunjungan, kebersihan lokasi, dan kondisi lingkungan. Data yang diperoleh dari observasi akan mendukung analisis dan memberikan konteks tambahan dalam penelitian.

3. Wawancara dan Kuisisioner

Menurut (Sugiyono, 2017) untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang objek penelitian maka dibutuhkan tahap wawancara terhadap responden. Wawancara dilakukan dengan pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan wiisata, seperti pejabat dari dinas terkait yaitu Dinas Pariwisata, masyarakat lokal, serta pengelola di sektor pariwisata.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen terkait yang sudah ada sebelumnya. Dokumen yang dikumpulkan bisa berupa laporan resmi, data statistik mengenai pariwisata,

rencana pengembangan daerah, serta catatan sejarah dan budaya yang berkaitan dengan objek wisata Way Belerang. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang mendalam dan mendukung analisis dalam penelitian. Dengan mengandalkan data dokumentasi, peneliti dapat memvalidasi informasi yang diperoleh dari metode lain, seperti wawancara dan observasi.

3.4 Penentuan Sampel

Dalam penelitian ini, informan ditentukan dengan menggunakan *metode expert judgement* yang merupakan pendekatan untuk mengumpulkan informasi pengetahuan tentang suatu masalah. Ketika tidak ada sumber penelitian ilmiah, *expert judgement* dapat membantu para pembuat kebijakan dan pembuat keputusan. Metode ini telah digunakan secara luas. Hal ini disebabkan oleh ketidakpastian yang menyulitkan pengambilan keputusan, (Kontogianni et al., 2015).

Dalam penelitian ini, karakteristik yang dianggap sebagai *expert* adalah sebagai berikut:

1. Berpengalaman di bidang pariwisata
2. Memiliki kemampuan praktik yang baik di bidang pariwisata
3. Memiliki pengetahuan mengenai pemandian way belerang
4. Memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah
5. Memiliki tanggung jawab atas keputusan dan kebijakan yang dibuat

Setelah menggunakan teknik penentuan sampel, berikut ini merupakan daftar responden yang terpilih :

1. Pengelola Wisata Way Belerang Kalianda (1 responden)
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan (3 responden)
3. Dosen Jurusan Pariwisata Fakultas Teknologi Infrastruktur dan Kewilayahan ITERA (1 responden)

4. Dinas Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Lampung Selatan (1 responden)
5. Ketua Kelompok Sadar Wisata Desa Buah Berak (1 responden)
6. Pedagang (2 responden)

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Analytic Hierarchy Process* (AHP), yang merupakan metode pengambilan keputusan yang sistematis dan terstruktur untuk membantu dalam menetapkan prioritas dari berbagai alternatif berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Metode ini sangat efektif dalam konteks pengembangan objek wisata, karena melibatkan banyak variabel yang saling berhubungan.

Analytic Hierarchy Process (AHP) adalah salah satu metode pengambilan keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty pada tahun 1993. AHP digunakan untuk menyelesaikan masalah yang kompleks dengan cara membagi permasalahan tersebut menjadi hierarki yang lebih sederhana. Metode ini menggabungkan elemen kualitatif dan kuantitatif dalam proses analisis, sehingga memungkinkan para pengambil keputusan untuk menilai dan membandingkan berbagai alternatif secara lebih sistematis dan rasional. Salah satu keunggulan AHP adalah kemampuannya dalam mengakomodasi konsistensi penilaian melalui matriks perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*).

Menurut Saaty (1993), proses AHP melibatkan beberapa tahapan utama sebagai berikut:

1) Menentukan Struktur Hierarki

Tahap pertama adalah membangun struktur hierarki yang terdiri dari tujuan utama di tingkat atas, kriteria dan subkriteria di tingkat menengah, serta alternatif di tingkat paling bawah. Pada kasus ini, tujuan utamanya adalah strategi pengembangan objek wisata Way Belerang. Kriteria yang relevan dapat

mencakup aspek ekonomi, lingkungan, aksesibilitas, dan infrastruktur.

2) Menyusun Matriks Perbandingan Berpasangan (*Pairwise Comparison*)

Setiap elemen dalam satu tingkat dibandingkan secara berpasangan berdasarkan tingkat kepentingannya terhadap elemen di tingkat yang lebih tinggi. Nilai perbandingan diberikan menggunakan skala 1-9, di mana:

1: Kedua elemen sama penting.

3: Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada yang lain.

5: Elemen yang satu lebih penting.

7: Elemen yang satu jauh lebih penting.

9: Elemen yang satu sangat jauh lebih penting. Nilai di antaranya (2, 4, 6, 8) digunakan untuk penilaian antar tingkat.

3) Menghitung Nilai Bobot dan Konsistensi

Nilai eigenvector digunakan untuk menentukan bobot relatif setiap elemen. Kemudian, dilakukan uji konsistensi dengan menghitung Consistency Index (CI) dan Consistency Ratio (CR). Uji konsistensi diperlukan untuk memastikan bahwa penilaian yang diberikan tidak bersifat acak. Jika nilai $CR \leq 0,10$, maka matriks dianggap konsisten.

4) Menggabungkan Bobot dan Menentukan Prioritas

Bobot dari setiap kriteria dan alternatif dijumlahkan untuk menentukan prioritas akhir. Alternatif dengan nilai prioritas tertinggi akan dipilih sebagai strategi yang paling optimal.

Tabel 3. 1Matriks Pendapat Individu

Kriteria	C1	C2	...	Cn
C1	1	A12	...	A1n
C2	1/A12	1	...	A2n
...	...	...	...	...
Cn	1	1/2n	...	1

Sumber : Saaty (1993)

Dalam hal ini C1,C2,...,Cn adalah set elemen pada satu tingkat dalam hierarki. Kuantifikasi pendapat dari hasil perbandingan berpasangan membentuk matrik x n.

Secara keseluruhan, matriks pendapat individu membantu dalam mengidentifikasi kriteria atau alternatif mana yang memiliki prioritas lebih tinggi dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks pengembangan objek wisata Way Belerang di Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan, metode ini memberikan panduan bagi pengambil keputusan untuk menentukan strategi optimal berdasarkan bobot dan konsistensi penilaian kriteria yang relevan.

Menurut Syaifullah (2010), hasil perbandingan dari masing-masing elemen akan berupa nilai 1, yang menunjukkan tingkat paling rendah (*equal importance*), sampai dengan nilai 9, yang menunjukkan tingkat paling tinggi (*extreme importance*). Skala perbandingan berpasangan yang digunakan dalam penyusunan AHP untuk strategi pengembangan Wisata Way Belerang Kalianda:

Tabel 3. 1 Skala Banding Secara Berpasangan

Tingkat Kepentingan	Definisi	Penjelasan
Nilai 1	Kedua faktor sama pentingnya	Dua elemen mempunyai pengaruh yang sama besar terhadap tujuan
Nilai 3	Faktor yang satu sedikit lebih penting daripada faktor yang lain	Pengalaman dan penilaian sangat kuat mendukung satu elemen dibanding elemen yang lain
Nilai 5	Faktor satu esensial atau lebih penting dari pada faktor lainnya	Satu elemen dengan kuat didukung dan dominan terlibat dalam praktek
Nilai 7	Satu faktor jelas lebih penting daripada faktor lainnya	Bukti yang mendukung elemen yang satu terhadap elemen yang lain memiliki tingkat

Tingkat Kepentingan	Definisi	Penjelasan
		penegasan tertinggi yang mungkin menguatkan
Nilai 9	Satu faktor mutlak lebih penting daripada faktor lainnya	Nilai ini diberikan bila ada dua kompromi diantara dua pilihan
Nilai 2,4,6,8	Nilai-nilai antara, di antara dua nilai pertimbangan yang berdekatan	Nilai-nilai ini digunakan jika perbandingan antara kriteria tidak bulat, menggambarkan kepentingan yang relative
Nilai Berkebalikan	Jika untuk aktifitas / mendapatkan angka 2 jika dibandingkan dengan aktivitas j, maka j mempunyai nilai $\frac{1}{2}$ dibanding i	

Sumber: Saaty (1993)

Berikut ini adalah Langkah-langkah dalam menggunakan metode AHP sebagai dasar pengambilan keputusan (Saaty, 1993) :

Langkah 1. Identifikasi Tujuan dan Kriteria

Langkah pertama dalam analisis AHP adalah mengidentifikasi tujuan penelitian dan menetapkan kriteria serta sub-kriteria yang akan digunakan untuk menilai alternatif strategi pengembangan objek wisata Way Belerang. Dalam konteks ini, tujuan utama adalah menentukan strategi pengembangan yang optimal.

Langkah 2. Menentukan Kriteria

Menentukan kriteria dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan wawancara dengan pengelola dan kepala pengurus wisata Way Belerang serta penerapan metode

Analytic Hierarchy Process (AHP). Kriteria yang dipilih mencerminkan aspek-aspek yang dianggap paling berpengaruh terhadap pengembangan wisata tersebut. Dengan menggunakan pendekatan AHP, setiap kriteria dievaluasi berdasarkan relevansinya terhadap tujuan utama pengembangan wisata, sehingga dapat diperoleh hierarki prioritas yang lebih objektif (Saaty, 1980).

Berdasarkan hasil wawancara, empat kriteria utama yang dianggap memiliki dampak signifikan dalam pengembangan wisata Way Belerang adalah fasilitas, promosi, daya tarik, dan pengembangan UMKM. Kriteria ini ditentukan dengan mempertimbangkan kebutuhan wisatawan, tantangan yang dihadapi oleh pengelola, serta potensi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata. Menurut Kotler & Keller (2016), keberhasilan suatu destinasi wisata bergantung pada kombinasi faktor daya tarik, kemudahan akses, fasilitas yang memadai, dan strategi pemasaran yang efektif. Berdasarkan penelitian Prasetyo dan Suryoko (2018) yang menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata secara langsung memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan wisata, seperti yang terjadi di Kawasan Wisata Dieng. Festival budaya tahunan seperti Dieng Culture Festival terbukti mampu meningkatkan eksposur dan pendapatan UMKM secara signifikan karena menjadi sarana promosi yang efektif bagi produk-produk lokal. Berikut penjelasan kriteria tersebut:

1. Fasilitas

Kriteria fasilitas dipilih karena kenyamanan wisatawan sangat bergantung pada infrastruktur yang tersedia, seperti tempat istirahat, toilet, dan aksesibilitas menuju lokasi wisata. Kualitas fasilitas yang kurang memadai sering menjadi faktor yang menghambat peningkatan jumlah kunjungan. Studi dari Middleton et al. (2009) menunjukkan bahwa fasilitas yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung dan meningkatkan kemungkinan kunjungan ulang. Berdasarkan kondisi Wisata Way Belerang menghadapi beberapa kendala dalam hal fasilitas dasar yang kurang

memadai. Atap di beberapa area tempat istirahat tidak kokoh dan kurang terawat, sehingga tidak memberikan perlindungan yang optimal bagi pengunjung saat hujan atau terik matahari. Kondisi fasilitas pendukung seperti toilet dan ketersediaan air bersih masih menjadi kendala di Way Belerang. Toilet yang tersedia kurang terawat dan jumlahnya terbatas, sehingga kurang mendukung kenyamanan pengunjung, terutama saat wisata sedang ramai. Selain itu, ketersediaan air bersih juga menjadi tantangan, baik untuk kebutuhan toilet maupun keperluan lainnya seperti mencuci tangan dan membasil badan setelah berendam. Dengan adanya peningkatan fasilitas, wisata ini dapat menjadi destinasi yang lebih menarik dan nyaman bagi wisatawan.

2. Promosi

Promosi juga menjadi kriteria utama karena masih terbatasnya strategi pemasaran yang digunakan oleh pengelola wisata Way Belerang. Saat ini, promosi wisata hanya dilakukan melalui media sosial, sehingga jangkauan informasinya belum optimal. Dengan meningkatkan strategi promosi, seperti kerja sama dengan influencer dan agen perjalanan, wisata ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan menarik lebih banyak pengunjung. Menurut Buhalis & Law (2008), pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran destinasi wisata dapat meningkatkan eksposur global dan daya saing industri pariwisata.

3. Daya Tarik

Daya tarik wisata merupakan faktor kunci yang mempengaruhi minat pengunjung untuk datang dan kembali berkunjung. Berdasarkan wawancara, pengelola menekankan perlunya inovasi dalam pengembangan daya tarik wisata agar lebih kompetitif dibandingkan dengan destinasi lainnya. Penambahan spot foto unik yang mencerminkan keindahan alam dan budaya setempat dapat meningkatkan daya tarik visual wisata. Selain itu, konsep wisata edukasi yang menjelaskan sejarah dan manfaat air belerang juga dapat menjadi nilai tambah yang menarik bagi wisatawan.

Menurut Gunn (1997), daya tarik wisata yang unik dan memiliki nilai edukatif dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan mendorong loyalitas pengunjung.

4. Pengembangan UMKM

Pengembangan UMKM di sekitar kawasan wisata menjadi aspek yang tidak kalah penting. Keberadaan UMKM dapat mendukung perekonomian lokal sekaligus meningkatkan pengalaman wisatawan melalui penyediaan produk khas daerah. Namun, saat ini variasi produk UMKM di kawasan wisata masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengembangan produk lokal, pelatihan bagi pelaku UMKM, serta peningkatan strategi pemasaran agar UMKM dapat berkembang dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat setempat. Studi dari Telfer & Sharpley (2008) menyebutkan bahwa integrasi sektor UMKM dalam pariwisata berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih autentik bagi pengunjung.

Dengan mempertimbangkan kriteria yang telah ditentukan berdasarkan wawancara dan penerapan metode AHP, strategi pengembangan wisata Way Belerang dapat difokuskan pada aspek-aspek yang memiliki dampak paling besar terhadap peningkatan kualitas dan daya tarik wisata. Hal ini akan membantu dalam penyusunan langkah-langkah konkret yang lebih efektif untuk menjadikan Way Belerang sebagai destinasi wisata yang lebih menarik dan berdaya saing tinggi.

Langkah 3. Menentukan Alternatif

Setelah menetapkan kriteria dalam analisis AHP, langkah berikutnya adalah menentukan alternatif strategi yang akan dibandingkan. Alternatif ini merupakan berbagai opsi pengembangan yang bisa diterapkan untuk memaksimalkan potensi wisata Way Belerang. Alternatif-alternatif ini akan dievaluasi berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya (potensi wisata, ekonomi, sosial, lingkungan,

dan dukungan stakeholder). Proses penentuan alternatif dilakukan dengan cara menyusun berbagai opsi pengembangan berdasarkan wawancara dengan pengelola wisata serta studi literatur terkait strategi pengembangan wisata (Saaty, 1980; Middleton et al., 2009). Pengelola wisata Way Belerang mengidentifikasi beberapa tantangan utama yang dihadapi, seperti kurangnya fasilitas yang memadai, minimnya promosi, daya tarik yang belum optimal, serta keterbatasan pengembangan UMKM lokal. Oleh karena itu, alternatif pengembangan disusun berdasarkan upaya yang paling efektif untuk mengatasi kendala tersebut. Berikut adalah beberapa alternatif pengembangan yang dipertimbangkan:

1. Fasilitas

Alternatif yang dipilih dalam kategori ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan serta mendukung aksesibilitas dan kebersihan lingkungan wisata. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengunjung sering mengeluhkan kurangnya fasilitas umum yang layak. Oleh karena itu, alternatif yang dipertimbangkan meliputi:

- a. Renovasi Atap dan Struktur Bangunan yaitu memperbaiki atap dan bangunan utama, terutama area tempat berteduh yang sering digunakan pengunjung.
- b. Peningkatan Fasilitas Toilet Umum yaitu membuat toilet yang lebih layak dan bersih, dilengkapi dengan fasilitas sanitasi yang memadai.
- c. Penambahan Air Bersih dan Tempat Bilas yaitu menambah pasokan air bersih untuk keperluan bilas dan menyediakan tempat bilas yang nyaman bagi pengunjung.

2. Promosi

Strategi promosi menjadi fokus utama karena wisata Way Belerang masih kurang dikenal di luar daerah. Berdasarkan wawancara, pengelola mengakui bahwa promosi selama ini hanya dilakukan secara terbatas melalui media sosial, sehingga alternatif berikut dipilih untuk meningkatkan eksposur wisata:

- a. Pembuatan Website dan Profil Media Sosial yaitu mengembangkan

website resmi dan mengoptimalkan penggunaan Instagram, TikTok, dan YouTube.

- b. Kerjasama dengan Influencer dan Travel Blogger yaitu mengundang influencer atau travel blogger terkenal untuk mempromosikan wisata Way Belerang.
- c. Berpartisipasi dalam Pameran dan Festival Wisata yaitu mengikuti pameran wisata di tingkat lokal maupun nasional untuk memperkenalkan destinasi Way Belerang.

3. Daya Tarik

Daya tarik wisata Way Belerang perlu diperkuat agar lebih kompetitif dibandingkan destinasi sejenis. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola menekankan pentingnya inovasi dalam aspek estetika dan pengalaman wisatawan. Alternatif yang dipilih mencakup:

- a. Menambahkan Spot Foto Unik dan Instagramable yaitu membuat spot foto yang menarik dan unik agar pengunjung tertarik untuk berfoto dan membagikannya di media sosial.
- b. Membuat Wisata Edukasi dan Tur Panduan yaitu mengadakan tur panduan yang menjelaskan sejarah dan keunikan Way Belerang, termasuk manfaat air belerang bagi kesehatan.
- c. Menyediakan Fasilitas Hiburan dan Permainan Air yaitu menambahkan fasilitas permainan air seperti perosotan air atau kano untuk menarik lebih banyak pengunjung.

4. Pengembangan UMKM

Sektor UMKM menjadi bagian integral dari pengembangan wisata yang berkelanjutan. Wawancara dengan pelaku UMKM lokal menunjukkan bahwa keterbatasan variasi produk dan kurangnya strategi pemasaran menjadi kendala utama. Oleh karena itu, alternatif pengembangan yang dipilih meliputi:

- a. Diversifikasi Produk UMKM yaitu mengembangkan produk baru yang

unik dan khas dari Desa Buah Berak seperti souvenir berbahan lokal.

- b. Peningkatan Kualitas Kemasan Produk UMKM yaitu mengubah kemasan produk menjadi lebih menarik dan profesional untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual.
- c. Mengadakan Festival Produk Lokal yaitu mengadakan festival atau bazar produk lokal di area wisata untuk mempromosikan produk UMKM kepada pengunjung.

Langkah 4. Menentukan Responden

Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada beberapa kelompok responden yang relevan dengan pengembangan objek wisata Way Belerang:

1. Pengelola Wisata Way Belerang (1 responden)
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan (3 responden)
3. Dosen Jurusan Pariwisata Fakultas Teknologi Infrastruktur dan Kewilayahan ITERA (1 responden)
4. Dinas Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Lampung Selatan (1 responden)
5. Ketua Kelompok Sadar Wisata Desa Buah Berak (1 responden)
6. Pedagang (2 responden)

Langkah 5. Penyusunan Struktur Hirarki

Langkah kelima adalah menyusun matriks dari hasil rata-rata yang didapat dari sejumlah responden tersebut. Kemudian hasil tersebut diolah menggunakan expert choice versi 11.0.

Langkah 6. Pemberian Bobot Kriteria

Langkah keenam, menganalisis hasil olahan dari expert choice versi 11.0 untuk mengetahui hasil nilai inkonsistensi dan prioritas. Jika nilai konsistensinya lebih dari 0,10 maka hasil tersebut tidak konsisten, namun jika nilai tersebut kurang dari

0,10 maka hasil tersebut dikatakan konsisten.

Langkah 7. Konstruksi Matriks Perbandingan

Penentuan skala prioritas dari kriteria dan alternatif untuk mencapai tujuan mengembangkan wisata Way Belerang Kalianda. Untuk menetapkan prioritas elemen-elemen dalam suatu pengambilan keputusan dapat digunakan matrik perbandingan berpasangan (*pairwise comparison matrix*). Matriks tersebut menggambarkan kontribusi relatif atau pengaruh setiap elemen terhadap tujuan atau kriteria yang setingkat di atasnya. Pembobotan pada matriks berpasangan ini menganut asas resiprokal, yakni jika kriteria A dibandingkan dengan kriteria B mendapatkan nilai 3, maka kriteria B dibandingkan dengan kriteria A akan memperoleh nilai $\frac{1}{3}$.

Tabel 3. 2 Matriks Perbandingan Berpasangan untuk Kriteria terhadap Tujuan

Kriteria	Fasilitas (K1)	Promosi (K2)	Daya Tarik (K3)	Pengembangan UMKM (K4)
Fasilitas (K1)	1	3	2	5
Promosi (K2)	$\frac{1}{3}$	1	$\frac{1}{2}$	3
Daya Tarik (K3)	$\frac{1}{2}$	2	1	4
Pengembangan UMKM (K4)	$\frac{1}{5}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{1}{3}$	1

Penjelasan Matriks

- Diagonal : Setiap kriteria dibandingkan dengan dirinya sendiri, sehingga nilai diagonal adalah 1.
- Nilai Resiprokal : Jika kriteria A lebih penting dibandingkan kriteria B dengan rasio 3:1, maka A akan mendapatkan nilai 3 dan B mendapatkan nilai $\frac{1}{3}$. Contohnya, jika Fasilitas adalah 3 lebih penting daripada Promosi, maka nilai di sel (K1,K2) adalah 3, sedangkan di sel (K2,K1) adalah $\frac{1}{3}$.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Way Belerang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata unggulan. Selain pemandian air panas alami yang bermanfaat bagi kesehatan, lokasinya yang berada di kaki Gunung Rajabasa menawarkan panorama indah dan udara sejuk, cocok untuk ekowisata dan edukasi alam. Kekayaan budaya lokal, seperti seni tradisional dan ritual adat, menambah daya tarik wisata budaya. Wilayah sekitarnya juga berpotensi dikembangkan menjadi agrowisata dengan kebun kopi, lada, dan tanaman herbal. Keindahan alamnya menjadikan tempat ini menarik untuk fotografi dan konten digital. Selain itu, pengembangan UMKM lokal dapat meningkatkan perekonomian masyarakat melalui produk khas dan layanan wisata berbasis kearifan lokal. Namun, pengembangan wisata ini menghadapi beberapa tantangan, antara lain minimnya fasilitas penunjang seperti toilet dan air bilas yang layak, keterbatasan aksesibilitas, kurangnya inovasi dalam pengembangan daya tarik, rendahnya efektivitas promosi, serta keterbatasan produk UMKM yang belum mencerminkan identitas lokal secara optimal.
2. Melalui pendekatan AHP, penelitian ini berhasil mengidentifikasi prioritas strategi pengembangan wisata berdasarkan bobot kriteria dan alternatif yang telah ditentukan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa kriteria fasilitas memiliki bobot tertinggi dalam pengembangan (diikuti oleh promosi, daya tarik, dan pengembangan UMKM). Alternatif strategi prioritas yang terpilih adalah: (1)

peningkatan fasilitas berupa renovasi infrastruktur dan penambahan air bersih serta tempat bilas; (2) promosi melalui media digital dengan pembuatan website dan kerja sama dengan influencer; (3) penciptaan daya tarik tambahan seperti spot foto dan wisata edukasi; dan (4) diversifikasi produk UMKM melalui peningkatan kualitas kemasan dan penyelenggaraan festival produk lokal.

3. Berdasarkan hasil analisis AHP, strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi: (a) perbaikan fasilitas fisik sebagai upaya utama untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan; (b) penguatan promosi digital untuk meningkatkan jangkauan pasar; (c) pengembangan atraksi wisata baru yang kreatif dan interaktif; serta (d) pemberdayaan UMKM lokal melalui inovasi produk dan pelibatan dalam kegiatan promosi destinasi. Strategi-strategi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing Way Belerang sebagai destinasi wisata unggulan dan mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Lampung Selatan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, beberapa saran dapat diberikan untuk pengelolaan objek wisata Way Belerang dengan mempertimbangkan jangka pendek, menengah, dan panjang agar strategi pengembangan dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan:

1. Jangka Pendek

Meningkatkan kualitas fasilitas dasar, seperti perbaikan toilet, penyediaan air bersih, dan penambahan tempat bilas. Memperkuat strategi pemasaran melalui media sosial dan platform digital lainnya untuk meningkatkan eksposur wisata ini.

2. Jangka Menengah

Mengembangkan daya tarik wisata dengan menambahkan spot foto unik, wisata edukatif, serta aktivitas rekreasi seperti kolam renang yang lebih modern. Mengadakan pelatihan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan variasi produk lokal serta memperbaiki kualitas kemasan dan pemasaran digital.

3. Jangka Panjang

Menerapkan pengelolaan wisata berbasis keberlanjutan dengan sistem sertifikasi eduwisata dan pelatihan SDM di bidang pariwisata. Menjalin kemitraan strategis dengan investor, pemerintah daerah, serta komunitas wisata guna mendukung pengembangan jangka panjang wisata Way Belerang.

Dengan menerapkan strategi yang berbasis analisis dan mempertimbangkan prioritas dalam berbagai aspek, wisata Way Belerang diharapkan dapat berkembang lebih optimal, dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi lingkungan dan masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Altab, M., Faida, L. R. W., & Fandeli, C. (2020). PENGEMBANGAN EKOWISATA BAHARI DI KECAMATAN PADANG CERMIN KABUPATEN PESAWARAN PROVINSI LAMPUNG (Marine Ecotourism Development in Padang Cermin, Pesawaran, Lampung). *Jurnal Manusia Dan Lingkungan*, 25(2), 53. <https://doi.org/10.22146/jml.23044>
- Andian, M. D., & Aida, N. (2023). Strategi Efektif Pengembangan Pariwisata Pantai Mutun Sebagai Wisata Bahari di Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. *Journal on Education*, 5(3), 9561–9572. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1828>
- Arjana, I. G. B. (2017). *Geografi pariwisata dan ekonomi kreatif*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Asadpourian, Z., Rahimian, M., & Gholamrezai, S. (2020). SWOT-AHP-TOWS Analysis for Sustainable Ecotourism Development in the Best Area in Lorestan Province, Iran. *Social Indicators Research*, 152(1), 289–315. <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02438-0>
- Basak, I., & Saaty, T. (1993). Group decision making using the analytic hierarchy process. *Mathematical and Computer Modelling*, 17(4–5), 101–109. [https://doi.org/10.1016/0895-7177\(93\)90179-3](https://doi.org/10.1016/0895-7177(93)90179-3)
- B, A., Nugroho, R. A., Dewanti, A. N., & Astha, D. P. (2024). Strategi Pengembangan Fasilitas Pariwisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Destinasi Wisata Pantai Labobo. *COMPACT: Spatial Development Journal*, 3(1). <https://doi.org/10.35718/compact.v3i1.1141>

- Chiang, C., Megantari, K., & Anggoro, A. D. (2022). Peran Influencer Dalam Strategi Promosi Wisata Kuliner di Ponorogo (Akun Instagram@ ariesskuliner). *CONTENT: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Dian, R., Purba, B. M., Rumapea, N. H., & Pinem, D. E. (2024). Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Berkelanjutan Di Belawan Sicanang Kecamatan Medan Belawan Kota Medan. *Jurnal Darma Agung*, 32(3), 246-258.
- Dinas Pariwisata Provinsi Lampung. (2024). *Jumlah Pengunjung Wisata Provinsi Lampung*.
- Dinas Pariwisata Provinsi Lampung. (2024). *Jumlah Pengunjung Wisata Way Belerang*.
- Dinas Pariwisata Provinsi Lampung. (2024). *Jumlah Pengunjung Objek Wisata*.
- Edison, E., Kurnia, M. H., & Indrianty, S. (2020). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Sanghyang Kenit Desa Rajamandala Kulon Bandung Barat. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 96-109.
- Fan, P., Zhu, Y., Ye, Z., Zhang, G., Gu, S., Shen, Q., Meshram, S. G., & Alvandi, E. (2023). Identification and Prioritization of Tourism Development Strategies Using SWOT, QSPM, and AHP: A Case Study of Changbai Mountain in China. *Sustainability (Switzerland)*, 15(6), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su15064962>
- Iman, S. N., & Winata, E. (2024). Pengembangan Objek Wisata Pemandian Air Panas Pariban di Kabupaten Karo , Sumatera Utara. *SEIKO : Journal of Management & Business Strategi*, 7(2), 674–681.
- Judisseno, R. K. (2017). *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata*. Gramedia Pustaka Utama.
- KEMENPAREKRAF. (2020). Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia*, 1–68. https://bankdata.kemenparekraf.go.id/upload/document_satker/a6d2d69c8056a29657be2b5ac3107797.pdf

- Kisi, N. (2019). A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A'WOT Hybrid Method: A Case Study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/su11040964>
- Klau, W. W., Fanggidae, A. H. J., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. P. C. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan : Studi Pada Objek Wisata Fulan Fehan. *Jurnal Studi Perhotelan Dan Pariwisata*, 1(2), 53–61. <https://doi.org/10.35912/jspp.v1i2.2214>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited
- Marimin, M. (2022). Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk. *PT. Grasindo, Jakarta*.
- Mun'im, A. (2022). Penyempurnaan Pengukuran Kontribusi Pariwisata: Alternatif Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 16(1), 1-14.
- Oktavianti, D. (2021). Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Desa Sriminosari Labuhan Maringgai Lampung Timur. *Fisheries Of Wallacea Journal*, 2(2), 64-69.
- Pitana, I., & Gayatri, P. G. (2005). Sosiologi pariwisata.
- Prasetyo, B., & Suryoko, S. (2018). Dampak pengembangan pariwisata terhadap perkembangan umkm pada kawasan wisata Dieng. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 310-320.
- Putri, W. A. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Camintoran Kabupaten Solok Selatan. Universitas Negeri Padang.
- Rafsanjani. A. (2018). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Talangindah Bukit Pongan di Kabupaten Peringsewu Provinsi Lampung. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 3(2), 113–126.
- Ramadani, M., & Masniadi, R. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Prasejarah

- (Studi Pada Situs Sarcophagus di Desa Batu Tering). *Nusantara Journal of Economics (NJE)*, 3(1), 1–8.
- Subuh, R. D., & Soamole, F. (2021). Fasilitas Sanitasi Pada Objek Wisata Jikomalamo. *Tekstual*, 19(1), 20-30.
- Sumarsono, H., Arti, H. W., & Soesilo, Y. H. (2020). *The Development Strategy of Tourism Sector in Ponorogo, Indonesia*. 124, 994–1004. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.169>
- Syaifullah. 2010. Pengenalan Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Syaifullah 08.wordpress.com
- UNWTO. (2013). 2013 Edition Tourism in the world : key figures. *United Nations World Tourism Organization*, 4, 1–16.
- Wibowo, M. S., & Belia, L. A. (2023). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 25-32.
- Yanti, D. (2020). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan kunjungan wisata di Danau Toba. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 16-26.
- Yoeti, O. A. (2008). *Tourism Planning and Development*. Jakarta: PT Pradaya Paramita.
- Yoeti, O.A. (2016a). *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta Timur: Balai Pustaka.
- Yoeti, O. A. (2016b). *Perencanaan dan Pembangunan Pariwisata*. PT. Balai Pustaka Persero: Jakarta.