

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA AIR SANIH DI DESA

BUKTI

Oleh

Arga Bahana Agung Irawan, NIM 1414031008

Program Studi Pendidikan Geografi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) mendeskripsikan persepsi wisatawan terhadap Objek Wisata Air Sanih (2) menganalisis penerapan strategi yang tepat dalam mengembangkan Objek Wisata Air Sanih. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Air Sanih, domestik dan mancanegara. Pengambilan sampel ditentukan secara kuota sejumlah 100 responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) persepsi wisatawan terhadap Objek Wisata Air Sanih terkait dengan 4 komponen pariwisata (*attractions, accessibilities, amenities dan ancillary*) mendapatkan skor rata-rata 311 dengan kategori cukup baik. Hasil ini didapat karena banyak wisatawan tertarik dengan kebersihan kolam pemandian dan airnya yang berasal dari sumber mata air, memiliki taman, dan *view* pantai. (2) rencana strategis untuk pengembangan Objek Wisata Air Sanih adalah mengembangkan atraksi dengan cara menambah wahana bermain, memberikan sentuhan kearifan lokal dan menata ulang tempat parkir agar lebih layak untuk digunakan.

Kata kunci; pariwisata, persepsi, strategi

DEVELOPMENT STRATEGY OF SANIH WATER TOURISM VILLAGE IN BUKTI VILLAGE

By

Arga Bahana Agung Irawan, NIM 1414031008

ABSTRACT

This study aims (1) to describe the perceptions of tourists towards Sanih Water Tourism Objects (2) analyze the application of appropriate strategies in developing Sanih Water Tourism Objects. The population in this study are tourists visiting the Sanih Water Objects, domestic and foreign. Sampling was determined by a quota of 100 respondents. The design used in this study was descriptive with qualitative analysis. The results showed that (1) tourist perceptions of Sanih Water Objects related to 4 components of tourism (attractions, accessibilities, amenities and ancillary) get an average score of 311 with quite good category. This result is obtained because many tourists are interested in the cleanliness of the bathing ponds and the water that comes from springs, has parks, and beach views. (2) the strategic plan for developing Sanih Water Objects is to develop attractions by adding playgrounds, providing a touch of local wisdom and rearranging parking spaces to make them more suitable for use.

Keywords: tourism, perception, strategy

