

ANALISIS DAYA SAING OBYEK WISATA PANTAI MENGANTI, KECAMATAN AYAH, KABUPATEN KEBUMEN

Alqorina Prafita Danty*, Ulul Hidayah

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia

*Penulis korespondensi: alqorinaprafita@gmail.com

ABSTRAK

Pantai Menganti merupakan salah satu obyek wisata pantai di Kabupaten Kebumen yang memiliki daya tarik dan potensi yang tinggi dalam mendukung sektor pariwisata di Kabupaten Kebumen. Meskipun memiliki daya tarik, suatu obyek wisata juga harus memiliki daya saing yang baik agar dapat terus berkembang dan bersaing dengan obyek wisata lainnya. Oleh sebab itu diperlukan suatu analisis terkait daya saing obyek wisata Pantai Menganti dengan tujuan untuk mengidentifikasi tingkat daya saing obyek wisata Pantai Menganti dalam mencapai pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing. Analisis daya saing obyek wisata Pantai Menganti dilihat dari empat aspek yaitu atraksi (*attraction*), fasilitas (*amenities*), aksesibilitas (*accessibility*), dan layanan tambahan (*ancillary service*). Metode yang digunakan dalam penelitian karya ilmiah ini yaitu metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan teknik skoring untuk mendapatkan total nilai dari empat aspek tersebut, sehingga total nilai tersebut dapat digunakan untuk mengkategorikan tingkat daya saing obyek wisata Pantai Menganti. Berdasarkan pada hasil analisis diperoleh skor daya saing Pantai Menganti yaitu 2,10 dengan kategori daya saing cukup atau sedang. Aspek atraksi merupakan aspek dengan skor tertinggi yaitu 0,677, skor aspek fasilitas yaitu 0,592, skor aspek layanan tambahan yaitu 0,586, sedangkan aspek aksesibilitas memperoleh skor terendah jika dibandingkan dengan aspek lainnya yaitu sebesar 0,25. Daya tarik alam dan buatan serta harga tiket yang terjangkau merupakan faktor yang mempengaruhi tingginya skor aspek atraksi. Rendahnya skor aspek aksesibilitas disebabkan karena kondisi jalan serta terbatasnya transportasi publik yang ada. Meskipun tergolong cukup baik, akan tetapi daya saing Pantai Menganti belumlah optimal dan masih dapat ditingkatkan khususnya pada aspek aksesibilitasnya agar dapat menjadi obyek wisata yang lebih berdaya saing serta berkelanjutan.

Kata kunci: daya saing, obyek wisata, pantai menganti

1 PENDAHULUAN

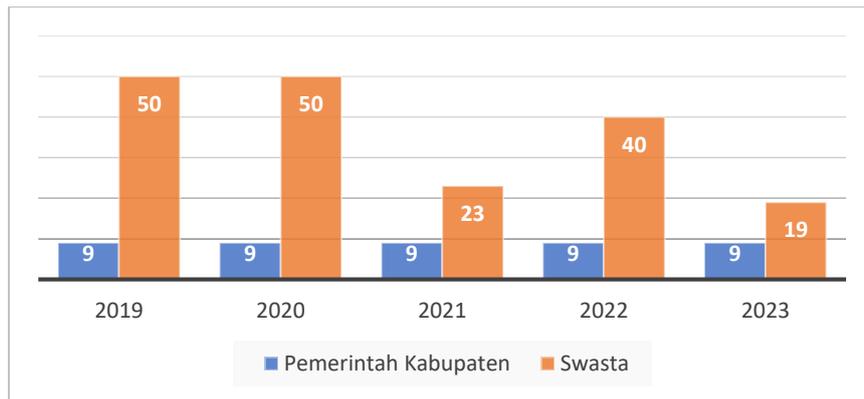
Daya saing pariwisata diartikan sebagai kemampuan suatu destinasi pariwisata untuk memberikan nilai tambah dalam produk pariwisatanya dengan tetap menjaga keberlanjutan sumber daya yang ada serta tetap mempertahankan posisi di pasarnya (Aquilino & Wise, 2016). Daya saing pariwisata merupakan hal yang kompleks karena melibatkan berbagai stakeholder, variabel, perspektif, serta ruang lingkup yang beragam (Khaeril *et al.*, 2020). Pada umumnya tidak ada konsep daya saing destinasi yang bersifat kaku dan dapat diterima secara luas karena pada dasarnya daya saing destinasi pariwisata merupakan fungsi dari segmen pasar untuk menarik pengunjung dan memberikan kepuasan dan pengalaman yang berkesan, sehingga salah satu cara untuk mengukur daya saing suatu destinasi adalah melalui persepsi wisatawan itu sendiri (Ashoer *et al.*, 2021). Dalam membangun daya saing destinasi wisata agar dapat berhasil di pasar global dibutuhkan suatu citra destinasi positif untuk membantu meningkatkan daya tarik dan daya saing suatu obyek wisata yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Daya saing suatu obyek wisata akan membantu dalam mendukung citra destinasi

suatu obyek wisata melalui keunikan, kekhasan, serta produk wisata yang ditawarkan oleh suatu obyek wisata. Oleh karena itu konsep daya saing telah banyak diterapkan dalam bidang pariwisata dengan berbagai pendekatan serta variabel ataupun aspek yang berbeda-beda.

Pengembangan model daya saing suatu destinasi wisata juga dapat berfokus pada *destination image*, *diamond of national competitiveness*, ataupun menggabungkan berbagai model sesuai dengan kondisi destinasi wisata yang dikaji (Khaeril, et al., 2020). Khotimah dan Wilopo (2017) dalam (Ashoer, et al., 2021) juga berpendapat bahwa dalam pengembangan destinasi wisata juga dipengaruhi oleh beberapa hal seperti atraksi (*attraction*), fasilitas (*amenities*), aksesibilitas (*accessibility*), dan layanan tambahan (*ancillary service*). Sebagai contohnya dalam berbagai penelitian dengan lingkup makro seperti level regional ataupun negara biasanya menggunakan variabel pengukuran berdasarkan pada indikator *World Travel and Tourism Council* seperti penelitian yang dilakukan oleh Yasti et al. (2022). Pada penelitian yang dilakukan oleh Mukhayar, et al., (2019) menggunakan variabel *attraction*, *amenities*, serta *accessibility* yang mengacu pada Peraturan Daerah Sulawesi Tenggara No 5 Tahun 2016. Sedangkan penelitian ini menggabungkan perspektif pengunjung melalui pendekatan *diamond Porter* melalui empat aspek yaitu atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan tambahan secara holistik. Keempat aspek tersebut termasuk kedalam komponen penawaran dalam pariwisata yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan (Eddyono, 2021).

Berdasarkan pada Rencana Strategis Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019 dalam rangka mewujudkan pembangunan daerah membagi urusan pemerintahan menjadi tiga yaitu urusan wajib pelayanan dasar, urusan wajib bukan pelayanan dasar, serta urusan pilihan. Sektor pariwisata termasuk kedalam urusan pilihan dan juga menjadi salah satu isu strategis di bidang kepemudaan, olahraga, dan pariwisata di Provinsi Jawa Tengah yaitu mengenai peningkatan daya saing kepariwisataan. Kabupaten Kebumen merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi pariwisata. Berdasarkan RTRW Jawa Tengah Tahun 2009-2029, kawasan peruntukan pengembangan pariwisata terbagi menjadi empat yaitu kawasan pengembangan pariwisata A, B, C, dan D. Kabupaten Kebumen termasuk ke dalam kawasan pengembangan pariwisata D (Koridor Cilacap - Kebumen - Purworejo). Kabupaten Kebumen memiliki lokasi yang strategis karena berbatasan dengan Samudra Hindia di bagian selatan, sehingga menjadikan daerah ini memiliki banyak obyek pariwisata berupa pantai yang indah. Sebagai salah satu kabupaten yang termasuk ke dalam kawasan pengembangan pariwisata, Kabupaten Kebumen memiliki visi pembangunan kepariwisataan yaitu “terwujudnya Kabupaten Kebumen sebagai destinasi wisata yang berdaya saing untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat”. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kebumen No. 7 Tahun 2017 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Kebumen Tahun 2017-2025, peningkatan daya saing pariwisata dapat dilihat dari daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, dan aksesibilitas.

Kabupaten Kebumen memiliki banyak destinasi wisata baik yang dikelola oleh pemerintah daerah ataupun pihak swasta (Gambar 1.1). Obyek wisata yang dikelola oleh pemerintah daerah sejak tahun 2019-2023 memiliki jumlah yang tetap yaitu 9 obyek wisata, sedangkan obyek wisata yang dikelola oleh swasta cenderung fluktuatif dalam kurun waktu lima tahun terakhir yang awalnya berjumlah 50 obyek wisata pada tahun 2019 menjadi 19 obyek wisata pada tahun 2023. Perubahan jumlah obyek wisata tersebut tentunya berhubungan dengan kemampuan daya saing suatu obyek wisata untuk bertahan dalam menghadapi berbagai persaingan ataupun ancaman yang ada. Itulah mengapa suatu obyek wisata diharapkan dapat berdaya saing agar mampu mempertahankan posisinya sehingga dapat terus berkembang dan bersaing di pasarnya.



Sumber: Satu Data Kabupaten Kebumen, 2023

Gambar 1. Jumlah Obyek Wisata di Kabupaten Kebumen Berdasarkan Pengelolaannya

Meskipun jumlah obyek wisata yang dikelola oleh swasta mengalami kenaikan dan penurunan akan tetapi apabila dilihat dari sisi pengunjung, wisatawan cenderung lebih memilih mengunjungi obyek wisata milik swasta ataupun yang dikelola oleh desa. Hal ini dikarenakan adanya inovasi yang lebih menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Obyek wisata yang dikelola oleh pemerintah daerah dinilai kurang bersaing dengan obyek wisata yang dikelola oleh swasta karena kurang terpeliharanya sarana prasarana, kurangnya kualitas infrastruktur, tidak adanya inovasi pengembangan obyek wisata, serta kurang terintegrasinya paket wisata yang ada (Satu Data Kabupaten Kebumen, 2023). Pengelolaan obyek wisata oleh pihak swasta bukanlah hal yang baru karena memang pihak swasta memiliki pendanaan yang baik, dapat mengikuti perkembangan pasar, memiliki tenaga kerja yang profesional, lebih bersifat fleksibel, akan tetapi terkadang terkendala oleh berbagai kewenangan yang ada serta sulit mendapatkan perizinan (Cahyo & Nuryanti, 2018). Di lain pihak, pemerintah daerah dinilai memiliki akses dan kewenangan yang kuat, tetapi terbatas dalam pendanaan, bersifat lambat, rendahnya kualitas SDM yang ada, serta rentan terhadap kondisi politik yang tidak stabil (Cahyo & Nuryanti, 2018).

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Kebumen No. 1 Tahun 2003 Tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Kebumen, Pantai Menganti termasuk ke dalam Sub-Unit Kawasan Wisata I wilayah Gombang bagian selatan, dimana wilayah Gombang atau Karst Gombang ini merupakan salah satu Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten (KSPK) yang memiliki daya tarik wisata berupa bentang alam karst dan pantai yang indah. Pantai Menganti dibuka sebagai obyek wisata pada tahun 2011, menurut data Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka Tahun 2022 pengunjung Pantai Menganti pada tahun 2022 sebanyak 556.661 orang dengan total pendapatan yang diperoleh sebesar Rp 10.723.050.000. Sudah bertahan lebih dari satu dekade tentu saja membuat Pantai Menganti memiliki daya tarik tersendiri. Hal tersebut dibuktikan dengan rating Pantai Menganti di Google pada Januari 2024 yang cukup baik yaitu 4,7 dengan 3.590 ulasan, sedangkan pada bulan April 2024 yaitu 4,6 dengan 4.581 ulasan (Google, 2024). Selain itu Pantai Menganti juga masuk ke dalam rekomendasi website wisata traveloka sebagai pantai dengan pemandangan alam yang indah (Traveloka, 2022) dan juga website tripadvisor sebagai pantai favorit wisatawan di Kabupaten Kebumen (Tripadvisor, 2024). Pantai Menganti sebagai salah satu destinasi strategis di dalam sektor kepariwisataan tentunya harus mampu bersaing dengan obyek wisata yang berada di satu desa yang sama, satu kecamatan yang sama ataupun obyek wisata yang berada di kecamatan lainnya, baik obyek wisata yang dikelola oleh pemerintah daerah maupun oleh pihak swasta. Banyaknya obyek wisata yang ada dengan berbagai daya tarik berbeda itulah yang memunculkan sifat kompetitif serta dapat pula menjadi sebuah ancaman bagi Pantai Menganti.

Kemampuan daya saing obyek wisata menjadi hal yang penting karena mempertahankan dan mengembangkan obyek wisata bukanlah hal yang mudah terlebih lagi Kabupaten Kebumen memiliki banyak obyek wisata yang juga indah dan tidak kalah menarik dari Pantai Menganti. Adanya daya saing ini akan mempengaruhi persepsi dan minat wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut, dimana daya saing ini dapat membentuk keberhasilan destinasi wisata di pasarnya sehingga diperlukan analisis daya saing untuk mengetahui tingkat daya saing Pantai Menganti dan faktor apa saja yang mempengaruhinya. Maka dari itu penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengidentifikasi serta menganalisis tingkat daya saing obyek wisata Pantai Menganti dalam mencapai pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing.

2 METODE

Lokasi dalam penelitian ini yaitu Pantai Menganti yang merupakan salah satu obyek wisata pantai yang berada di Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen. Pantai Menganti dipilih sebagai lokasi dalam penelitian ini karena Pantai Menganti memiliki daya tarik yang tinggi dengan keindahan pantainya, fasilitas yang disediakan, serta jumlah pengunjung yang cukup banyak setiap tahunnya. Selain itu Pantai Menganti juga termasuk ke dalam lokasi pariwisata yang disebutkan dalam RTRW Kabupaten Kebumen Tahun 2024-2044.

Pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari dua, yaitu pengumpulan data sekunder dan data primer. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, baik berasal dari situs web, publikasi pemerintahan, telaah dokumen instansi, jurnal penelitian, dan lain sebagainya. Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara telaah dokumen. Sedangkan data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lapangan sehingga data yang ada dapat mencerminkan kondisi sebenarnya. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner.

Pemilihan responden untuk kuesioner menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik pemilihan sampel yang dilakukan dengan memberikan kriteria tertentu sebagai syarat pemilihan responden agar sesuai dengan penelitian yang sedang dikaji. Populasi dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang pernah mengunjungi obyek wisata Pantai Menganti. Menurut Rao Purba (1996) dalam (Dianing, 2020) apabila sampel yang dipilih berasal dari populasi yang besar ataupun jumlahnya tidak diketahui maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2} \quad (1)$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

Z : tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)

Moe : margin of error atau batas toleransi kesalahan (10% = 0,1)

Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu responden minimal berusia 17 tahun, responden setidaknya pernah mengunjungi Pantai Menganti minimal satu kali, responden juga sudah pernah mengunjungi obyek wisata pantai lainnya di Kabupaten Kebumen minimal satu pantai selain Pantai Menganti, responden pernah mengunjungi obyek wisata pantai di luar

Kabupaten Kebumen, serta total responden dibulatkan menjadi 100 orang yang berasal dari berbagai latar belakang berbeda. Pengambilan data ini dilakukan dalam rentan waktu Bulan April hingga Bulan Mei 2024.

Metode analisis merupakan suatu cara ataupun pendekatan yang digunakan dalam proses pengolahan data. Metode analisis yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini berupa metode deskriptif. Menurut Whitney (1960) dalam (Nazir, 2014) yang dimaksud dengan metode deskriptif adalah suatu metode pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode deskriptif yang digunakan terdiri dari deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Metode kualitatif adalah pendekatan pengolahan data secara mendalam. Sedangkan metode kuantitatif merupakan pendekatan dengan pengolahan data melalui metode statistik yang terkumpul baik dari data sekunder maupun data primer agar lebih terukur dan komprehensif (Globalstats Academic, 2019).

Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik *skoring* atau pembobotan. Teknik *skoring* atau pembobotan merupakan suatu alat analisis yang berguna dalam pengambilan keputusan dengan menggunakan berbagai indikator kemudian memberikan skor pada masing-masing indikator tersebut. *Skoring* atau pembobotan dapat dilakukan secara objektif ataupun subjektif. *Skoring* dilakukan secara objektif apabila digunakan dengan memakai perhitungan secara statistika. Sedangkan *skoring* digunakan secara subjektif apabila dalam proses penerapannya menggunakan berbagai macam pertimbangan tertentu tergantung pada masalah ataupun penelitian yang sedang dibahas. Teknik *skoring* pada proses penyusunan penelitian ini digunakan untuk melakukan pembobotan pada empat aspek yaitu atraksi (*attraction*), fasilitas (*amenities*), aksesibilitas (*accessibility*), dan layanan tambahan (*ancillary service*). Penelitian ini juga menggunakan skala *likert* untuk membantu mengukur pendapat atau persepsi responden mengenai topik yang dibahas dengan menggunakan skala 1-3 (Sugiyono, 2009). Responden yang berpartisipasi dapat memberikan skor antara 1-3 pada pertanyaan yang ditanyakan melalui form kuesioner. Skor 1 merupakan skor dengan penilaian terendah, skor 2 merupakan skor dengan penilaian sedang atau cukup baik, dan skor 3 merupakan skor dengan penilaian tertinggi. Penggunaan skor 1-3 dipilih karena lebih sederhana dan mudah dipahami oleh responden, sehingga akan membantu memudahkan dalam pengumpulan data. Apabila semua indikator dalam aspek telah memiliki skor, maka dapat dilakukan perhitungan nilai. Setelah di dapatkan nilai dari perhitungan aspek tersebut maka akan diketahui indeks kategori daya saing obyek wisata Pantai Menganti.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan UU No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata termasuk pengusaha obyek serta usaha terkait di bidang tersebut. Menurut Nurlaila (2021) dalam (Sutrisno & Sarjanti, 2023) komponen pariwisata terdiri dari atraksi, sarana prasarana, aksesibilitas, dan layanan tambahan. Pariwisata tidak dapat dipisahkan dengan obyek wisata, pariwisata dan obyek wisata merupakan dua hal yang berbeda akan tetapi saling terkait. Apabila pariwisata dapat dikatakan sebagai perjalanan untuk menikmati destinasi wisata, maka obyek wisata merupakan tempat atau lokasi yang memiliki daya tarik dan memberikan kepuasan sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Pada masa kini pengembangan pariwisata diarahkan agar berkelanjutan. Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan juga harus mementingkan kepuasan wisatawan, memberikan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan, serta dapat membantu meningkatkan kesadaran wisatawan akan pentingnya *sustainable tourism development* (Isdarmanto, 2017). Selain itu pariwisata yang berkelanjutan juga harus memperhatikan pentingnya keseimbangan, kualitas, serta kontinuitas dari suatu

obyek wisata. Oleh karena itu tidak hanya daya tarik saja, tetapi daya saing juga menjadi hal penting dalam pariwisata.

Daya saing pariwisata merupakan suatu kemampuan dalam mengoptimalkan daya tarik wisata dengan memberikan kualitas, inovasi, serta pelayanan yang menarik bagi wisatawan (Andrades & Dimanche, 2017). Pendekatan daya saing dengan lingkup mikro dilakukan dengan mengadopsi Model Diamond Porter 4A dengan menggunakan indikator aspek atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan tambahan atau yang dapat disebut juga dengan konsep 4A (*attraction, amenities, accessibility, ancillary service*). Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi ataupun mengukur daya saing suatu obyek wisata agar dapat diketahui keunggulannya sehingga dapat membantu untuk menjadikannya sebagai produk unggulan atau *diamond* (Valiollahpour, et.al, 2014) dalam (Hakim & Sutanto, 2022).

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi di sektor pariwisata. Kabupaten Kebumen memiliki wilayah pesisir seluas 36,6 km² dengan panjang pantainya 57,5 km yang dapat membantu mendorong pengembangan sektor pariwisata yang juga dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Salah satu pantai yang memiliki daya tarik tinggi di Kabupaten Kebumen adalah Pantai Menganti. Pantai Menganti terletak di Desa Karangduwur, Kecamatan Ayah. Pantai Menganti memiliki luas 43,75 hektar yang telah resmi dibuka pada tahun 2011. Pada awalnya Pantai Menganti dimanfaatkan sebagai lokasi untuk mendaratnya kapal nelayan serta digunakan pula sebagai Tempat Pelelangan Ikan (TPI). Akan tetapi seiring dengan berjalannya waktu Pantai Menganti dikembangkan sebagai obyek wisata pantai yang dikelola oleh Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Sengkuyung Makmur Karangduwur yang bekerjasama dengan Perum Perhutani, Badan Perwakilan Desa (BPD), Karang Taruna Desa Karangduwur, dan masyarakat sekitar. Pantai Menganti merupakan salah satu destinasi obyek wisata yang sangat menarik karena memiliki pasir putih, panorama perbukitan tebing karst, berbagai macam spot menarik, serta Pantai Menganti juga termasuk ke dalam 41 destinasi wisata Geopark Karangsambung Karangbolong (Peraturan Daerah Kabupaten Kebumen No 3 Tahun 2022 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Taman Bumi Geopark Karangsambung Karangbolong). Adanya berbagai daya tarik ini tentunya dapat dijadikan sebagai peluang dalam menjadikan Pantai Menganti sebagai destinasi obyek wisata yang memiliki daya jual tinggi dan berdaya saing di pasarnya (Perum Perhutani, 2020). Adanya atraksi akan membuat wisatawan berminat untuk berkunjung ke suatu obyek wisata yang di dorong pula oleh berbagai macam kemudahan berupa fasilitas, aksesibilitas, dan layanan yang akan dibutuhkan wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya saat mengunjungi obyek wisata (Robert Christie Mill, 1990) dalam (Isdarmanto, 2017).

3.1 Atraksi (*Attraction*)

Atraksi merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh suatu obyek wisata. Atraksi berkaitan dengan daya tarik yang dapat ditawarkan untuk menarik perhatian wisatawan. Robert Christie Mill (1990) dalam Ashoer *et al.* (2021) juga berpendapat bahwa atraksi akan menarik orang ke suatu destinasi, dimana dalam hal ini atraksi berkaitan dengan apa yang bisa dilihat dan apa yang bisa dilakukan oleh wisatawan di suatu destinasi yang dituju. Atraksi dalam objek wisata dapat bersifat *tangible* ataupun *intangible* yang dapat berupa atraksi alam, budaya, dan buatan.

Pantai Menganti sebagai salah satu obyek wisata pantai yang berada di Kabupaten Kebumen memiliki berbagai macam daya tarik baik secara alami ataupun buatan. Secara alami Pantai Menganti termasuk ke dalam pegunungan Serayu Selatan yang merupakan bagian dari gunung api purba sehingga memiliki jenis batuan langka yang dapat dijadikan sebagai *geoheritage* dan sarana edukasi (Santoso *et al.*, 2019). Pantai Menganti menawarkan keindahan alam dengan pantai berpasir putih yang dikelilingi oleh perbukitan karst yang menjadikannya

lebih berbeda dengan pantai di sekitarnya. Pantai Menganti juga cocok untuk dijadikan sebagai lokasi berselancar. Selain keindahan alamnya, Pantai Menganti juga dilengkapi dengan keindahan buatan yang memang dikembangkan oleh pengelola dengan tujuan untuk menarik minat wisatawan. Pantai Menganti memiliki berbagai macam spot yang sesuai dengan konsep suatu atraksi yaitu sesuatu yang bisa dilihat dan aktivitas yang bisa dilakukan oleh wisatawan saat berkunjung. Berbagai macam atraksi yang bisa didapatkan saat mengunjungi Pantai Menganti yaitu seperti jembatan merah, lembah menguneng, tebing keteb bidadari, puncak gunung tugel, watu mbolong, bukit sigatel, *mercusuar*, *camping ground*, *water sport*, serta kesenian budaya dan akustik yang biasanya diadakan pada saat akhir pekan atau jika terdapat *event* tertentu.

Berdasarkan pada hasil kuesioner diperoleh hasil sebesar 63% responden berpendapat bahwa Pantai Menganti tergolong cukup menarik dengan semua daya tarik yang dimilikinya. Sebanyak 68% responden berpendapat bahwa daya tarik merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan keputusan untuk mengunjungi suatu obyek wisata. Selain daya tarik, harga tiket juga menjadi salah satu pertimbangan dalam mengunjungi obyek wisata dimana sebesar 72% responden sangat setuju dengan hal tersebut. Tiket atau biaya masuk obyek wisata Pantai Menganti sebesar Rp 20.000 sudah termasuk parkir, asuransi dan juga *shuttle* yang dapat digunakan di area obyek wisata. Harga tiket tersebut tergolong terjangkau untuk semua kalangan, sebanyak 58% responden mengatakan bahwa harga tiket Pantai Menganti sudah sangat sesuai dengan kualitas pelayanan, pengalaman, serta kepuasan yang diperoleh oleh wisatawan.

3.2 Fasilitas (*Amenities*)

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang disediakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat mengunjungi suatu obyek wisata. Fasilitas menjadi hal penting dalam mendukung kenyamanan wisatawan saat berwisata. Pantai Menganti juga dilengkapi oleh berbagai fasilitas guna menunjang kebutuhan dan kenyamanan wisatawan selama berkunjung, beberapa fasilitas yang tersedia yaitu berupa toilet umum, tempat parkir, tempat sampah, warung makan, toko souvenir, mushola, saung, gazebo, mobil angkutan wisata (*shuttle*), TPI, *homestay*, *camping ground* dan lain sebagainya (Ni'mah *et al.*, 2023). Berdasarkan pada hasil kuesioner diperoleh hasil sebanyak 61% responden berpendapat bahwa fasilitas yang ada di Pantai Menganti dinilai sudah cukup memadai serta 66% responden menilai bahwa kualitas fasilitas yang ada sudah cukup baik seperti dilengkapi dengan mushola, toilet umum yang tersebar di beberapa titik, parkir kendaraan yang luas dan terbagi di beberapa lokasi, tempat sampah yang tersebar di seluruh lokasi, jumlah saung cukup banyak yang tersebar disepanjang spot wisata, lokasi khusus warung makan dan souvenir, *shuttle* wisata yang dapat mengantarkan wisatawan dari parkir induk, serta terdapat pula *homestay* dan *camping ground* untuk wisatawan yang ingin menginap di Pantai Menganti.

3.3 Aksesibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas dapat diartikan sebagai suatu kemudahan untuk menjangkau lokasi suatu obyek wisata. Aksesibilitas ini juga berkaitan dengan kemudahan dalam mengakses transportasi publik untuk menuju lokasi obyek wisata, mengingat tidak semua orang bepergian menggunakan kendaraan pribadi. Tidak hanya itu saja aksesibilitas juga menyangkut infrastruktur, jenis transportasi, serta jasa transportasi yang dapat memudahkan untuk menuju lokasi obyek wisata seperti akses jalan, ketersediaan transportasi, rambu-rambu atau petunjuk jalan, dan lain sebagainya. Adanya aksesibilitas ini dapat memberikan pengertian bahwa obyek wisata yang memenuhi syarat aksesibilitas haruslah mudah dicapai dan ditemukan dengan memperhatikan beberapa komponen seperti transportasi, infrastruktur, peraturan pemerintah dan prosedur operasional (Ashoer *et al.*, 2021). Pantai Menganti memiliki topografi berbukit

sehingga memiliki akses jalan yang berkelok dengan banyak tanjakan dan turunan yang berada dekat dengan tepi jurang sehingga sulit untuk diakses oleh kendaraan besar bermuatan banyak. Selain jalannya yang cukup sempit, lokasi ini juga minim dijangkau oleh transportasi umum. Sehingga bagi sebagian orang akan cukup sulit untuk menjangkau lokasi ini apabila tidak memiliki kendaraan pribadi.

Berdasarkan pada hasil kuesioner didapatkan hasil bahwa meskipun kondisi jalan menuju Pantai Menganti dinilai cukup baik akan tetapi hanya wisatawan yang memiliki kendaraan pribadi saja yang dapat mengunjungi Pantai Menganti. Lokasi Pantai Menganti yang jauh dari jalan raya serta tidak adanya transportasi umum akan menyulitkan beberapa wisatawan yang ingin mengunjungi Pantai Menganti. Selain itu beberapa jalan terutama jalan keluar dari obyek wisata masih terdapat kerusakan, memiliki lebar jalan yang sempit, serta minimnya lampu jalan dapat menjadi kendala saat mengunjungi Pantai Menganti. Meskipun lokasi Pantai Menganti cukup mudah untuk ditemukan akan tetapi dengan keterbatasan transportasi umum dapat menjadikan obyek wisata ini tidak mudah untuk diakses oleh semua wisatawan.

3.4 Layanan Tambahan (*Ancillary Service*)

Layanan tambahan dalam hal ini menyangkut layanan pendukung seperti keamanan, kebersihan, keramah-tamahan, dan kemudahan informasi yang diberikan oleh pihak pengelola sehingga akan meningkatkan minat, pengalaman, dan kepuasan wisatawan selama berkunjung yang dapat menjadi strategi dalam mendorong peningkatan daya saing obyek wisata. Destinasi wisata yang unggul seharusnya dapat memberikan pengalaman dan kepuasan kepada wisatawan sehingga akan memberikan nilai tambah mengenai citra destinasi serta keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung ke destinasi tersebut (Lohmann & Netto, 2008). Layanan tambahan ini juga dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran *words of mouth*, dimana dengan adanya kepuasan yang diterima oleh wisatawan maka secara alami wisatawan akan mempromosikan destinasi tersebut dari mulut ke mulut, baik secara langsung ataupun secara elektronik dengan adanya perkembangan teknologi seperti sekarang ini akan cepat membantu *branding* suatu destinasi. Pantai Menganti memiliki berbagai macam media sosial yang dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja yang tertarik dan ingin mengetahui berbagai macam daya tarik yang ada, informasi terkini, ataupun fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola. Selain itu Pantai Menganti juga memiliki *contact person* yang dapat membantu wisatawan untuk memperoleh informasi, melakukan reservasi, ataupun pengaduan.

Berdasarkan pada hasil kuesioner diketahui bahwa sebanyak 46% responden baru pertama kali mengunjungi Pantai Menganti dan sisanya telah melakukan *revisit* atau kunjungan ulang ke Pantai Menganti. Sebanyak 77% responden menilai bahwa tingkat keamanan dan kebersihan di Pantai Menganti sudah cukup baik. Responden juga berpendapat bahwa pihak pengelola sudah memberikan kemudahan informasi yang tergolong cukup informatif bagi wisatawan baik secara langsung maupun melalui media sosial dengan persentase 83%. Pihak pengelola juga sudah memberikan pelayanan yang cukup baik dengan persentase sebesar 74%. Selain itu sebanyak 63% responden merasa sangat puas dengan berbagai pengalaman dan pelayanan yang dirasakan saat berwisata di Pantai Menganti.

3.5 Skoring Daya Saing Obyek Wisata Pantai Menganti

Berikut merupakan tabel indikator yang digunakan dalam menentukan *skoring* daya saing obyek wisata Pantai Menganti:

Tabel 1. Tabel Indikator Daya Saing Pantai Menganti

No	Indikator	Keterangan	Bobot	Skor
Atraksi (25%)				
1	Daya Tarik	<ul style="list-style-type: none"> - Kurang memiliki daya tarik baik alami atau buatan. - Memiliki keindahan alam yang menarik akan tetapi kurang memiliki spot atau keindahan alam buatan yang menarik, dan sebaliknya. - Memiliki keindahan alam yang menarik, terdapat berbagai macam spot menarik, terdapat berbagai macam aktivitas menarik untuk wisatawan. 	0,125	1-3
2	Harga Tiket	<ul style="list-style-type: none"> - Harga tiket mahal dan tidak sesuai dengan pengalaman dan kepuasan yang di dapat. - Harga tiket cukup mahal tetapi sesuai dengan pengalaman dan kepuasan yang di dapat. - Harga tiket terjangkau dan sesuai dengan pengalaman dan kepuasan yang di dapat. 	0,125	1-3
Fasilitas (25%)				
1	Ketersediaan fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas tidak memadai. - Fasilitas cukup memadai. - Fasilitas sudah memadai. 	0,125	1-3
2	Kualitas fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas fasilitas buruk. - Kualitas fasilitas cukup baik. - Kualitas fasilitas sangat baik. 	0,125	1-3
Aksesibilitas (25%)				
1	Kemudahan akses	<ul style="list-style-type: none"> - Aksesibilitas cukup baik dan ketersediaan transportasi umum terbatas, ataupun sebaliknya. - Aksesibilitas baik dan ketersediaan transportasi umum juga baik. - Aksesibilitas sangat baik, mudah dijangkau, dan ketersediaan transportasi umum sangat baik. 	0,25	1-3
Layanan Tambahan (25%)				
1	Keamanan dan kebersihan	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat keamanan dan kebersihan rendah. - Tingkat keamanan dan kebersihan cukup baik. - Tingkat keamanan dan kebersihan sangat baik. 	0,083	1-3
2	Kemudahan informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Sangat sulit untuk mendapatkan informasi dari pengelola. - Cukup mudah mendapatkan informasi dari pengelola. - Sangat mudah mendapatkan informasi dari pengelola. 	0,083	1-3
3	Tingkat kepuasan wisatawan	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan dan pengelolaannya buruk. - Pelayanan dan pengelolaannya cukup baik. - Pelayanan dan pengelolaannya sangat baik. 	0,084	1-3

Sumber: Hasil Analisis, 2024

Aspek yang digunakan dalam analisis ini terdiri dari empat aspek yaitu aspek atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan tambahan. Masing-masing aspek tersebut diberikan bobot dalam bentuk persentase, sedangkan bobot indikator diperoleh dari hasil pembagian antara bobot aspek dengan jumlah indikator yang terdapat di dalam aspek tersebut. Responden yang

berpartisipasi dapat memberikan skor antara 1-3 pada pertanyaan yang ditanyakan melalui form kuesioner. Skor 1 merupakan skor dengan penilaian terendah, skor 2 merupakan skor dengan penilaian cukup baik, dan skor 3 merupakan skor dengan penilaian tertinggi. Apabila semua indikator dalam aspek telah memiliki skor, maka dapat dilakukan perhitungan nilai skor per aspek dengan mengalikan bobot dan skor. Rumus tersebut dapat digunakan untuk menghitung nilai pada setiap indikator di dalam setiap aspeknya. Apabila nilai dari setiap aspek telah diketahui maka langkah selanjutnya adalah menjumlahkan nilai seluruh aspek agar dapat diketahui skor akhir, sehingga dapat membantu dalam menentukan kategori indeks daya saing obyek wisata Pantai Menganti. Penentuan kategori daya saing dilakukan dengan menggunakan rumus statistik distribusi frekuensi yaitu dengan mencari nilai *range* dan kelas interval *range* sebagai berikut (Syafitri *et al.*, 2021):

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 3 - 1 \\ &= 2 \\ \text{Kelas interval} &= \text{range} : \text{jumlah kelas} \\ &= 2 : 3 \\ &= 0,67 \end{aligned}$$

Kategori:

- 1,00 – 1,66 daya saing rendah
- 1,67 – 2,33 daya saing cukup atau sedang
- 2,34 – 3,00 daya saing sangat baik

Berikut merupakan tabel perhitungan *skoring* daya saing Pantai Menganti berdasarkan pada hasil kuesioner:

Tabel 2. Tabel Skoring Daya Saing Pantai Menganti

No	Indikator	Bobot	Skor	Nilai (Bobot x Skor)	Total Nilai
Aspek Atraksi (25%)					
1	Daya Tarik	0,125	2,655	0,332	0,677
2	Harga Tiket	0,125	2,763	0,345	
Aspek Fasilitas (25%)					
3	Ketersediaan Fasilitas	0,125	2,39	0,299	0,592
4	Kualitas Fasilitas	0,125	2,34	0,293	
Aspek Aksesibilitas (25%)					
5	Kemudahan Akses	0,25	1,00	0,25	0,25
Aspek Layanan Tambahan (25%)					
6	Keamanan dan Kebersihan	0,083	2,23	0,185	0,586
7	Kemudahan Informasi	0,083	2,17	0,180	
8	Tingkat Kepuasan	0,084	2,63	0,221	
Jumlah Total Nilai					2,105 = 2,10

Indeks Daya Saing Obyek Wisata Pantai Menganti:

2,10 (daya saing cukup atau sedang)

- 1,00 – 1,66 daya saing rendah
- 1,67 – 2,33 daya saing cukup atau sedang
- 2,34 – 3,00 daya saing sangat baik

Sumber: Hasil Analisis, 2024

Indeks daya saing obyek wisata Pantai Menganti diperoleh dengan menjumlahkan total nilai dari semua aspek. Berdasarkan pada hasil perhitungan maka indeks daya saing Pantai

Menganti yaitu 2,10 dengan kategori daya saing cukup atau sedang. Total nilai 2,10 didapatkan melalui teknik *scoring* dari hasil jawaban 100 responden. Meskipun daya saing Pantai Menganti sudah cukup baik, akan tetapi dapat dikatakan bahwa daya saing Pantai Menganti belumlah optimal. Oleh karena itu meningkatkan daya saing obyek wisata Pantai Menganti merupakan salah satu hal yang harus tetap dilakukan oleh pengelola demi menjaga keberlanjutan serta daya saing Pantai Menganti kedepannya.

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa aspek aksesibilitas merupakan aspek yang memiliki nilai skor terendah jika dibandingkan dengan aspek lainnya. Aspek yang memiliki skor tertinggi yaitu aspek atraksi, aspek fasilitas, serta aspek layanan tambahan. Aspek yang memiliki skor tertinggi dapat dikatakan sebagai kekuatan. Aspek yang memiliki skor sedang dapat dijadikan sebagai peluang. Sedangkan aspek yang memiliki skor terendah dapat dikatakan pula sebagai kelemahan dan apabila dibiarkan secara terus menerus tanpa adanya sebuah perbaikan maka dapat menjadi sebuah ancaman sehingga obyek wisata tersebut tidak dapat berdaya saing.

Aspek atraksi memperoleh skor tertinggi karena wisatawan menilai Pantai Menganti memiliki daya tarik berupa keindahan alam, spot menarik, harga tiket terjangkau dan sesuai dengan berbagai macam aktivitas yang dapat memuaskan wisatawan serta menarik wisatawan untuk berkunjung. Aspek atraksi yang baik juga dapat menjadi acuan untuk mengukur minat kunjungan wisatawan dan juga kualitas dari obyek wisata. Adanya atraksi yang baik di suatu obyek wisata tentunya akan berimplikasi kepada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, serta meningkatkan *branding* ataupun citra positif bagi obyek wisata itu sendiri. Aspek aksesibilitas memperoleh skor terendah disebabkan oleh beberapa hal seperti jalan menuju obyek wisata Pantai Menganti yang sempit dan berkelok yang tidak bisa dilewati oleh kendaraan berukuran besar, tidak adanya transportasi publik menuju lokasi obyek wisata yang akan membatasi kemampuan akses wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi, minimnya lampu penerangan jalan, serta akses jalan keluar obyek wisata yang kurang baik. Aksesibilitas merupakan aspek yang dapat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan, salah satu faktor yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur kepuasan wisatawan serta dapat mendorong terjadinya pasar potensial menjadi pasar nyata (Suryadana & Octavia, 2015). Aksesibilitas tidak hanya terbatas mengenai kemudahan untuk mencapai lokasi tetapi juga berkaitan dengan ketersediaan transportasi umum (Utami & Santoso, 2019), sehingga apabila aksesibilitasnya rendah maka dapat berpotensi mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung terutama bagi wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi, wisatawan yang sangat bergantung pada transportasi publik karena lebih suka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan *travel agent*, ataupun wisatawan yang ingin berkunjung secara berkelompok dalam jumlah besar tetapi terkendala oleh akses jalan yang tidak memungkinkan untuk dilalui oleh kendaraan besar (Isdarmanto, 2017). Oleh karena itu suatu obyek wisata haruslah mudah diakses agar dapat memiliki nilai dan diminati oleh wisatawan (Eddyono, 2021).

Pantai Menganti sebagai obyek wisata yang mengandalkan keindahan alamnya tentu harus mengedepankan pengelolaan yang berkelanjutan demi menjaga keseimbangan, daya dukung, kualitas, serta kontinuitas obyek wisata itu sendiri. Aspek yang dinilai memberikan peluang dan kekuatan harus dipertahankan ataupun ditingkatkan serta menjadi bahan pertimbangan dalam membuat strategi pengelolaan ataupun pengembangan. Agar dapat menjadi obyek wisata yang lebih berdaya saing lagi maka dibutuhkan evaluasi, kolaborasi dan koordinasi dengan pihak pemerintah daerah serta pihak terkait lainnya karena aspek atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas berkaitan dengan konektivitas, tumpang tindih kewenangan, serta melibatkan banyak pihak yang memiliki kepentingan masing-masing (Eddyono, 2021). Hal tersebut diharapkan dapat membantu Pantai Menganti dalam meningkatkan pendapatan, membantu dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar,

mendukung peningkatan PAD, serta dapat meningkatkan kepuasan wisatawan (Ni'mah *et al.*, 2023).

Apabila wisatawan merasa puas saat mengunjungi Pantai Menganti maka akan memunculkan persepsi yang positif dan gejala loyalitas yang dapat berupa kunjungan kembali, merekomendasikan obyek wisata tersebut kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung, serta mendorong minat wisatawan lain yang belum pernah berkunjung untuk melakukan kunjungan ke Pantai Menganti (Ashoer, *et al.*, 2021). Adanya persepsi positif yang menciptakan *words of mouth* tersebut dapat membantu dalam mendukung *branding* dan citra positif Pantai Menganti. Terbentuknya citra destinasi yang positif tersebut diharapkan dapat menjadi jalan dalam mewujudkan daya saing destinasi (Kuswardani & Wibisono, 2020). Berikut merupakan *scatter chart* yang dihasilkan dari delapan indikator yang digunakan dalam menentukan daya saing Pantai Menganti:



Sumber: Hasil Analisis, 2024

Gambar 2. Scatter Chart

4 KESIMPULAN

Pantai Menganti merupakan salah satu obyek wisata yang memiliki daya tarik tinggi di Kabupaten Kebumen. Tidak hanya daya tarik saja, suatu obyek wisata juga memerlukan daya saing agar dapat berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan empat aspek untuk mengidentifikasi tingkat daya saing Pantai Menganti. Aspek yang digunakan yaitu aspek atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan tambahan. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa indeks daya saing Pantai Menganti tergolong dalam kategori cukup baik atau sedang. Aspek atraksi merupakan aspek yang memperoleh nilai tertinggi, sedangkan aspek yang memperoleh nilai terendah adalah aspek aksesibilitas. Meskipun tergolong cukup baik akan tetapi daya saing Pantai Menganti belumlah optimal. Oleh sebab itu penting untuk melakukan peningkatan kinerja dalam pengelolaan Pantai Menganti agar dapat memberikan pelayanan dan pengalaman terbaik bagi wisatawan.

Daya saing menjadi hal penting yang dapat membantu mendorong keberlanjutan suatu obyek wisata. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing obyek wisata Pantai Menganti adalah dengan mengkolaborasikan strategi antara pemasaran dengan manajemen. Meningkatkan sinergisitas dan koordinasi yang baik antara berbagai stakeholder juga menjadi hal yang penting agar dapat menyelaraskan kepentingan sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam pengembangan Pantai Menganti. Peningkatan daya saing Pantai Menganti juga dapat dilakukan dengan membuat *master plan* pembangunan dan pengembangan Pantai Menganti dengan memperhatikan kemampuan, daya dukung, serta trend publik ataupun kebutuhan wisatawan yang dapat dijadikan sebagai gagasan pengembangan. Selain itu juga dapat berfokus pada peningkatan aksesibilitas, promosi yang lebih kreatif disesuaikan dengan *trend* pasar, pengembangan layanan tambahan, pengembangan sarana prasarana, serta

pengelolaan yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian diharapkan Pantai Menganti dapat menjadi obyek wisata yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan, sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan serta dapat bersaing di pasar pariwisata yang semakin kompetitif ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360–376. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.05.008.
- Aquilino, L., & Wise, N. (2016). Evaluating the competitiveness of the northern and southern macro-regions of Italy. *AlmaTourism: Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 7(13), 23–47. DOI: <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/5988>.
- Ashoer, M., Revida, E., Dewi, I. K., Simarmata, M. M., Nasrullah, Mistriani, N., Samosir, R. S., Purba, S., Islahuddin, Meganingratna, A., Permadi, L. A., Purba, B., Murdana, I. M., & Simarmata, H. M. P. (2021). *Ekonomi Pariwisata*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Cahyo, E. D., & Nuryanti, W. (2018). Peran Sektor Pemerintah dan Swasta dalam Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Pulau Morotai. *Gadjah Mada Journal of Tourism Studies*, 1(2), 64. <https://doi.org/10.22146/gamajts.v1i2.49293>
- Dianing, Q. I. (2020). *Hubungan Antara Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Ojek Online SMK Negeri 26 Jakarta)*. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/http://repository.stei.ac.id/2481/>
- Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. (2023). *Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka 2022*. Semarang.
- Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. (2019). *Rencana Strategis Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019*. Semarang: Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pacitan. (2022). *Laporan Akhir Penyusunan Dokumen Indeks Daya Saing Pariwisata*. Kabupaten Pacitan: Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pacitan.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Erliendo, M. I., Ridlo, M. A., & Yuliani, E. (2023). Analisis Daya Saing Pengembangan Objek Wisata Pesisir di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 407-420. Retrieved from <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/JIMU/article/view/33589/9027>
- Globalstats Academic. (2019, Mei 21). *Metode Analisis Data*. Retrieved from Globalstats Academic: <http://www.en.globalstatistik.com/metode-analisis-data>
- Google. (2024). *Pantai Menganti*. Retrieved from [www.google.com: https://g.co/kgs/F6mTkEu](https://g.co/kgs/F6mTkEu)
- Hakim, L., & Sutanto, H. (2022). Pengukuran Daya Saing Obyek Wisata Desa Sekotong Barat Kabupaten Lombok Barat. *Elastisitas – Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 77-84. Retrieved from <https://elastisitas.unram.ac.id/index.php/elastisitas/article/view/56>
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Wisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta.
- Kamaruddin, Sutanty, M., & Suharni. (2019). Analisis Daya Saing Pariwisata Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 271-280. DOI: <https://doi.org/10.58406/jeb.v7i3.544>.
- Khaeril, K., Muis, M., Jusni, J., & Madris, M. (2020). Daya Saing Tujuan Wisata: Kajian Pustaka Sistematis. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 1(2), 103–117. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v1i2.117>
- Kuswardani, D., & Wibisono, T. (2020). Membangun Destination Image Menuju Daya Saing Destinasi Pada Obyek Wisata di Kota Semarang. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 63-

74. DOI: <https://doi.org/10.25105/mrbm.v20i2.8648>
- Lohmann, G., & Netto, A. (2008). *Tourism Theory*. Sao Paulo: Sao Paulo Research Foundation (FAPESP).
- Mukhayar, M., Pasolon, Y. B., & Jaya, L. M. G. (2019). Daya Saing Destinasi Wisata Kampa, Tumburano, dan Watuntinapi Berbasis Spasial di Kabupaten Konawe Kepulauan. *Jurnal Perencanaan Wilayah*. <https://doi.org/10.33772/jpw.v4i2.9989>
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ni'mah, N., Ngatikoh, S., & Mangole, A. (2023). Optimalisasi Pengembangan Pariwisata Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Pantai Menganti, Kabupaten Kebumen). *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 28-45. Retrieved from <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/maen/article/view/1256>
- Pemerintah Kabupaten Kebumen. (2003). *Peraturan Daerah Kabupaten Kebumen Nomor 1 Tahun 2003 Tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Kebumen*. Kabupaten Kebumen: Pemerintah Kabupaten Kebumen.
- Pemerintah Kabupaten Kebumen. (2017). *Peraturan Daerah Kabupaten Kebumen Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Kebumen Tahun 2017-2025*. Kabupaten Kebumen: Pemerintah Kabupaten Kebumen.
- Pemerintah Kabupaten Kebumen. (2022). *Peraturan Daerah Kabupaten Kebumen Nomor 3 Tahun 2022 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Taman Bumi Geopark Karangsembung Karangbolong*. Kabupaten Kebumen: Pemerintah Kabupaten Kebumen.
- Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (2009). *RTRW Jawa Tengah Tahun 2009-2029*. Semarang: Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.
- Pemerintah Republik Indonesia. (1990). *UU No 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Perum Perhutani. (2020, Januari 15). *Pantai Menganti Calon Destinasi Wisata Pantai Geopark Dunia*. Retrieved from https://issuu.com/https://issuu.com/perhutani/docs/duta_rimba_81_update2802/s/10279047#:~:text=Pantai%20Menganti%20berlokasi%20di%20Desa,menjadi%20daya%20tarik%20pantai%20in
- Perum Perhutani. (2022, 5 17). *Pantai Menganti Perhutani Berhasil Sedot Wisatawan Terbanyak ke Tiga Se Jawa Tengah*. Retrieved from <https://www.perhutani.co.id/pantai-menganti-perhutani-berhasil-sedot-wisatawan-terbanyak-ke-tiga-se-jawa-tengah/>
- Santoso, A. B., Setyowati, D. L., Wasino, Suhandini, P., & Banowati, E. (2019). Identification of Menganti Beach Tourism Potential in Ayah Sub-District Kebumen Regency as an IPS Learning Source in 2018. *ICESI 2019*. Semarang. <http://dx.doi.org/10.4108/eai.18-7-2019.2290103>.
- Satu Data Kabupaten Kebumen. (2023). *Satu Data Kabupaten Kebumen Tahun 2023*. Kabupaten Kebumen.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar pemasaran pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, & Sarjanti, E. (2023). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Kemit Forest Education Untuk Meningkatkan Daya Saing Pariwisata Di Kabupaten Cilacap. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 447-452. DOI: <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i2.24673>.
- Syafitri, E. D., Nugroho, R. A., & Yorika, R. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Kebun Raya Balikpapan. *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1-8. DOI: <https://doi.org/10.17509/jithor.v4i1.28205>.

- Traveloka. (2022, Desember 14). *8 Pantai di Kebumen Terbaik dengan Pemandangan Alam yang Indah*. Retrieved from [www.traveloka.com: https://www.traveloka.com/id-id/explore/destination/pantai-di-kebumen-terbaik-dengan-pemandangan-alam-yang-indah-acc/188423](https://www.traveloka.com/id-id/explore/destination/pantai-di-kebumen-terbaik-dengan-pemandangan-alam-yang-indah-acc/188423)
- Tripadvisor. (2024). *Pantai di Kebumen*. Retrieved from [www.tripadvisor.co.id: https://www.tripadvisor.co.id/Attractions-g3576937-Activities-c61-t52-Kebumen_Central_Java_Java.html](https://www.tripadvisor.co.id/Attractions-g3576937-Activities-c61-t52-Kebumen_Central_Java_Java.html)
- Utami, P., & Santoso, A. B. (2019). Analisis Daya Dukung Wisata Pantai Menganti Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen. *Geo Image (Spatial-Ecological-Regional)*, 116-123. DOI: <https://doi.org/10.15294/geoimage.v8i2.33603>.
- Yasti, H., Suteja, I. W., & Wahyuningsih, S. (2022). Analisis Daya Saing Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah : Pendekatan Competitiveness Monitor. *Journal of Responsible Tourism*, 1(3), 445–452. <https://doi.org/10.47492/jrt.v2i1.1913>.