

ABSTRAK

Kabupaten Kebumen memiliki potensi pariwisata yang sangat besar, namun masih terdapat berbagai permasalahan yang terjadi sehingga diperlukan adanya pengembangan. Salah satu objek wisata yang ada di Kebumen adalah Pantai Menganti. Permasalahan terkait pariwisata khususnya di Kabupaten Kebumen antara lain yakni daya saing pariwisata yang rendah, rendahnya kualitas dan daya saing usaha jasa dan sarana pariwisata, aksesibilitas ke objek wisata yang rusak, kondisi destinasi yang kurang terawat. Kemudian, belum optimalnya pemanfaatan teknologi dan informasi dalam pemasaran pariwisata, dan belum mempunya kelembagaan pariwisata dalam mendongkrak aktivitas pariwisata. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai kesediaan membayar wisatawan dan mengetahui berbagai permasalahan yang ada di Pantai Menganti sebelum nantinya akan diusulkan mengenai strategi yang tepat bagi pengembangan objek wisata Pantai Menganti.

Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan melalui pengisian kuesioner yang dilakukan oleh 225 responden yang diperoleh berdasarkan metode *accidental sampling*. Metode penelitian *Contingent Valuation Method* digunakan untuk mengetahui rata-rata kesediaan membayar responden, lalu untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar responden menggunakan metode regresi logistik biner. Metode berikutnya yaitu *stakeholder analysis* yang digunakan untuk mengetahui permasalahan di objek wisata melalui sudut pandang para *stakeholder*.

Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 192 responden bersedia untuk membayar lebih, dengan rata-rata kesediaan membayar sebesar Rp. 24.000. Analisis regresi logistik menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin, status pernikahan, usia, pendidikan terakhir, tingkat pendapatan, frekuensi berkunjung, daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kesediaan membayar, sementara variabel jarak tidak berpengaruh terhadap variabel kesediaan membayar. Berdasarkan beberapa permasalahan di sekitar objek wisata menurut masing-masing *stakeholder*, dapat disimpulkan bahwa terdapat lima strategi pengembangan objek wisata Pantai Menganti, diantaranya melengkapi dokumen yang belum tersedia, penambahan dan perbaikan fasilitas, peningkatan kualitas SDM, kemudian melakukan kerjasama dengan pemerintah terkait dengan promosi, serta menyesuaikan kebijakan atau tata kelola objek wisata sesuai dengan protokol yang ditetapkan pemerintah selama pandemi *Covid-19*.

Kata Kunci : Sektor pariwisata, WTP, CVM, strategi pengembangan