

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1). Mengeksplorasi existing resource yang dipetakan melalui atribut fisik, atribut sosial dan penerapan peraturan (rule in uses) di Karimunjawa, 2). Mengeksplorasi dan menganalisis eksternalitas positif dan negatif dari keberadaan aktivitas wisata di Karimunjawa 3). Mengkaji potensi kawasan untuk dikembangkan sebagai ekowisata berbasis wisata bahari di Pulau Panjang sebagai sasaran alternatif lokasi wisata bagi Karimunjawa, 4). Merancang sebuah desain inovatif dalam meningkatkan value added Pulau Panjang menjadi salah satu pariwisata pilihan bagi masyarakat, 5). Merancang tata kelola pulau Panjang menuju pariwisata yang berkelanjutan supaya dapat menjadi alternatif pariwisata bagi Karimunjawa berdasarkan konsep *good governance*. Penelitian ini menggunakan *mix method* dengan data primer maupun sekunder. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode wawancara semi struktur dan studi dokumentasi yang terdiri atas adalah wisatawan dan stakeholder. Rancangan skenario berisi dengan peningkatan nilai jual pulau Panjang dengan desain pasar hipotetik menggunakan pendekatan *Contingent Valuation Method*. Peran stakeholder dalam kepentingan terkait tujuan keberlanjutan dianalisis dengan MACTOR. Hasil analisis dengan pendekatan kuantitatif ini kemudian diperkuat dengan analisis secara kualitatif melalui wawancara mendalam dengan informan yang terdiri dari A-B-G-C (Akademisi – Bisnis – Pemerintah – Masyarakat) dan analisis menggunakan ATLAS.ti. Hasil akhirnya adalah berupa rekomendasi strategi *movement* melalui upaya meningkatkan nilai jual pulau Panjang sebagai alternatif tourism untuk mengurangi beban di Karimunjawa. Berdasarkan analisis dapat disimpulkan bahwa pariwisata Karimunjawa menyebabkan dampak sosial-ekonomi dan lingkungan bagi Karimunjawa yang di eksplorasi menggunakan photovoice, dilengkapi dengan potret kondisi terumbu karang di titik wisata melalui GIS. Pada sisi permintaan menunjukkan semakin tinggi jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi wisata pulau Panjang sebelum pandemic covid-19 yang menunjukkan prospek yang baik akan permintaan pulau Panjang sebagai daerah tujuan wisata, nilai cvm yang bersedia dibayarkan oleh wisatawan adalah sebesar Rp.60.000 dan Rp 120.000 untuk wisatawan mancanegara, hasil analisis stakeholder dengan melibatkan 14 aktor dan 6 tujuan dikelompokkan dari aktor yang terlibat ke dalam 4 peran: 1). membuat dan menentukan kebijakan; 2). sebagai pihak yang melaksanakan program untuk pencapaian tujuan; 3) sebagai pihak yang pendukung program dan pelaksanaan kegiatan; serta 4) sebagai pengguna akhir program dengan tetap terbuka pada kegiatan pariwisata, movement pariwisata di Karimunjawa melalui keberlanjutan pulau Panjang dengan melihat kondisi pariwisata pulau Panjang (sisi penawaran) dan jumlah kunjungan wisatawan, intensi mereka untuk *revisit*, dan intensi wisatawan Karimunjawa pergi ke pulau Panjang (sisi permintaan) dengan melibatkan para stakeholder pada perannya masing – masing. Strategi yang disarankan oleh para stakeholder adalah dengan meningkatkan nilai jual pulau Panjang dengan pengembangannya yang berkelanjutan untuk menciptakan wisata yang menarik sehingga mendorong adanya movement wisata dari Karimunjawa ke pulau Panjang