

Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa: Peran Strategis Pemangku Kepentingan

Ni Putu Intan Kirana

¹Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

Jl. Dharmawangsa Kampial, Nusa Dua Bali

*E-mail: intang506@gmail.com

*Corresponding Author

Abstract

Pandawa Beach is one of the leading tourist attractions in Badung Regency, Bali, which has developed rapidly from a formerly hidden secret beach into a community-based tourism destination. Its development cannot be separated from the contribution and collaboration of multiple tourism stakeholders. This study aims to identify the stakeholders involved in the development of Pandawa Beach tourist attraction and to analyze their respective roles in the development process. A qualitative approach was employed using observation, in-depth interviews, and documentation as data collection techniques. The analysis followed an interactive model consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings show that stakeholder involvement is divided into three categories, namely key stakeholders, primary stakeholders, and secondary stakeholders. The roles of the stakeholders also vary according to their functions, classified as policy creators, coordinators, facilitators, implementers, and accelerators. The study concludes that the synergy of diverse stakeholders has contributed to the development of Pandawa Beach; however, collaboration is not yet optimal, particularly in long-term marketing strategies. Strengthening stakeholder partnerships and integrated promotional efforts is needed to support sustainable tourism development in Pandawa Beach.

Keywords:

Stakeholders' roles; Penta Helix; tourism development; tourist attraction

Submitted: October 2025

Revised: Nopember 2025

Accepted: December 2025

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis bagi pembangunan ekonomi nasional karena mampu mendorong pertumbuhan berbagai sektor terkait seperti perdagangan, transportasi, dan industri kreatif. Indonesia sebagai negara kepulauan

dengan kekayaan alam, budaya, adat istiadat, dan keagamaan memiliki peluang besar untuk pengembangan pariwisata apabila dikelola secara terpadu. Bali menjadi contoh nyata daerah yang menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan dan motor penggerak perekonomian masyarakat. Keberhasilan ini tidak hanya bertumpu pada keunikan budaya dan alam, tetapi juga pada tata kelola destinasi yang efektif dan kolaboratif antar pemangku kepentingan.

Kabupaten Badung merupakan salah satu wilayah dengan tingkat perkembangan pariwisata tertinggi di Bali, ditandai dengan banyaknya fasilitas akomodasi dan kawasan daya tarik wisata yang berkembang pesat. Salah satu daya tarik wisata yang berkontribusi terhadap pertumbuhan pariwisata Badung adalah Pantai Pandawa di Desa Kutuh, yang awalnya dikenal sebagai secret beach sebelum secara resmi dibuka sebagai daya tarik wisata pada tahun 2012. Pengembangan Pantai Pandawa tidak hanya menampilkan keindahan alam, tetapi juga melibatkan pemberdayaan masyarakat lokal melalui tata kelola berbasis desa adat.

Dalam konteks pengembangan destinasi, keberhasilan pembangunan pariwisata tidak dapat dipisahkan dari keterlibatan berbagai pemangku kepentingan (stakeholders). Model Penta Helix (ABCGM — Academics, Business, Community, Government, and Media) menekankan pentingnya sinergi dan kolaborasi dalam mengoptimalkan pembangunan sektor pariwisata. Kajian-kajian terdahulu menunjukkan bahwa keterlibatan stakeholder merupakan faktor kritis bagi keberhasilan destinasi, seperti pada pengembangan Pulau Samalona (Amalyah et al., 2016), Pantai Karang Jahe (Handayani & Warsono, 2017), Wisata Talang Air Pringsewu (Hidayah et al., 2019), serta pengembangan destinasi halal di Penyengat (Destiana et al., 2020). Temuan-temuan tersebut menggarisbawahi bahwa sinergi stakeholder diperlukan untuk mendorong pembangunan destinasi, memecahkan masalah, dan memastikan keberlanjutan pengelolaan pariwisata.

Namun demikian, hasil studi terdahulu lebih banyak menekankan peran stakeholder pada konteks regulasi dan koordinasi pemerintah tanpa mengulas secara komprehensif peran masing-masing stakeholder dalam tahapan perencanaan, implementasi, pemantauan, pemasaran, dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu, masih terbatas penelitian yang mengkaji kontribusi Desa Adat dan Badan Usaha Milik Desa Adat (BUMDA) sebagai stakeholder kunci, terutama pada destinasi yang dikelola oleh masyarakat lokal seperti Pantai Pandawa.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan pentingnya peran stakeholder dalam pembangunan pariwisata di berbagai daerah, seperti: pengembangan Pulau Samalona (Amalyah et al., 2016), pengelolaan Pantai Karang Jahe (Handayani & Warsono, 2017), wisata alam di Jombang (Brahmana, 2018), destinasi halal Pulau Penyengat (Destiana et al., 2020), serta pengembangan ekowisata di Taman Nasional Manusela (Latupapua, 2015). Temuan-temuan tersebut mengonfirmasi bahwa keterlibatan stakeholder penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi. Namun demikian, penelitian tersebut belum mengkaji

secara mendalam peran stakeholder dalam destinasi yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat adat, khususnya melalui struktur kelembagaan BUMDA dan Desa Adat, yang memiliki kewenangan legal serta kendali penuh atas operasional destinasi.

Celah penelitian (research gap) muncul pada dua persoalan utama: masih terbatasnya penelitian yang memetakan peran stakeholder dalam destinasi berbasis desa adat dengan struktur kelembagaan multifungsi (pengambil keputusan, regulator, operator, dan pemasaran), belum adanya kajian yang mengintegrasikan kolaborasi stakeholder berbasis model Penta Helix dengan klasifikasi peran berdasarkan Nugroho et al. (2014)—yang meliputi policy creator, koordinator, fasilitator, implementer, dan akselerator

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan akademik (novelty) pada dua aspek utama: mengidentifikasi stakeholder yang terlibat dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa melalui pengelolaan berbasis Desa Adat dan BUMDA; menganalisis fungsi spesifik masing-masing stakeholder menggunakan dua kerangka analisis sekaligus—Penta Helix dan klasifikasi Nugroho et al. (2014)—sehingga menghasilkan pemetaan peran yang lebih komprehensif untuk penguatan tata kelola destinasi.

Dengan mengungkap keterlibatan stakeholder dan pola sinerginya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap literatur tata kelola destinasi serta kontribusi praktis bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan di kawasan Pantai Pandawa dan destinasi lain yang dikelola berbasis masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam keterlibatan dan peran stakeholder dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan dinamika kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam konteks sosial dan kelembagaan destinasi pariwisata.

Penelitian dilakukan di Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa, Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali, yang merupakan destinasi wisata berbasis masyarakat dengan pengelolaan utama oleh Desa Adat melalui BUMDA Kutuh

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu: Data primer, diperoleh melalui observasi langsung di lapangan dan wawancara mendalam dengan stakeholder yang terlibat, termasuk unsur akademisi, pelaku bisnis, komunitas, pemerintah, dan media. Data sekunder, dikumpulkan dari dokumen resmi, laporan, buku, jurnal, peraturan pemerintah, situs internet, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan pengembangan destinasi dan tata kelola stakeholder

Peneliti menggunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling dalam menentukan informan. Purposive sampling digunakan untuk memilih

individu yang dianggap mengetahui secara mendalam pengelolaan Pantai Pandawa dan keterlibatan stakeholder dalam pengembangannya. Selanjutnya, snowball sampling dilakukan untuk menambah informan apabila informasi dari informan sebelumnya dirasa belum mencukupi

Informan utama meliputi: unsur akademisi (Politeknik Pariwisata Bali dan Universitas Mahasaraswati), pelaku bisnis (DPD HPI Provinsi Bali), komunitas (Pengelola Unit Pantai Pandawa dan Sekaa Kecak), pemerintah (Dinas Pariwisata Kabupaten Badung, Kecamatan Kuta Selatan, Pemerintahan Desa Dinas Kutuh, Pemerintahan Desa Adat Kutuh, BUMDA Kutuh, dan Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Pantai Pandawa), media (Denpost).

Data dikumpulkan menggunakan tiga teknik utama: Observasi, untuk mengidentifikasi kondisi objektif kawasan serta pola pengelolaan destinasi. Wawancara mendalam, menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur agar peneliti dapat mengeksplorasi informasi secara fleksibel dan detail sesuai karakteristik informan. Dokumentasi, berupa pengumpulan arsip, foto, laporan kegiatan, dan dokumen resmi pendukung

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles & Huberman (dalam Sugiyono, 2018) yang terdiri atas tiga tahapan: Reduksi data, yaitu proses memilih, mengelompokkan, serta menyederhanakan data berdasarkan fokus penelitian. Penyajian data, dilakukan dalam bentuk uraian naratif untuk mempermudah penarikan hubungan antar temuan. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses merumuskan pola keterlibatan dan peran stakeholder secara valid berdasarkan data empiris

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menerapkan triangulation of sources, yaitu membandingkan informasi dari berbagai informan, dokumen, dan observasi untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan di lapangan. Teknik ini penting mengingat penelitian melibatkan banyak stakeholder dengan peran dan kepentingan yang berbeda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Stakeholder dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa

Hasil penelitian mengidentifikasi tiga kategori stakeholder dalam pengembangan Pantai Pandawa sesuai klasifikasi Maryono et al. (dalam Yosevita, 2015), yaitu: stakeholder primer, stakeholder kunci, dan stakeholder sekunder.

	Kategori Stakeholder	Aktor	Status Kepentingan
1	Stakeholder Kunci	Desa Adat Kutuh, BUMDA Kutuh	Memiliki kewenangan legal dan otoritas pengambilan keputusan

2	Stakeholder Primer	Pengelola Unit Pantai Pandawa, Sekaa Kecak, Dinas Pariwisata Kabupaten Badung, Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Pantai Pandawa	Terlibat secara langsung dalam operasional, pengembangan produk, pemasaran, dan pelayanan wisata
3	Stakeholder Sekunder	Universitas/Lembaga Pendidikan Tinggi, DPD HPI Bali, Pemerintah Kecamatan Kuta Selatan, Pemerintahan Dinas, Desa Kutuh, Media.	Tidak terlibat langsung dalam operasional namun memiliki kepedulian besar terhadap pengembangan destinasi

Penemuan ini menunjukkan bahwa pengembangan Pantai Pandawa berbasis tata kelola lokal yang unik karena stakeholder kunci merupakan lembaga adat dan BUMDA, bukan pemerintah ataupun swasta sebagaimana dominan pada banyak destinasi lain. Hal ini menegaskan fungsi desentralisasi pengelolaan pariwisata berbasis komunitas sebagai fondasi penguatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat

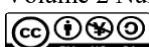
3.2 Peran Stakeholder dalam Pengembangan Pantai Pandawa

Dalam penelitian ini juga mengklasifikasikan stakeholder berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) dalam penelitiannya yang mendukung pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa di Kabupaten Badung yaitu policy creator, koordinator, fasilitator, implementer dan akselerator.

3.2.1 Peran Akademisi

Dalam pengembangan Pantai Pandawa sejauh ini, keterlibatan Lemabga pendidikan tinggi berkaitan dalam penelitian-penelitian yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa dan kegiatan pengabdian Masyarakat untuk meningkatkan kapasitas masyarakat. Pantai Pendawa berdekatan dengan beberapa universitas besar di Bali yaitu Univeritas Udayana, Politeknik Negeri Bali dan Politeknik Pariwisata Bali. Politeknik Pariwisata Bali dan Desa Kutuh menandatangani MOU kerjasama baru pada tahun 2021.

Politeknik Pariwisata Bali juga memiliki upaya yang dilakukan dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan penyelenggaraan event mahasiswa manajemen konvensi dan perhelatan, kemudian merekomendasikan semua kunjungan yang ada di kampus untuk dapat mengunjungi Pantai Pandawa. Peran Politeknik Pariwisata Bali dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder sekunder karena



dapat dilihat dari bentuk keterlibatan yang dilakukan oleh Politeknik Pariwisata Bali dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan peran Politeknik Pariwisata Bali dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi fasilitator. Hal tersebut dapat dilihat dari program-program pengembangan yang akan dilaksanakan kedepannya.

Universitas Mahasaraswati juga pernah membantu dalam pengelolaan atau pengembangan kawasan bukan hanya di Pantai Pandawa saja tetapi di Desa Kutuh. Universitas Mahasaraswati sudah memiliki MOU dengan Desa Kutuh dalam mengembangkan kawasan kemudian menjadikan Desa Kutuh sebagai laboratoriumnya dan mengupayakan berbagai penelitian serta pengabdian ke Desa Kutuh.

Terkait dengan peran akademisi pihak Universitas mempunyai tanggungjawab untuk memberikan pembekalan dan pembinaan dengan para stakeholder dalam hal pengelolaan kawasan wisata. Selain itu pihak Universitas juga mendorong pengelolaan kawasan wisata Pantai Pandawa melalui stakeholder lain yang terlibat dalam pengembangan dan harus membangun komunikasi yang baik sehingga dapat menjadi sebuah kawasan yang terintegrasi yang dikelola tidak hanya dalam konteks pengelolaan internal tetapi pada pihak lain yang terlibat.

Peran Universitas dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder sekunder karena dapat dilihat dari bentuk keterlibatan yang dilakukan oleh Universitas dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan peran Universitas dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi fasilitator. Karena Universitas menjadi fasilitator dalam hal memberikan pembinaan, penyuluhan serta saran kepada stakeholder dalam hal pengelolaan kawasan wisata.

3.2.2 Peran Bisnis

Untuk megetahui peran pelaku bisnis yang menjadi salah satu stakeholder dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa, melakukan wawancara kepada I Komang Puji selaku sekretaris DPD HPI Provinsi Bali. Pramuwisata atau guide merupakan salah satu elemen yang dapat ikut serta dalam mempromosikan daya tarik wisata kepada wistawan, karena yang lebih berperan langsung adalah guide jadi lembaga HPI hanya melindungi kerjasama antara lembaga Pantai Pandawa dengan Pihak HPI. Kerjasama yang dilakukan yaitu mensosialisasikan kebijakan-kebijakan baru yang ada di Pantai Pandawa.

Peran DPD HPI Provinsi Bali dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder sekunder karena dapat dilihat dari bentuk keterlibatan yang dilakukan oleh pihak DPD HPI Provinsi

Bali dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan peran DPD HPI Provinsi Bali dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi koordinator. Hal tersebut dapat dilihat dari peran dan upaya oleh pihak DPD HPI Provinsi Bali yang mengkoordinasikan kebijakan-kebijakan yang ada di daya tarik wisata Pantai Pandawa kepada pramuwisata atau para guide.

3.2.3 Peran Komunitas

Dalam penelitian ini untuk mengetahui peran komunitas dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa, mewawancarai I Wayan Letra selaku manager Pengelola Unit Pantai Pandawa dan I Gede Sudarma selaku Kelian Sekaa Kecak.

A. Pengelola Unit Pantai Pandawa

Pengelola Unit Pantai Pandawa secara SOP yang mengelola penuh dari tahap perencanaan kemudian pemasaran sekaligus eksekusinya. Untuk laporan secara umum dari tingkat perkembangan, tingkat pencapaian pendapatan dana Pengelola Unit Pantai Pandawa bertanggungjawab ke BUMDA pusat.

Tahap perencanaan yang dimaksud yaitu perencanaan dari kegiatan atau paket-paket wisata yang harus ditawarkan kepada wisatawan, kemudian pola pemasarannya melalui media sosial. Pengelola Unit Pantai Pandawa memiliki program yang mendukung pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa yaitu membuat wisata edukasi terkait tentang pelestarian alam yaitu terumbu karang.

Selain itu juga terdapat aktivitas wisata yang mendukung pengembangan Pantai Pandawa yaitu kecak yang secara manajerialnya ada di Pengelola Unit Pantai Pandawa dan mempunyai kontrak khusus untuk penyelenggaraan kecak, sedangkan untuk kano juga merupakan bagian dari aktivitas wisata tetapi dari sisi pengelolaannya bekerjasama dengan masyarakat jadi konsepnya pemberdayaan masyarakat.

Peran Pengelola Unit Pantai Pandawa dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder primer karena dapat dilihat dari upaya-upaya yang dilakukan oleh Pengelola Unit Pantai Pandawa dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan peran Pengelola Unit Pantai Pandawa dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi implementer. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuk keterlibatan stakeholder dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa karena Pengelola Unit Pantai Pandawa memiliki bentuk keterlibatan dalam tahap perencanaan sekaligus pemasaran.



3.2.4 Sekaa Kecak

Sekaa Kecak memiliki bentuk keterlibatan dalam pengembangan Pantai Pandawa yang akan menunjang untuk kemajuan pariwisata di kemudian hari dan sudah berjalan selama 5 tahun. Namun sampai saat ini belum berjalan maksimal dan juga situasi pandemi. Sekaa Kecak dan Desa Adat Kutuh memiliki upaya mempromosikan pertunjukkan kecak yang ada di Pantai Pandawa melalui video yang kemudian di bagikan kepada para guide dan juga menyebarkan brosur kepada para wisatawan, selain itu juga mempromosikan melalui media sosial dari masing-masing anggota kecak. Sekaa Kecak berada dibawah naungan Manajemen Pengelola Unit Pantai Pandawa dan menunggu informasi dari manajemen untuk melaksanakan pentas.

Peran Sekaa Kecak dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder primer karena dapat dilihat dari bentuk keterlibatan yang dilakukan oleh Sekaa Kecak dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan peran Sekaa Kecak dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi implementer karena Sekaa Kecak berada dibawah naungan Manajemen Unit Pengelola Pantai Pandawa jadi Sekaa Kecak harus menunggu informasi dari Manajemen Unit Pengelola Pantai Pandawa untuk melaksanakan pentas.

3.2.5 Peran Pemerintah

Dalam penelitian ini untuk mengetahui peran pemerintah dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa, mewawancarai Ida Ayu Anggraeni Pudja selaku Kepala Bidang Daya Tarik Wisata Kabupaten Badung, I Ketut Gede Arta selaku Camat Kuta Selatan, I Wayan Mudana selaku Perbekel Desa Kutuh dan I Nyoman Mesir selaku Bendesa Adat Kutuh, Wayan Duartha selaku Ketua Badan perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa dan Ni Luh Hepi Wiradani selaku direktur BUMDA Kutuh.

Dinas Pariwisata Kabupaten Badung merupakan salah satu stakeholder yang ikut terlibat dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Dalam pengembangannya sudah bekerjasama sejak ditetapkannya Pantai Pandawa sebagai daya tarik wisata. Kerjasama yang dilakukan dalam hal pengembangan, pembinaan, monitoring dan dalam hal penataan yang menjadi leading sectornya. Selain itu Dinas Pariwisata Kabupaten Badung juga menjalin kerjasama dalam hal retribusi tiket.

Dinas Pariwisata Kabupaten Badung memiliki kewenangan membina terhadap daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Badung salah satunya Pantai Pandawa. Selain itu Dinas Pariwisata Kabupaten Badung juga memiliki peran dalam memonitoring program pengembangan yang telah dibuat dengan melihat

langsung ke lapangan bagaimana dana apa saja yang telah direncanakan serta memberikan masukan terkait kendala yang dihadapi dalam pengembangannya.

Peran Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder primer karena dilihat dari bentuk keterlibatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan peran Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi fasilitator karena Dinas Pariwisata Kabupaten Badung memiliki kewenangan dalam hal penataan di daya tarik wisata Pantai Pandawa yang sesuai dengan tupoksinya. Selain itu Dinas Pariwisata Kabupaten Badung juga termasuk dalam klasifikasi akselerator karena ikut berkontribusi dalam memberikan masukan-masukan mengenai kekurangan dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa.

Kecamatan Kuta Selatan perannya sebagai pelaksana kegiatan pemerintahan umum yang merupakan bagian dari pemerintahan daerah, dalam hal kewajiban selaku kewilayahan dan koordinasi yang dilakukan banyak hal tetapi poin pentingnya adalah mendorong kemandirian peran BUMDA melalui Desa Adat. Dari segi kewenangan selain mendorong BUMDA melalui Desa Adat untuk lebih inovatif dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa, Pemerintahan Kecamatan Kuta Selatan juga menjembatani antara daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan Dinas Pariwisata.

Peran Pemerintahan Kecamatan Kuta Selatan dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder sekunder karena dapat dilihat dari bentuk keterlibatan yang dilakukan oleh Pemerintahan Kecamatan Kuta Selatan dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Hal tersebut dikarenakan pihak Pemerintahan Kecamatan Kuta Selatan tidak memiliki kepentingan langsung terhadap suatu rencana tetapi memiliki kepedulian yang besar terhadap proses pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan peran Pemerintahan Kecamatan Kuta Selatan dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi koordinator. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuk kerjasama dengan pemangku kepentingan lain seperti mengkoordinasikan atau menjembatani antara daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa.

Pengembangan Pantai Pandawa terkait dengan tata kelolanya memang lebih banyak ke Desa Adat karena Desa Adat yang mengelola secara penuh tetapi Desa Dinas tetap memiliki keterlibatan sehingga nanti di dalam tata kelola di Pantai Pandawa bersinergi antara Desa Adat dan Dinas. Bentuk keterlibatannya

yaitu membantu dalam kontek pembangunan sara prasarana yang ada di Pantai Pandawa kemudian memberikan usul dan saran serta memfasilitasi terkait dengan kepentingan-kepentingan bersama Kabupaten Badung. Desa Dinas memiliki kewenangan wajib untuk memelihara sekaligus meningkatkan daerah tujuan wisata kemudian selalu melakukan komunikasi dengan dinas terkait untuk mengusulkan hal-hal yang dapat diperjuangkan terkait dengan pengembangan Pantai Pandawa. Peran Pemerintahan Dinas Desa Kutuh dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder sekunder karena dapat dilihat dari keterlibatan Pemerintahan Dinas Desa Kutuh dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan peran Pemerintahan Dinas Desa Kutuh dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi fasilitator. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuk keterlibatannya yaitu membantu dalam kontek pembangunan sarana prasarana yang ada di Pantai Pandawa kemudian memberikan usul dan saran serta memfasilitasi terkait dengan kepentingan-kepentingan dengan Kabupaten Badung dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa.

Pantai Pandawa dikembangkan oleh Desa Adat dan sebagai pemilik kawasan wisata Pantai Pandawa sekaligus sebagai pengembang dan juga penata. Pemerintahan Desa Adat Kutuh terus berbenah agar daya tarik wisata Pantai Pandawa lebih menarik untuk dikunjungi wisatawan. Selain itu Pemerintahan Desa Adat Kutuh juga memiliki peran dalam mengawasi program-program pengembangan yang telah direncanakan. Pemerintahan Desa Adat Kutuh juga bekerjasama dengan Pemda karena terkait dengan ijin dari Pemda dan juga hasil dari retribusi tiket masuk dibagi dua yaitu 25% ke Pemda Kabupaten Badung sedangkan 75% ke Desa Adat dan juga bekerjasama dengan para investor yang sampai saat ini selalu berkomunikasi dengan baik.

Peran Pemerintahan Desa Adat Kutuh dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder kunci karena Pemerintahan Desa Adat memiliki kewenangan dalam mengawasi program-program yang telah direncanakan dan membentuk BUMDA Kutuh serta Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa. Hal ini diperkuat karena lahan kawasan Pantai Pandawa juga merupakan milik Desa Adat Kutuh. Sedangkan peran Pemerintahan Desa Adat Kutuh dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi policy creator karena dapat dilihat dari bentuk keterlibatan Pemerintahan Desa Adat Kutuh terhadap perkembangan di Pantai Pandawa serta memiliki kewenangan dalam mengawasi program-program yang telah direncanakan.

Dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa Pemerintahan Desa Adat Kutuh juga membentuk Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa dan membentuk BUMDA Kutuh.

3.2.6 Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa

Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa memiliki bentuk keterlibatan yang penting dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Badan ini dibentuk untuk merancang sekaligus pola pengembangan dari segi tata ruang kemudian masterplan dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Pandawa yang sifatnya nanti menjadi suatu keputusan dari Desa Adat. Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa memiliki kewenangan dalam memuat tata ruang, mengkonsep kemudian mengembangkan bagaimana dari sisi pengelolannya, kerjasama dan kemudian konsep ini akan dibawa ke dalam rapat prajuru Desa sebagai pemilik untuk meminta persetujuan.

Program-program yang telah direncanakan tentunya sangat diperlukan agar suatu daya tarik wisata dapat berkembang dengan baik. Untuk programnya saat ini Pantai Pandawa masih banyak yang perlu dikembangkan, di Pantai Pandawa ini untuk pasar umum yang saat ini membayar tiket murah atau kelas public kemudian di kelas menengah ke atas atau elite ada di Pantai Timbis yang nanti akan dibangun beach club bertaraf internasional dan sudah tahap perencanaan dan desain. Untuk kawasan ecotourism berada di Pantai Gunung Payung yang aka nada kegiatan-kegiatan yang lebih natural alami, kemudian kawasan yang lebih unik berada di bagian barat ada terumbu karang. Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pandawa memiliki kewenangan dalam mengawasi program-program yang telah direncanakan. Selain itu bekerjasama dengan kelembagaan Desa Adat, Desa Dinas, Camat bahkan pemerintah daerah berkoordinasi dan bekerjasama sesuai dengan regulasi dan kewenangan daripada desa.

Peran Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder primer karena dapat dilihat dari bentuk keterlibatan yang dilakukan oleh Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Hal tersebut dikarenakan pihak Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa didalamnya merupakan masyarakat lokal yang bertindak sebagai pelaku utama yang memiliki peran secara langsung dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan peran Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi

implementer. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuk keterlibatan stakeholder dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa karena Badan Perancang dan Pengembangan Kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa memiliki bentuk keterlibatan dari segi pembentukan tata ruang kemudian masterplan dalam pengembangan kawasan Pantai Pandawa.

3.2.7 BUMDA Kutuh

BUMDA Kutuh merupakan salah satu stakeholder yang memiliki keterlibatan yang besar dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Selain dengan BUMDA Kutuh untuk khusus daya tarik wisata Pantai Pandawa memiliki badan pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa yang membantu menata mengenai tata lokasi Pantai Pandawa sedangkan dari segi bisnis dikelola langsung oleh BUMDA Kutuh kemudian berkoordinasi untuk berdiskusi dan bekerjasama dengan manager mengenai program perencanaanya. Selain itu BUMDA Kutuh juga memiliki upaya-upaya yang dilakukan dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Dari segi tata kelola, Pantai Pandawa merupakan salah satu unit usaha dari BUMDA Kutuh. BUMDA Kutuh merupakan manajemen pusat sedangkan Pengelola Unit Pantai Pandawa hanya mengurus bagian operasionalnya. Jadi untuk planning, organaizing itu dari BUMDA Kutuh dan termasuk juga dalam pemasarannya. BUMDA Kutuh memiliki kewenangan yang mutlak dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa.

Dalam suatu pengembangan diperlukan program-program yang dapat mendatangkan lebih banyak wisatawan ke suatu daya tarik wisata. BUMDA Kutuh memiliki program-program yang mendukung pengembangan di daya tarik wisata Pantai Pandawa yaitu dibagian timur Pantai Pandawa terdapat Pantai Timbis. Saat ini Desa Adat juga sudah menggandeng investor, jadi nanti disana berskala internasional, tidak hanya di bangun beach club saja tetapi juga ada kids club, dan spa. Selain itu BUMDA Kutuh juga bersinergi dengan badan pengembangan terkait dengan penataan warung-warung yang ada di daya tarik wisata Pantai Pandawa. Kemudian sejak berstandar CHSE, BUMDA Kutuh juga diberi pelatihan-pelatihan oleh Kemenparekraf mengenai pelatihan toilet.

BUMDA Kutuh memiliki program-program untuk mendukung pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Agar program tersebut dapat berjalan maka perlu adanya monitoring dan evaluasi. Setiap bulan mengadakan dua kali meeting yaitu PNL meeting dan operasional meeting. Dalam suatu pengembangan diperlukan kerjasama antar pemangku kepentingan satu dengan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini juga termasuk dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa, dimana BUMDA Kutuh memerlukan kerjasama dengan pemangku kepentingan lain untuk menuju hasil yang lebih maksimal. Selain dengan pemerintah, BUMDA Kutuh juga menjalin kerjasama dengan Politeknik Pariwisata Bali dan Kemenparekraf. BUMDA Kutuh berada dibawah Desa Adat. Jadi Desa Adat merupakan owner dari BUMDA Kutuh.

Peran BUMDA Kutuh dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder kunci karena dapat dilihat dari kewenangan BUMDA Kutuh dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Hal tersebut dikarenakan pihak BUMDA Kutuh memiliki kewenangan yang mutlak selain itu juga mengawasi dan memonitoring setiap program-program yang telah direncanakan. BUMDA Kutuh juga terlibat secara langsung dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dari segi planning, organaizing termasuk juga dalam pemasarannya. Sedangkan peran BUMDA Kutuh dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) termasuk dalam klasifikasi policy creator karena BUMDA Kutuh juga memiliki kewenangan yang mutlak serta mengawasi dan memonitoring setiap program-program yang telah direncanakan. Selain itu BUMDA Kutuh juga termasuk dalam klasifikasi koordinator yang dapat dilihat dari perannya dalam berkordinasi untuk bekerjasama dengan stakeholder lain dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa, dan juga termasuk dalam klasifikasi fasilitator karena BUMDA Kutuh berperan penting terkait dengan memfasilitasi dari segi pemasaran daya tarik wisata Pantai Pandawa melalui media sosial yang dikelola langsung oleh BUMDA Kutuh.

4.2.5 Peran Media

Dalam pengembangan suatu daya tarik wisata, media memiliki keterlibatan dalam segi pemasarannya. Redaksi Denpost menjadi media yang ikut terlibat dalam promosi maupun pengenalan objek wisata Pantai Pandawa, melakukan wawancara kepada I Ketut Sugiadnyana selaku wartawan denpost. Media denpost memiliki peran melakukan koordinasi dan berdiskusi dengan tokoh-tokoh yang ikut dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa mengenai bagaimana mengembangkan Pantai Pandawa dan inovasi apa yang harus dilakukan. Namun sampai saat ini mengenai program-program pengembangan Pantai Pandawa dari pihak denpost secara spesifik tidak ada.

Peran media dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan mengidentifikasi stakeholder yang dikemukakan oleh Maryono, et al (dalam Yosevita, 2015:25-26) termasuk dalam stakeholder sekunder. Hal tersebut dikarenakan pihak media tidak memiliki kepentingan langsung dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa tetapi memiliki kepedulian yang besar terhadap proses pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Sedangkan berdasarkan klasifikasi peran media dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa berdasarkan perannya menurut Nugroho dkk, (2014) dalam klasifikasi fasilitator karena peranan besar dalam pengembangan daya tarik wisata Pantai Pandawa yang dapat dilakukan oleh media sebagai sarana publikasi dan promosi dalam proses pembentukan citra suatu destinasi. Oleh karena itu diharapkan adanya

kerjasama yang baik antar stakeholder dalam mengembangkan daya tarik wisata Pantai Pandawa.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh packaging attractiveness terhadap consumer purchase interest pada produk bandrek kemasan di kalangan Generasi Z di Kawasan Bandung Raya. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa daya tarik kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian bandrek kemasan ($t = 6.447$; $\text{Sig.} = 0.000$). Visual appeal, inovasi teknologi, serta aspek kenyamanan dan fungsionalitas merupakan atribut kemasan yang paling dominan dalam mendorong ketertarikan Generasi Z untuk membeli produk bandrek kemasan. Temuan ini menegaskan bahwa kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai elemen strategis dalam menarik konsumen muda yang sangat mempertimbangkan estetika, kepraktisan, dan pengalaman produk.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi produsen minuman tradisional untuk mengoptimalkan desain kemasan melalui integrasi estetika visual, informasi produk yang relevan, kemudahan konsumsi, dan teknologi kemasan modern agar produk bandrek dapat bersaing dengan minuman fungsional komersial lainnya. Secara teoretis, penelitian ini memperluas kajian gastronomi dan pemasaran warisan kuliner dengan menunjukkan bahwa inovasi kemasan dapat menjadi strategi efektif dalam revitalisasi minuman tradisional bagi generasi muda.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya meninjau satu kelompok demografis (Generasi Z) dan menggunakan rancangan cross-sectional. Penelitian selanjutnya dapat memperluas variasi responden (misalnya Generasi Y atau wisatawan), menambahkan variabel pemasaran digital atau loyalitas konsumen, serta menggunakan metode campuran agar pemahaman terhadap dinamika perilaku konsumen makanan dan minuman tradisional menjadi lebih komprehensif.

Penelitian ini menegaskan bahwa kemasan memiliki peranan strategis dalam meningkatkan daya tarik minuman tradisional bandrek bagi Generasi Z di Kawasan Bandung Raya. Pengaruh yang signifikan dari desain visual, fungsionalitas, dan inovasi teknologi menunjukkan kebutuhan adaptasi minuman tradisional terhadap preferensi konsumen modern. Melalui pembaruan desain kemasan, produsen bandrek tidak hanya berpotensi meningkatkan daya saing di pasar minuman komersial, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian dan pewarisan gastronomi Nusantara kepada generasi muda.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pelaku industri makanan dan minuman lokal, akademisi, serta pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis warisan kuliner yang relevan dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, D., & Trimo, L. (2020). Faktor – Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Minuman Tradisional. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(2), 323–334.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Auliana, L., Arifianti, R., & Taryana, A. (2023). Branding Model of Bandung City. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 144(12), 112–117. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2023-12.13>
- Defitasari, Widayanti, S., Nur Indah, P., & Andrian Syah, M. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Jamu Tradisional Di Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(2), 513–526.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. Pew Research Center, 17(1), 1–7.
- Hakim, L. (2015). Rempah & Herba Kebun-Pekarangan Rumah Masyarakat (Issue 164).
- Keskin, B., & Güneş, E. (2021). Social and cultural aspects of traditional drinks: A review on traditional Turkish drinks. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25(July). <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100382>
- Larasati, D., Lutfianti, F. A., Melinda, S., Sadiyyah, K., & Nur, D. A. (2023). Strategi Inovasi Kemasan (Packaging) untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Madu. 2(2), 301–308.
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Ningsih, W. I. F., Yunianto, A. E., Atmaka, D. R., Arinda, D. F., & Fajrina, H. (2021). Gambaran Konsumsi Suplemen Dan Herbal Pada Mahasiswa Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Pangan Kesehatan Dan Gizi Universitas Binawan*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.54771/jakagi.v1i2.155>
- Plummer, R., Stone-Jovicich, S., & Bohensky, E. (2012). Adaptive co-management: A new frontier for nature-based tourism. In *The Routledge Handbook of Tourism and the Environment*. <https://doi.org/10.4324/9780203121108-59>
- Rohmana, Yana & Utami, Suci. (2017). Determination Analysis of the Leading Sectors of the Economy of Bandung Raya Area. 777-779. [10.5220/0006893307770779](https://doi.org/10.5220/0006893307770779).
- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati, & Saputra, I. (2023). Buku Ajar STATISTIKA. *FEBS Letters*, 185(1), 4–8.
- Tawakal, M. I., Wahab, T., & Sn, S. (2020). Perancangan Identitas Visual Dan Kemasan Bandrek Abah Ciwidey Bandung. *E-Proceeding of Art & Design*, 07(02), 1575–1585.