

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Diawal 2020, dunia digembarkan adanya *CoronaVirus Disease-19* (COVID-19). COVID-19 adalah infeksi yang menyerang sistem pernapasan dan menyebabkan masalah, seperti penyakit paru-paru serius, yang dapat menyebabkan kematian. Diketahui, awal mula infeksi ini berasal dari Wuhan, China, ditemukan menjelang akhir Desember 2019, Yuliana,2020:197-192).

Sampai saat ini ada 65 negara yang terjangkit Covid. Mengingat informasi WHO 2020, 90.308 pasien terinfeksi Coronavirus. Di Indonesia, hingga saat ini, jumlah pencemaran telah mencapai 3.087 atau 2,3% dengan laju tetap 45.726 individu. Terbukti, pasien positif Corona di Indonesia berawal dari kejadian di Jakarta dimana pasien tersebut melakukan kontak dengan warga asing (*outsider*) asal Jepang yang berdomisili di Malaysia. Usai berkumpul, pasien mengeluh demam, sesak, dan berangin (WHO, 2020), (Yuliana), 2020:197-192).

Hampir seluruh sendi kehidupan, termasuk yang ada di Indonesia, telah lumpuh akibat adanya *CoronaVirus Disease (COVID-19)*. Pandemi Covid-19 ialah wabah virus penyakit non alam yang berkembang dari makanan, seperti kelelawar atau *marsego*. Wabah virus ini dimulai di salah satu negara utama dunia, China yaitu di kota Wuhan, dan sejak itu menyebar ke seluruh global, termasuk ke Indonesia. Karena parahnya pandemi Covid-19, pemerintah Indonesia harus mengambil langkah untuk memerangi

penyebarannya. Salah satu arahan yang dikeluarkan oleh Presiden Jokowi dan pemerintah negara bagian Indonesia, yaitu Sistem Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), (Walakula.YB,2020).

Sosialisasi secara besar-besaran merupakan salah satu prosedur yang dinilai mampu membantu warga dalam menjaga kondisi kesehatan agar tidak tertular Covid-19, dan terhentinya aktivitas kerja akibat wabah virus tersebut. tentu saja hal ini menyebabkan stagnasi di berbagai sektor baik di bidang ekonomi, sosial, politik, maupun korporasi. Industri pariwisata juga terkena dampak pandemi, dengan semua lokasi wisata terpaksa ditutup untuk jangka waktu yang belum ditentukan guna mencegah penyebaran virus corona. Akibatnya, harus ada upaya untuk bertahan dan mempertahankan kelangsungan hidup dalam situasi saat ini, (Walakula. YB,2020).

Menurut Peraturan Perundang-Undangan No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Pada pasal 1 menjelaskan bahwa :

“kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Sedangkan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”.(kemenparekraf.go.id. diakses 19-03-2021)

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 12 Tahun 2020/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf/Baparekraf) tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Badan untuk periode 2020-2024. Meskipun mengalami penurunan pada tahun 2016,

sektor pariwisata nasional mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan kuat dari tahun 2015 hingga 2019. Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional semakin meningkat dan mendekati target, oleh karena itu pariwisata kini menjadi penyumbang devisa utama setelah industri kelapa sawit. Pencapaian target devisa yang telah ditetapkan ditopang oleh capaian wisatawan domestik (*wisnus*) yang berkunjung ke Tanah Air. (Kemenparekraf/Baparekraf, 2020-2024:17).

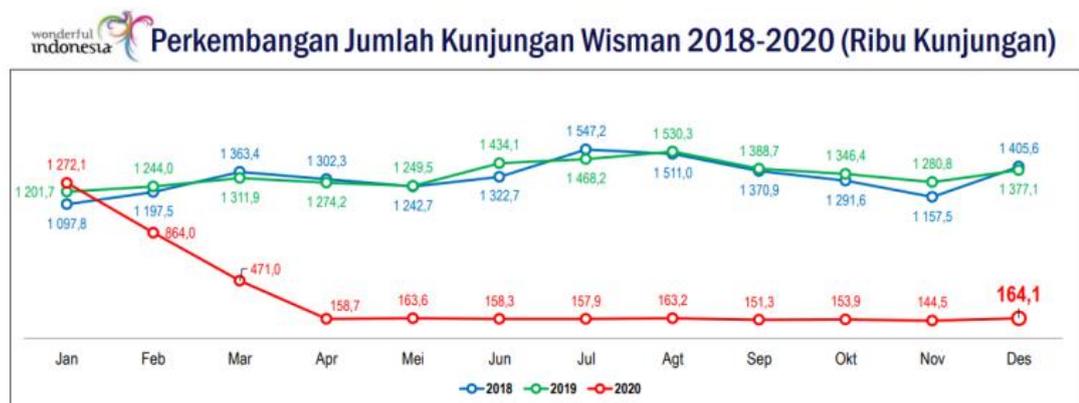
Tabel 1.1 Target dan capaian sector pariwisata nasional

Indicator	2015			2016			2017			2018			2019		
	T	R	C	T	R	C	T	R	C	T	R	C	T	R	C
Kontribusi pada PDB Nasional	4.32%	4.25%	100.47%	4.50%	4.13%	91.78%	5.00%	5.00%	100.00%	5.25%	5.25%	100.00%	5.50%	4.8%	87.27%
Devisa (Triliun Rp)	144	175.71	122.02%	172	176.23	102.46%	200	202.13	101.07%	223	224	100.45%	280	2197	70.36%
Jumlah Tenaga Kerja (Juta orang)	11.4	10.36	90.88%	11.8	12.28	104.07%	126	12.6	105.00%	12.6	12.7	100.79%	13	129	99.23%
Indeks Daya Saing (Wel)	#50	#50	100%	n.a	na	na	#40	#42	95.24%	na	na	na	30	40	75.00%
Wisawan Manca negara (Juta Kunjungan)	10	10.41	104.10%	12	12.02	100.17%	15	14.04	93.60%	17	15.81	93.00%	20	16.1	80.50%
Wisawan Nusantara (juta perjalanan)	25.5	25.642	100.56%	260	264.33	101.67%	265	270.82	102.20%	270	303.5	112.41%	275	290	105.45%

# Indeks daya saing hanya Dilakukan 2 tahun sekali      \*= Angka proyeksi sementara berdasarkan RKP 2021      T:Target R:Realisasi C:Capaian

Salah satu usaha yang terkena dampak dari pandemi Coronavirus adalah industri pariwisata. Menurut data BPS untuk tahun 2021, jumlah pengunjung, baik lokal maupun global, mengalami penurunan yang sangat

besar. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia akan menjadi 4,02 juta. Jumlah wisatawan asing turun 80,50% pada tahun 2019 dibandingkan tahun sebelumnya. Timor Leste, Malaysia, Singapura, Australia, dan China menjadi lima negara dengan kunjungan terbanyak ke Indonesia pada tahun 2020, berdasarkan etnis. Tetapi Cina, sebagian besar dari negara-negara ini adalah tetangga, (egsa.geo.ugm.ac.id/diakses 20-04-2021).



(sumber : BPS, 2021)



(Sumber : Pengolahan Data BPS, 2021)

Sindiaga Uno Menteri Pariwisata dan Industri Kreatif (Menparekraf), mensinyalir beberapa arahan tersebut antara lain memudahkan pengusaha khususnya yang bergerak di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, untuk berinvestasi. Selain itu, kebijakan sektor keuangan, khususnya yang terkait dengan tekfin dan modal ventura, perlu direvisi. Akibatnya, perusahaan disektor pariwisata dan ekonomi kreatif harus berkembang dengan akses permodalan yang mudah, (Sutianto,dalam kumparan.bisnis,2021).

Sasaran strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan penjabaran dari sasaran strategis, sekaligus pemetaan strategi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam mengemban misi nomor 2: mewujudkan Visi Presiden 2020-2024. Ada 11 sasaran strategis Kemenparekraf/Baparekraf, yang terbagi dalam empat (4) perspektif:

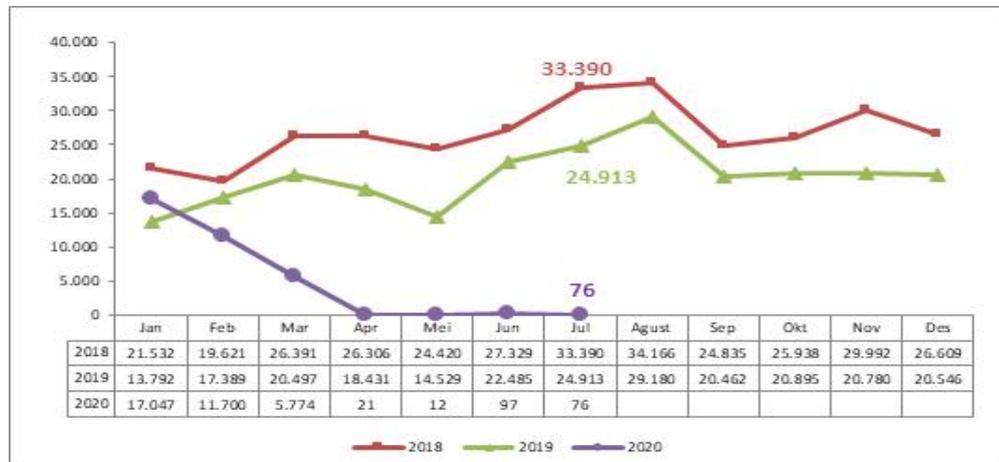
Sudut pandang pertama adalah *Stakeholder* merupakan perspektif yang mewakili hasil/dampak yang diinginkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sasaran strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki satu (satu) sasaran strategis: “Meningkatkan kontribusi pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap ketahanan ekonomi”. Perspektif kedua yaitu *customer* (pelanggan), membandingkan output actual Kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan output yang diharapkan dapat dicapai. Visi tersebut memiliki enam (6) sasaran strategis, antara lain “meningkatkan nilai tambah ekonomi kreatif nasional, meningkatkan kualitas dan jumlah wisatawan, dan meningkatkan daya saing destinasi dan industry pariwisata nasional”. Perspektif ketiga, disebut sebagai proses internal,

menggambarkan prosedur yang digunakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk mengembangkan output dari sudut pandang klien. Diperkirakan bahwa jika metode ini diikuti dengan benar, hasil dari perspektif pelanggan akan terwujud. Memiliki tiga (sasaran strategis: “Menyelenggarakan kajian hukum pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis kajian, peningkatan kualitas dan kuantitas SDM pariwisata, dan ekonomi kreatif”. Selanjutnya perspektif keempat yaitu *learn and growth* belajar dan tumbuh, menggambarkan asset strategis yang digunakan untuk mengelola proses dari sudut pandang proses internal. “terwujudnya reformasi birokrasi kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif/badan pariwisata dan ekonomi kreatif menuju birokrasi yang professional”, merupakan satu-satunya tujuan strategis. (Kemenparekraf/Baparekraf,2020-2024:52-53).

Industri pariwisata sebagai industri memberikan kontribusi fundamental untuk kemajuan. Industri pariwisata dapat memperluas atau membuat posisi baru untuk daerah perkotaan di dekat keberatan industri pariwisata, misalnya, tempat tinggal, kafe, pendamping lokal, layanan perjalanan, dan administrasi lainnya. Industri perjalanan juga berkontribusi hanya untuk berbagai bidang seperti *drive* untuk berkumpul atau mengikuti jalan, pelabuhan, terminal udara, dan program kebersihan, yang semuanya dapat membantu jaringan lingkungan dan wisatawan. Baik di negara berkembang maupun negara maju, kawasan industri pariwisata meningkatkan dan menambah kemajuan banyak kegiatan di berbagai bidang, (Pendid dalam Utami 2017).

Sektor pariwisata adalah sektor yang terdampak dan paling terpukul saat pandemic Covid-19. Adanya larangan orang asing masuk wilayah Indonesia, yang diterapkan awal April 2020, berdampak pada jumlah kunjungan wisman ke Indonesia khususnya Jawa Timur. Jika dibandingkan Januari-Juli 2016-2020, pada Januari-Juni 2020 jumlah wisman yang masuk Jawa Timur hanya 34.727 kunjungan, terendah dalam lima tahun sebelumnya. Meskipun jumlah kunjungan wisman secara total pada 2020 mengalami peningkatan, akan tetapi jumlah kunjungan wisman masih jauh normal kunjungan wisman Jawa Timur. Tentu saja, di bawah baru, sejumlah besar upaya akan diperlukan untuk memulihkan kondisi pariwisata, terutama bagi pengunjung internasional, (BPS, Perkembangan Pariwisata Jatim, 2020). Jumlah wisman yang berkunjung ke Jatim pada Juli 2020 sebanyak 76. Jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya yang sebanyak 97 pengunjung, statistik ini turun sebesar 21,65%. Jumlah kunjungan wisman ke Jawa Timur mengalami penurunan sebesar 99,69 persen pada bulan dan tahun yang sama tahun 2019, sebanyak 24.913 kunjungan.

### Jumlah kunjungan Mancanegara ke Jawa Timur Tahun 2018-2020



Secara umum jumlah kunjungan wisman ke Provinsi Jawa Timur pada Januari-Juli mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir. Jumlah kunjungan wisman turun dari 132.036 menjadi 34.727 pada 2020 dibandingkan 132.036 pada 2019. Sementara itu, dibandingkan 178.989 wisman yang berkunjung pada Januari–Juli 2018, jumlah kunjungan wisman pada Januari–Juli 2020 juga lebih sedikit. Hal ini yang harus menjadi perhatian semua pihak terkait, agar jumlah wisatawan mancanegara kembali meningkat ke depannya..(BPS, Perkembangan Pariwisata Jatim, 2020).

Strategi pemasaran Dinas Kebudayaan dan pariwisata Jawa Timur mengacu pada Strategi Pemasaran Kementerian Pariwisata RI

#### Implementasi Strategi Pemasaran Menggunakan Konsep DOT

Strategi Pemasaran		
Jenis strategi	Deskripsi	Keterangan
Destination (Destinasi)	Focus pada daerah yang sector kepariwisataannya siap untuk dijual ke wisatawan	Wilayah Bromo Tengger Semeru, Ijen, Banyuwangi, Batu Malang

Origin (Asal)	Target pasar (wisatawan) yang akan menjadi tujuan penjual destinasi wisata	Malaysia, Singapura, Cina, Taiwan, Thailand, Jepang
Time (Waktu)	Waktu yang tepat untuk melakukan promosi/penjualan “destinasi” ke “origin”	Pola liburan wisatawan

### Implementasi Strategi Promosi Menggunakan Konsep BAS

Strategi Promosi	
Jenis Strategi	Deskripsi
Branding	Keikutsertaan pada pameran baik dalam negeri maupun luar negeri
advertising	Publikasi pada media cetak, media elektronik, media ruang, dan online
Selling	Direct promotion

### Implementasi Strategi Media Menggunakan Konsep POS + E

Strategi Media	
Jenis Strategi	Deskripsi
Paid Media (Media Membayar)	Media yang kita bayar untuk menampilkan materi pemasaran pariwisata milik kita (Media Elektronik, ruang)
Owned Media (Media yang Dimiliki)	Media yang merupakan milik kita sendiri, sehingga tidak perlu membayar untuk menampilkan materi pemasaran pariwisata milik kita (Website, kiosk interaktif, TIC)
Sosial Media (Media sosial)	Media yang berbasis web (jejaring) dan pertemanan di dunia maya
+ Endorser	Penggunaan person atau karakter untuk memperkenalkan atau mempopulerkan brand/produk/destinasi pariwisata kita. (Duta Wisata dan mahasiswa asing).

Jumlah wisatawan mancanegara yang datang tahun ini jauh lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya, menurut data Dinas Pemuda Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Probolinggo (DISPORAPAR BUD).

Pada tahun 2019, sebanyak 55.284 wisatawan mancanegara mengunjungi berbagai tempat wisata di Kabupaten Probolinggo. di Kabupaten probolinggo, pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap pariwisata global. Dari sisi kunjungan wisman hingga triwulan III 2020 hanya 5.946 orang yang berkunjung wisman. Pandemi virus corona memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai industri pariwisata. Tempat-tempat wisata telah ditutup selama beberapa bulan karena pandemic. (radarbromo.com/ diakses 20-04-2021).

<b>Tahun</b>	<b>Kunjungan Wisman</b>
2014	15.204 orang
2015	23.268 orang
2016	40.957 orang
2017	30.844 orang
2018	31.422 orang (Per Oktober)
2019	55.284 orang
2020	5.946 orang (per September)

Pada tahun-tahun sebelumnya, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Probolinggo meningkat; pada tahun 2014, jumlah wisman diperkirakan sekitar 15.204 orang. Pada 2015, hampir dua kali lipat menjadi 23.268 pengunjung internasional. Jumlah individu terus meningkat, mencapai 40.957 pada tahun 2016. Pada tahun 2017, tidak ada kenaikan untuk tahun tahun kedua berurut-turut. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara saat itu diperkirakan sekitar 30.844 orang. Artinya, pada 2017 turun sekitar 9.000 dibandingkan 2016. Setahun kemudian meningkat lagi, dengan kunjungan 31.422 wisman pada Oktober 2018. Berharap pandemi yang bermula di Wuhan, China ini segera berakhir. Alhasil jumlah pengunjung

asing ke Kabupaten Probolinggo kembali melonjak, ([radarbromo.com/](http://radarbromo.com/) diakses 20-04-2021).

Di Desa Bhinor, Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo, terdapat objek wisata bahari baru bernama Wisata Pantai Bohay. Berkontribusi pada pertumbuhan pariwisata masyarakat di *Bhinor Green Community*. Wisata Bohay digadang-gadang menjadi wisata bahari pertama di Jawa Timur dengan view pantai berbentuk Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU). Karena kekhasan dan kondisi alamnya yang baik, lokasi Pantai Bohay sangat berbeda dari dua dan tiga tahun sebelumnya, setelah dikelola oleh masyarakat setempat dengan bantuan BUMDES. Mempertimbangkan upaya yang dilakukan oleh Kota Bhinor dan pemerintah lingkungan, penting untuk fokus pada persyaratan tamu ke sisi Pantai Bohay, karena pelayaran adalah bisnis yang mahal.

Untuk mendapatkan Strategi yang dilakukan dalam pengembangan potensi pariwisata pantai Bohay di Kabupaten Probolinggo. pemerintah Kabupaten Probolinggo bekerja sama dengan berbagai lintas sector, bahkan dengan perusahaan swasta seperti PT.PJB atau PT.POMI Paiton, untuk menunjang adanya kontiyuitas dalam mempertahankan dan mengembangkan destinasi wisata. Strategi itu sendiri adalah berkaitan dengan rencana untuk mencapai tujuan, dalam hal ini pemerintah Kabupaten Probolinggo mencanangkan program satu desa satu destinasi wisata, dengan menggunakan kemajuan mekanis, menjadi hiburan berbasis web khusus dalam memajukan item termasuk memajukan objek wisata, menarik,

mengembangkan, dan memperluas perhatian. Publik. Tentang .signifikansi. sadar. industri perjalanan wisata, menciptakan daya tarik industri perjalanan wisata, dan mengadakan keterbukaan industri perjalanan wisata.

Penelitian terdahulu tentang Strategi Pengembangan Pariwisata terhadap produk wisata diantaranya yaitu : penelitian pertama yang dilakukan oleh (Kristian & Harmono,2020) Judul “strategi pengembangan destinasi pariwisata Kabupaten Jember”. Hasil penelitian, pengembangan destinasi pariwisata di kabupaten Jember adalah pembinaan masyarakat sekitar destinasi pariwisata sebagai subjek dan objek pariwisata melalui pembentukan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) yang akan mengelola suatu destinasi pariwisata, sesuai dengan metode penelitian kualitatif. Meningkatkan daya saing produk pariwisata melalui inisiatif swadana dan penyelenggaraan event pariwisata yang terintegrasi dengan sektor lain seperti transportasi, UMKM, perdagangan, dan kesehatan. (Buditiawan K, 2020)

Penelitian kedua oleh (Meiwany A. & JultaL.,2018) dengan judul “Strategi Pengembangan Objek wisata Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan pada Objek Wisata Oetune Kabupaten TTS)”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune dibuat berdasarkan pada berbagai aspek pengembangan seperti wisatawan, sarana transportasi, daya tarik objek wisata yang dimiliki, sarana dan prasarana penunjang dilingkungan objek wisata. Pemanfaatan telekomunikasi sebagai media promosi dan sumber daya manusia yang berkualitas, strategi yang dilakukan

sebagai upaya dalam peningkatan kunjungan objek wisata pantai Oetune setiap tahunnya.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh (Marceilla Hidayat,2011) dengan judul “Strategi Perencanaan dan Pengembangan Objek wisata pada Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat”. Metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Objek wisata pantai Pangandaran merupakan objek wisata yang sangat populer di kalangan wisatawan domestik (Nusantara) sebagai daerah tujuan wisata pantai Pangandaran masih memiliki peluang untuk menjadi sebuah destinasi wisata unggulan di Jawa Barat.

Dari ketiga penelitian terdahulu terkait Strategi Pengembangan pariwisata. Pada peneliti yang dilakukan Kristian Buditiawan dan Harmono, (2020) dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan destinasi pariwisata di Kabupaten Jember adalah pembinaan kepada masyarakat sekitar destinasi pariwisata sebagai subyek dan obyek pariwisata melalui pembentukan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) yang akan mengelola suatu destinasi pariwisata. Pada Penelitian kedua Meiwany A.K. Tapatfeto & Juita L.D, (2018) dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan Objek wisata pantai Oetune dibuat berdasarkan pada berbagai aspek pengembangan seperti wisatawan, sarana transportasi, daya tarik objek wisata yang dimiliki, sarana dan prasarana penunjang dilingkungan objek wisata. Pada penelitian ketiga Marceilla Hidayat (2011) dapat disimpulkan Objek wisata pantai Pangandaran merupakan objek wisata yang populer di kalangan wisatawan

domestik (Nusantara) sebagai destinasi wisata yang kuat, oleh karena itu objek wisata pantai Pangandaran masih memiliki potensi untuk menjadi destinasi wisata unggulan di Jawa Barat.

Sedangkan dalam penelitian ini, variabel-variabel yang menjadi penyebab kurangnya minat wisatawan untuk berwisata, maka perlu dikembangkan suatu strategi untuk memaksimalkan potensi wisata Pantai Bohay di Kabupaten Probolinggo. untuk membantu kesinambungan dalam mempertahankan dan memperluas lokasi wisata, pemerintah Kabupaten Probolinggo bekerjasama dengan beberapa lintas sektor, termasuk pihak swasta seperti PT. PJB atau PT. POMI Paiton. PT PJB UP Paiton memilih Desa Binor sebagai penerima program CSR-nya. Pembangunan wisata “Pantai Bohay” melalui program CSR PJB UP Paiton memberdayakan masyarakat pesisir untuk bekerjasama dalam menjaga kebersihan dan kondisi laut serta memaksimalkan potensi-potensi yang ada di Desa Binor salah satunya melalui wisata Pantai Bohay (Binor Harmony). Dalam scenario ini, peningkatan dan pengembangan pariwisata Pantai Bohay sebagai tujuan wisata memerlukan strategi yang matang dan tepat waktu untuk merancang strategi pengembangan objek wisata berdasarkan analisis.

Dengan ini, latar belakang dan beberapa penelitian sebelumnya maka masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana Analisis strategi pengembangan objek wisata pantai bohay pada masa pandemi Covid-19”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dirumuskan adalah : “ Bagaimana Analisis strategi pengembangan objek wisata Pantai Bohay pada masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis strategi pengembangan objek wisata pantai bohay pada masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, temuan penelitian ini harus bermanfaat bagi semua orang sebagai hasil dari perkembangan Ilmu Sosial, Khususnya di bidang pengembangan wisata.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil peneltian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a) Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program studi S1 Administrasi Publik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Panca Marga Probolinggo.

- b) Temuan-temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai kontribusi bagi kemajuan industry pariwisata di Probolinggo, khususnya di lokasi wisata Pantai Bohay Paiton.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Bohay Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo” ini menyusun sebuah sistem penulisan yang memuat gambaran logis dari tahapan penulisan yang dilakukan, dengan penulisan sebagai berikut:

##### 1. BAB 1 PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan semuanya tercakup dalam Bab Pendahuluan.

##### 2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada kajian pustaka berisi tentang Penelitian Terdahulu, Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian, Kerangka Dasar Teoritik, serta Kerangka Pemikiran. Dalam konsep teori yang digunakan pada penelitian ini, meliputi pengembangan destinasi pariwisata.

##### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada Metode Penelitian terdiri dari Jenis Penelitian, Fokus Penelitian, lokasi dan Situs Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian dan Analisis Data.

##### 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang data atau informasi dari Analisis strategi pengembangan objek wisata Pantai Bohay pada masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo digunakan untuk menganalisis suatu permasalahan yang ada, serta untuk pengolahan data.

## 5. BAB V PENUTUP

Pada Bab ini Kesimpulan dan Saran, berisi jawaban dari rumusan masalah yang memuat terkait Analisis strategi pengembangan objek wisata Pantai Bohay pada masa pandemic Covid-19 di Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo.