



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 12412-12420

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal di Kota Bengkulu

Rahma Nur Oktaviani¹, As'ad Hasan², Ariel Siswantoro³

^{1,2,3}Departemen Eknomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazzairin, SH

¹rahmanuroktaviani28@gmail.com, ²asadmirhasan@yahoo.co.id, ³arielsiswantoro@gmail.com

Abstrak

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kota Bengkulu memiliki potensi wisata alam, sejarah, dan budaya yang dapat dikembangkan sebagai penggerak pembangunan ekonomi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan ekonomi lokal di Kota Bengkulu serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pelaku UMKM, masyarakat sekitar kawasan wisata, dan Dinas Pariwisata Kota Bengkulu. Data dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar perumusan strategi pengembangan pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan ekonomi lokal, terutama melalui berkembangnya UMKM, peningkatan pendapatan masyarakat, dan terciptanya peluang kerja. Namun, pengembangan pariwisata masih menghadapi berbagai kendala, antara lain rendahnya inovasi produk, promosi yang belum optimal, keterbatasan sarana pendukung, ketergantungan terhadap kondisi cuaca, serta masih rendahnya kunjungan wisatawan dari luar daerah. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang direkomendasikan meliputi optimalisasi potensi kuliner dan budaya lokal, penguatan promosi berbasis digital, peningkatan kualitas produk dan pelayanan UMKM, pengembangan kerja sama antarwilayah, serta peningkatan infrastruktur dan partisipasi masyarakat. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing pariwisata sekaligus memperkuat ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kegiatan Rekreasi, Perekonomian Setempat, UMKM, Analisis SWOT, Kota Bengkulu

1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Kontribusi sektor ini tidak hanya tercermin dari peningkatan pendapatan daerah, tetapi juga melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta berkembangnya sektor ekonomi lain seperti perdagangan, transportasi, dan jasa [1]. Oleh karena itu, pengembangan sektor pariwisata sering dijadikan sebagai bagian dari strategi pembangunan daerah yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan Masyarakat.

Indonesia memiliki kekayaan alam, budaya, serta warisan sejarah yang menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor yang memiliki prospek besar dalam mendukung pembangunan ekonomi. Keberagaman destinasi wisata yang dimiliki menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, sehingga sektor ini diharapkan mampu menjadi sumber pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat [2]. Dalam konteks tersebut, Kota Bengkulu merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang cukup besar. Berbagai destinasi wisata alam, sejarah, dan budaya seperti Pantai Panjang, Benteng Marlborough, Pantai Tapak Paderi, serta Rumah Pengasingan Presiden Soekarno menjadi daya tarik utama yang berpotensi mendukung pengembangan pariwisata daerah.

Perkembangan sektor pariwisata di Provinsi Bengkulu menunjukkan tren yang positif. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 mencatat bahwa jumlah perjalanan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Provinsi Bengkulu mencapai sekitar 4,57 juta perjalanan, dengan tingkat penghunian kamar hotel berbintang sebesar 57,95 persen [3]. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas pariwisata di Provinsi Bengkulu mengalami perkembangan yang cukup signifikan, dengan Kota Bengkulu sebagai salah satu tujuan wisata utama. Selain itu, perkembangan sektor pariwisata juga memberikan dampak terhadap tumbuhnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui meningkatnya permintaan terhadap produk kuliner, kerajinan, dan jasa akomodasi. Salah satu upaya yang

dilakukan pemerintah daerah adalah pengembangan kawasan wisata kuliner Belungguk Point yang melibatkan sekitar 160 pelaku UMKM lokal sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Meskipun demikian, besarnya potensi dan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan belum sepenuhnya memberikan dampak optimal terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal. Manfaat ekonomi yang diperoleh masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah di sekitar kawasan wisata, masih belum maksimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata yang dilakukan belum sepenuhnya terarah pada penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan [4].

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian secara umum atau pada pengembangan desa wisata berbasis masyarakat. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) mengenai bagaimana strategi pengembangan pariwisata yang tepat dapat dirumuskan berdasarkan kondisi internal dan eksternal daerah untuk meningkatkan ekonomi lokal, khususnya pada wilayah perkotaan seperti Kota Bengkulu.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan ekonomi lokal di Kota Bengkulu melalui pendekatan analisis SWOT. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi pengembangan sektor pariwisata daerah. Kebaruan penelitian ini terletak pada pemetaan kondisi internal dan eksternal sektor pariwisata Kota Bengkulu sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan yang lebih efektif dan berorientasi pada peningkatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan secara sistematis dan faktual strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan ekonomi lokal di Kota Bengkulu. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu objek atau peristiwa secara akurat sesuai kondisi yang terjadi pada masa sekarang [5]. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap pihak Dinas Pariwisata Kota Bengkulu, pelaku UMKM di kawasan wisata, serta masyarakat yang terlibat dalam aktivitas ekonomi berbasis pariwisata. Menurut Arikunto (2018), data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan Dinas Pariwisata, publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), serta berbagai literatur yang relevan. Nazir (2017) menyatakan bahwa data sekunder merupakan data yang telah tersedia sebelumnya dan digunakan untuk mendukung data primer.

Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sehingga diperoleh sumber data yang paling memahami permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono [6], purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai tujuan penelitian. Informan penelitian meliputi pelaku UMKM di kawasan wisata, pengelola destinasi wisata, serta pihak Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bengkulu. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Moleong [7] menjelaskan bahwa wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu antara pewawancara dan informan, sedangkan observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian [6]. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa arsip, laporan, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Arikunto [8], dokumentasi merupakan metode pengumpulan data melalui penelaahan dokumen atau arsip yang relevan dengan masalah penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang memengaruhi pengembangan sektor pariwisata di Kota Bengkulu. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian disusun ke dalam matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan pariwisata yang mendukung peningkatan ekonomi lokal. Menurut Sari et al. [9], analisis SWOT merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal organisasi sebagai dasar dalam perumusan strategi yang tepat.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Potensi Pariwisata dan Dampaknya terhadap Ekonomi Lokal Kota Bengkulu

Kota Bengkulu merupakan salah satu daerah di pesisir barat Pulau Sumatra yang memiliki potensi pariwisata yang cukup besar dan beragam. Potensi tersebut didukung oleh keberadaan destinasi wisata alam, sejarah, budaya, dan religi yang menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Beberapa objek wisata unggulan yang menjadi ikon Kota Bengkulu antara lain Pantai Panjang, Pantai Tapak Paderi, Benteng Marlborough, Rumah Pengasingan Presiden Soekarno, Rumah Fatmawati Soekarno, serta berbagai kawasan wisata budaya yang mencerminkan kekayaan sejarah dan identitas masyarakat Bengkulu. Keberagaman destinasi tersebut merupakan modal strategis yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing sektor pariwisata sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Potensi tersebut juga menunjukkan bahwa sektor pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sektor jasa, tetapi telah berkembang menjadi salah satu instrumen pembangunan ekonomi daerah yang mampu menggerakkan berbagai sektor usaha pendukung.

Perkembangan sektor pariwisata di Kota Bengkulu menunjukkan tren yang positif seiring meningkatnya mobilitas wisatawan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah perjalanan wisatawan nusantara ke Provinsi Bengkulu pada tahun 2024 mencapai sekitar 4,57 juta perjalanan. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tersebut memberikan peluang yang sangat besar bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama melalui meningkatnya aktivitas perdagangan, jasa, transportasi, akomodasi, serta sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di sekitar kawasan wisata. Semakin tinggi jumlah wisatawan yang datang, semakin besar pula peluang terjadinya transaksi ekonomi yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan objek-objek wisata di Kota Bengkulu mampu menciptakan aktivitas ekonomi yang cukup dinamis di lingkungan masyarakat sekitar. Kawasan wisata tidak hanya menjadi tempat rekreasi, tetapi juga berkembang menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat melalui hadirnya berbagai usaha seperti rumah makan, warung kuliner, toko oleh-oleh, penyewaan perlengkapan wisata, jasa transportasi lokal, hingga usaha ekonomi kreatif lainnya. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa perkembangan sektor pariwisata memiliki keterkaitan yang erat dengan perkembangan ekonomi lokal karena mampu menciptakan hubungan saling menguntungkan antara aktivitas wisata dan kegiatan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM di kawasan wisata Kota Bengkulu, diketahui bahwa meningkatnya jumlah wisatawan secara langsung berdampak pada peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat. Sebagian besar pelaku usaha menyatakan bahwa tingkat penjualan sangat dipengaruhi oleh banyaknya wisatawan yang berkunjung, terutama pada musim liburan, akhir pekan, maupun saat penyelenggaraan berbagai kegiatan atau festival daerah. Produk kuliner menjadi komoditas yang paling banyak diminati wisatawan karena menawarkan harga yang relatif terjangkau, cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen, serta lokasi usaha yang berada di sekitar objek wisata sehingga mudah dijangkau oleh pengunjung. Selain kuliner, produk oleh-oleh khas Bengkulu seperti makanan tradisional, kerajinan tangan, dan hasil olahan lokal juga menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki efek berganda (*multiplier effect*) terhadap perekonomian lokal. Kehadiran wisatawan tidak hanya memberikan keuntungan kepada pelaku usaha secara langsung, tetapi juga menggerakkan berbagai sektor ekonomi lainnya, seperti penyedia bahan baku, jasa transportasi, tenaga kerja lokal, serta berbagai usaha pendukung lainnya. Dengan demikian, manfaat ekonomi yang dihasilkan dari aktivitas pariwisata menyebar ke berbagai lapisan masyarakat sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara lebih luas. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Pajriah et al. [10] yang menyatakan bahwa aktivitas wisata menghasilkan dampak ekonomi yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat serta memperkuat keberadaan UMKM lokal.

Selain meningkatkan aktivitas ekonomi, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha menggantungkan sumber pendapatannya pada tingkat kunjungan wisatawan. Tingginya ketergantungan tersebut mengindikasikan bahwa sektor pariwisata telah menjadi salah satu sumber penghidupan utama bagi masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan wisata. Ketika jumlah wisatawan meningkat, pendapatan pelaku usaha cenderung mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Sebaliknya, apabila jumlah kunjungan mengalami penurunan, aktivitas ekonomi masyarakat juga ikut melemah. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa keberlangsungan ekonomi lokal memiliki hubungan yang sangat erat dengan keberlanjutan pengembangan sektor pariwisata.

Peningkatan aktivitas ekonomi tersebut juga berdampak pada terbukanya kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. Berkembangnya usaha kuliner, perdagangan, jasa, dan ekonomi kreatif menciptakan kebutuhan tenaga

kerja baru sehingga mampu menyerap masyarakat lokal sebagai karyawan, pedagang, pengelola parkir, pemandu wisata, maupun pelaku usaha mandiri. Dengan demikian, pengembangan pariwisata tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putra dan Pradikto [11] yang menjelaskan bahwa pengembangan sektor pariwisata mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui terbukanya kesempatan kerja dan berkembangnya usaha lokal.

Meskipun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan adanya berbagai kendala yang dihadapi pelaku UMKM, seperti ketergantungan terhadap kondisi cuaca, kurangnya inovasi produk, keterbatasan fasilitas pendukung, dan masih rendahnya promosi wisata. Sebagian besar produk yang dijual masih didominasi oleh jenis produk yang seragam sehingga daya saing antar pelaku usaha relatif rendah. Keadaan ini mengindikasikan bahwa pengembangan ekonomi lokal belum sepenuhnya didukung oleh diversifikasi produk dan strategi pemasaran yang memadai.

Dari sisi masyarakat, partisipasi dalam menjaga kebersihan lingkungan dan pelestarian budaya lokal menjadi modal sosial yang mendukung keberlanjutan sektor pariwisata. Kesadaran masyarakat untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan kawasan wisata merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Sementara itu, Dinas Pariwisata Kota Bengkulu menjelaskan bahwa subsektor kuliner merupakan sektor unggulan ekonomi kreatif daerah yang didukung melalui penyelenggaraan event budaya, kerja sama antarwilayah, serta pengembangan aplikasi wisata berbasis digital. Temuan ini memperkuat penelitian Rizal [4] yang menyatakan bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis potensi pariwisata harus didukung oleh inovasi produk, pemasaran digital, dan kolaborasi antarpemangku kepentingan agar mampu meningkatkan daya saing usaha.

3.2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), masyarakat sekitar kawasan wisata, serta Dinas Pariwisata Kota Bengkulu, diperoleh berbagai informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pengembangan sektor pariwisata di Kota Bengkulu. Faktor-faktor tersebut berasal dari kondisi internal maupun eksternal yang secara langsung maupun tidak langsung menentukan kemampuan daerah dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi tersebut, penelitian ini menggunakan analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) sebagai alat analisis strategis. Analisis SWOT dipilih karena mampu mengidentifikasi posisi pengembangan pariwisata berdasarkan potensi yang dimiliki sekaligus tantangan yang dihadapi sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengembangan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Tabel 1. Analisis SWOT Pengembangan Pariwisata Kota Bengkulu

Faktor Internal	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	Harga produk UMKM terjangkau	Ketergantungan terhadap cuaca
	Produk memiliki cita rasa yang diminati wisatawan	Produk cenderung seragam
	Lokasi usaha strategis di kawasan wisata	Kurangnya inovasi produk
	Dukungan masyarakat terhadap sektor pariwisata	Promosi belum optimal
	Potensi ekonomi kreatif subsektor kuliner	Sarana pendukung belum memadai
	Dukungan pemerintah melalui event dan promosi	Daya saing pariwisata masih rendah
	Pengembangan aplikasi wisata digital	Kunjungan wisatawan luar daerah masih rendah
	Kekayaan budaya lokal	Kunjungan wisata bersifat musiman
		Kesadaran masyarakat masih rendah
Faktor Eksternal	Opportunities (O)	Threats (T)
	Peningkatan jumlah wisatawan	Cuaca tidak menentu

Faktor Eksternal	Opportunities (O)	Threats (T)
	Dukungan pemerintah terhadap sektor pariwisata	Persaingan usaha semakin tinggi
	Potensi pasar wisata yang berkembang	Keterbatasan bahan baku
	Peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat	Rendahnya kesadaran pengunjung terhadap kebersihan
	Kerja sama antarwilayah	Pelayanan UMKM belum optimal
	Paket wisata terpadu	Persaingan dengan destinasi lain
	Event daerah sebagai media promosi	Rendahnya rasa memiliki masyarakat
	Perkembangan teknologi digital	Promosi daerah lain lebih kuat

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Kota Bengkulu memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi modal utama dalam pengembangan sektor pariwisata. Salah satu kekuatan yang paling menonjol adalah keberadaan potensi wisata alam, sejarah, dan budaya yang saling melengkapi sehingga mampu memberikan variasi pengalaman wisata bagi pengunjung. Destinasi seperti Pantai Panjang, Pantai Tapak Paderi, Benteng Marlborough, dan berbagai situs sejarah lainnya menjadi daya tarik utama yang memiliki nilai jual tinggi. Keberagaman objek wisata tersebut didukung oleh berkembangnya ekonomi kreatif, khususnya subsektor kuliner, yang menjadi salah satu identitas khas Kota Bengkulu. Harga produk UMKM yang relatif terjangkau, cita rasa kuliner yang sesuai dengan preferensi wisatawan, serta lokasi usaha yang berada di sekitar kawasan wisata menjadi faktor yang memperkuat daya tarik destinasi sekaligus meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat.

Selain potensi sumber daya wisata, dukungan masyarakat dan pemerintah daerah juga menjadi kekuatan penting dalam pengembangan pariwisata. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat menunjukkan sikap yang cukup positif terhadap pengembangan sektor pariwisata karena menyadari bahwa keberadaan wisatawan memberikan manfaat ekonomi secara langsung melalui peningkatan pendapatan dan terbukanya peluang usaha. Pemerintah Kota Bengkulu juga terus berupaya meningkatkan daya tarik destinasi melalui penyelenggaraan berbagai event budaya, promosi daerah, pembinaan UMKM, serta pengembangan aplikasi wisata berbasis digital. Berbagai program tersebut menunjukkan adanya komitmen pemerintah dalam memperkuat sektor pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan pembangunan ekonomi daerah.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai kelemahan yang perlu mendapat perhatian. Salah satu kelemahan utama adalah rendahnya inovasi produk UMKM sehingga sebagian besar produk yang dipasarkan masih memiliki karakteristik yang relatif sama. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin tinggi karena produk yang ditawarkan belum memiliki diferensiasi yang kuat. Selain itu, promosi destinasi wisata masih belum optimal sehingga potensi wisata Kota Bengkulu belum sepenuhnya dikenal oleh wisatawan dari luar daerah. Pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran juga belum dilakukan secara maksimal oleh sebagian besar pelaku usaha sehingga jangkauan promosi masih terbatas.

Kelemahan lainnya berkaitan dengan keterbatasan sarana dan prasarana pendukung pariwisata. Beberapa kawasan wisata masih memerlukan peningkatan fasilitas umum seperti area parkir, sanitasi, pusat informasi wisata, tempat istirahat, papan petunjuk, serta aksesibilitas menuju lokasi wisata. Infrastruktur yang belum optimal dapat mengurangi kenyamanan wisatawan sehingga berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung. Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan masih bersifat musiman dan didominasi oleh wisatawan lokal sehingga tingkat kunjungan wisatawan dari luar daerah belum mampu memberikan dampak ekonomi yang maksimal bagi masyarakat.

Di sisi eksternal, penelitian ini menemukan berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mempercepat pengembangan sektor pariwisata. Peningkatan jumlah perjalanan wisatawan di Indonesia memberikan peluang yang besar bagi Kota Bengkulu untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dukungan pemerintah pusat terhadap pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, perkembangan teknologi informasi, serta semakin luasnya penggunaan media digital dalam promosi destinasi menjadi peluang yang sangat potensial untuk meningkatkan daya saing pariwisata daerah. Selain itu, kerja sama antarwilayah dalam bentuk paket wisata terpadu dan penyelenggaraan event budaya juga dapat memperluas pasar wisata sekaligus meningkatkan lama tinggal (*length of stay*) wisatawan di Kota Bengkulu.

Perkembangan teknologi digital juga membuka peluang baru bagi pemerintah daerah dan pelaku UMKM untuk melakukan promosi secara lebih efektif. Penggunaan media sosial, aplikasi wisata, *digital marketing*, dan platform perjalanan daring memungkinkan informasi mengenai destinasi wisata Bengkulu menjangkau wisatawan dalam skala yang lebih luas dengan biaya promosi yang relatif rendah. Digitalisasi juga dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk UMKM lokal, mempermudah sistem pemesanan, hingga membangun citra destinasi (*destination branding*) yang lebih kuat. Penelitian oleh Efrinal et al. [12] menjelaskan bahwa transformasi digital dalam sektor pariwisata mampu meningkatkan daya saing destinasi melalui perluasan akses informasi, promosi yang lebih efektif, serta peningkatan interaksi antara pelaku usaha dan wisatawan.

Di samping peluang tersebut, terdapat pula berbagai ancaman yang harus diantisipasi. Faktor cuaca menjadi ancaman utama karena sebagian besar objek wisata unggulan Kota Bengkulu merupakan wisata pantai yang sangat bergantung pada kondisi alam. Perubahan cuaca yang tidak menentu dapat menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan, terutama pada musim hujan atau gelombang tinggi. Selain itu, semakin ketatnya persaingan dengan destinasi wisata di daerah lain juga menjadi tantangan yang harus dihadapi. Daerah-daerah lain terus melakukan inovasi dalam pengembangan destinasi, peningkatan kualitas pelayanan, serta promosi digital yang lebih agresif sehingga Kota Bengkulu perlu meningkatkan daya saing agar tetap mampu menarik wisatawan.

Ancaman lainnya berasal dari rendahnya kesadaran sebagian pengunjung dalam menjaga kebersihan kawasan wisata serta masih terbatasnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebagian pelaku UMKM. Apabila kondisi tersebut tidak segera diperbaiki, citra destinasi wisata dapat mengalami penurunan sehingga memengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Selain itu, keterbatasan bahan baku bagi beberapa pelaku usaha kuliner juga berpotensi memengaruhi keberlangsungan usaha, terutama pada saat permintaan wisatawan meningkat secara signifikan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut, dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan pariwisata. Strategi SO (Strength–Opportunity) dapat dilakukan dengan memanfaatkan potensi wisata alam dan budaya serta ekonomi kreatif untuk menarik pasar wisata yang semakin berkembang melalui promosi digital dan penyelenggaraan event budaya secara berkelanjutan. Strategi WO (Weakness–Opportunity) diarahkan pada peningkatan kualitas infrastruktur, inovasi produk UMKM, pelatihan sumber daya manusia, serta optimalisasi pemasaran digital agar kelemahan internal dapat diminimalkan dengan memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia.

Selanjutnya, strategi ST (Strength–Threat) dilakukan dengan memperkuat identitas budaya lokal, meningkatkan kualitas pelayanan wisata, dan membangun kolaborasi antarpemangku kepentingan untuk menghadapi persaingan dengan destinasi lain. Adapun strategi WT (Weakness–Threat) difokuskan pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM, penguatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kebersihan kawasan wisata, diversifikasi produk, serta peningkatan promosi agar kelemahan internal tidak semakin diperparah oleh ancaman eksternal.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata tidak hanya ditentukan oleh besarnya potensi yang dimiliki suatu daerah, tetapi juga oleh kemampuan pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha dalam mengelola kekuatan, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang, serta mengantisipasi berbagai ancaman yang muncul. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Santy et al. [13] yang menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM di kawasan wisata perlu didasarkan pada analisis SWOT agar mampu menghasilkan kebijakan yang tepat dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian Siradjuddin [14] menegaskan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen strategis yang efektif dalam merumuskan kebijakan pembangunan karena mampu mengintegrasikan kondisi internal dan eksternal organisasi atau wilayah sehingga menghasilkan strategi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan.

3.3. Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal melalui pendekatan SWOT, diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan pariwisata Kota Bengkulu untuk meningkatkan ekonomi lokal. Strategi tersebut disusun dengan mengombinasikan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) sehingga menghasilkan strategi yang bersifat adaptif terhadap kondisi internal maupun dinamika lingkungan eksternal. Pendekatan ini menjadi penting karena pengembangan pariwisata tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan untuk memperkuat daya saing destinasi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menciptakan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Tabel 2. Matriks Strategi SWOT Pengembangan Pariwisata Kota Bengkulu

	Opportunities (O)	Threats (T)
Strengths (S)	Strategi SO: Memanfaatkan potensi kuliner, budaya, dan event daerah untuk menarik wisatawan serta meningkatkan penjualan UMKM melalui promosi berbasis digital.	Strategi ST: Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan UMKM guna menghadapi persaingan antar destinasi wisata.
Weaknesses (W)	Strategi WO: Mengembangkan inovasi produk, memperkuat promosi digital, dan memperluas kerja sama antarwilayah untuk menarik wisatawan luar daerah.	Strategi WT: Meningkatkan sarana pendukung wisata, memperkuat kesadaran masyarakat, dan mengurangi ketergantungan terhadap faktor cuaca.

Sumber: Hasil analisis peneliti, 2026.

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi Strength–Opportunity (SO) merupakan strategi yang paling potensial untuk diterapkan dalam pengembangan pariwisata Kota Bengkulu. Strategi ini memanfaatkan berbagai kekuatan yang dimiliki daerah, seperti kekayaan wisata alam, sejarah, budaya, serta berkembangnya ekonomi kreatif berbasis kuliner untuk menangkap peluang meningkatnya mobilitas wisatawan, perkembangan teknologi digital, dan dukungan pemerintah terhadap sektor pariwisata. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Pariwisata Kota Bengkulu, potensi budaya lokal dan kuliner khas Bengkulu merupakan daya tarik utama yang dapat dikembangkan menjadi identitas destinasi (*destination branding*) sehingga mampu meningkatkan minat wisatawan sekaligus memperkuat citra Kota Bengkulu sebagai destinasi wisata unggulan di wilayah barat Pulau Sumatra.

Strategi SO juga menekankan pentingnya penyelenggaraan berbagai *event* budaya, festival kuliner, dan kegiatan ekonomi kreatif secara berkelanjutan. Penyelenggaraan kegiatan tersebut tidak hanya mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memberikan ruang promosi bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk lokal kepada pasar yang lebih luas. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM, peningkatan jumlah wisatawan selama pelaksanaan kegiatan budaya berdampak langsung terhadap peningkatan omzet penjualan, terutama bagi pelaku usaha kuliner, kerajinan, dan produk khas daerah. Dengan demikian, *event tourism* tidak hanya menjadi media promosi destinasi, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Dalam mendukung implementasi strategi SO, pemanfaatan teknologi digital menjadi aspek yang sangat penting. Promosi destinasi melalui media sosial, situs web resmi, aplikasi wisata digital, serta berbagai platform perjalanan daring mampu memperluas jangkauan pemasaran dengan biaya yang relatif efisien. Digitalisasi juga memungkinkan wisatawan memperoleh informasi mengenai objek wisata, kuliner, penginapan, hingga agenda kegiatan budaya secara lebih mudah. Oleh karena itu, penguatan strategi pemasaran digital menjadi salah satu prioritas dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata Kota Bengkulu. Temuan ini mendukung penelitian Rania [15] yang menyatakan bahwa sektor pariwisata mampu meningkatkan pemasaran produk lokal apabila didukung oleh strategi *branding* dan promosi yang efektif.

Selain strategi SO, hasil penelitian juga menunjukkan pentingnya penerapan strategi Strength–Threat (ST) sebagai upaya memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi berbagai ancaman eksternal. Ancaman utama yang dihadapi Kota Bengkulu antara lain semakin tingginya persaingan dengan destinasi wisata lain, perubahan cuaca yang memengaruhi kunjungan wisata pantai, serta meningkatnya ekspektasi wisatawan terhadap kualitas pelayanan. Untuk menghadapi kondisi tersebut, pelaku UMKM perlu meningkatkan kualitas produk, menjaga konsistensi mutu, memperbaiki kemasan produk, serta memberikan pelayanan yang lebih profesional kepada wisatawan. Peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting karena kepuasan wisatawan sangat menentukan kemungkinan kunjungan ulang (*revisit intention*) dan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Strategi berikutnya adalah Weakness–Opportunity (WO), yaitu strategi yang bertujuan memanfaatkan berbagai peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan yang masih dimiliki sektor pariwisata Kota Bengkulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya inovasi produk, terbatasnya promosi, dan masih kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital menjadi beberapa kelemahan utama yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan inovasi produk, pengemasan, pemasaran digital, serta pengelolaan usaha berbasis teknologi informasi. Selain itu, kerja sama antarwilayah dalam bentuk paket wisata terpadu juga dapat memperluas jangkauan pasar wisata sehingga wisatawan tidak hanya mengunjungi satu destinasi, tetapi juga berbagai objek wisata yang berada di wilayah Provinsi Bengkulu.

Pengembangan inovasi produk juga menjadi langkah strategis dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi lokal. Produk kuliner khas Bengkulu, kerajinan tangan, batik Besurek, serta berbagai produk ekonomi kreatif lainnya perlu dikembangkan melalui inovasi desain, peningkatan kualitas, sertifikasi produk, hingga pemanfaatan teknologi pemasaran digital agar mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional. Penelitian Lubis et al. [16] menjelaskan bahwa inovasi produk dan diversifikasi atraksi wisata merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi sekaligus memperpanjang lama tinggal wisatawan sehingga memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat lokal.

Sementara itu, strategi Weakness–Threat (WT) diarahkan pada upaya meminimalkan kelemahan internal agar tidak semakin diperburuk oleh berbagai ancaman eksternal. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa aspek yang masih perlu mendapat perhatian adalah peningkatan sarana dan prasarana pendukung wisata, penyediaan fasilitas umum yang memadai, peningkatan kebersihan kawasan wisata, serta penguatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal. Infrastruktur yang baik akan meningkatkan kenyamanan wisatawan, sedangkan lingkungan yang bersih dan aman akan memperkuat citra positif destinasi wisata.

Kesadaran masyarakat juga menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan strategi pengembangan pariwisata. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat ekonomi, tetapi juga sebagai pelaku utama dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata. Partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan, melestarikan budaya lokal, serta memberikan pelayanan yang ramah kepada wisatawan akan meningkatkan kualitas pengalaman wisata (*tourist experience*) sehingga mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Konsep ini sejalan dengan pendekatan *community-based tourism* yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata.

Keberhasilan implementasi seluruh strategi tersebut memerlukan kolaborasi yang kuat antara pemerintah daerah, pelaku UMKM, masyarakat, akademisi, media, dan sektor swasta melalui pendekatan Penta Helix. Pemerintah berperan dalam penyusunan kebijakan, pembangunan infrastruktur, dan fasilitasi promosi. Pelaku UMKM bertanggung jawab dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, sedangkan masyarakat berperan dalam menjaga kebersihan, keamanan, dan kelestarian budaya. Akademisi dapat memberikan pendampingan melalui penelitian dan inovasi, media berperan dalam memperluas promosi, sementara sektor swasta dapat mendukung investasi dan pengembangan industri pariwisata. Sinergi tersebut akan menghasilkan pengembangan pariwisata yang lebih inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata di Kota Bengkulu tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi lokal. Implementasi strategi yang tepat mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, memperkuat keberlangsungan UMKM, menciptakan lapangan kerja baru, serta menghasilkan *multiplier effect* yang mendorong pertumbuhan berbagai sektor ekonomi lainnya. Dengan demikian, sektor pariwisata memiliki posisi strategis sebagai salah satu penggerak pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Abrar dan Muladi [17] yang menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata berbasis masyarakat mampu menciptakan transformasi ekonomi lokal melalui peningkatan pendapatan masyarakat, pertumbuhan UMKM, dan terbentuknya efek pengganda ekonomi yang berkelanjutan. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Mokodongan [18] yang menyatakan bahwa strategi pengembangan destinasi wisata yang mengintegrasikan penguatan daya tarik wisata, pemberdayaan masyarakat, pengembangan kelembagaan, serta pemasaran destinasi secara terpadu akan memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap peningkatan daya saing pariwisata dan kesejahteraan masyarakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan pariwisata di Kota Bengkulu berperan penting dalam meningkatkan ekonomi lokal melalui aktivitas UMKM di kawasan wisata. Kekuatan yang dimiliki berupa potensi wisata alam dan budaya, produk UMKM yang diminati wisatawan, serta dukungan pemerintah melalui promosi dan penyelenggaraan berbagai kegiatan pariwisata. Namun, pengembangan sektor ini masih menghadapi kendala berupa rendahnya inovasi produk, promosi yang belum optimal, ketergantungan terhadap kondisi cuaca, serta rendahnya daya saing destinasi. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan adalah mengoptimalkan potensi kuliner dan budaya daerah, memperkuat promosi berbasis digital, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan UMKM, serta memperluas kerja sama antarwilayah guna mendukung peningkatan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan pariwisata di Kota Bengkulu. Pemerintah perlu meningkatkan kualitas infrastruktur dan promosi destinasi, pelaku UMKM perlu memperkuat inovasi produk dan pelayanan,

sedangkan masyarakat diharapkan berpartisipasi dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan wisata. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan pendekatan yang lebih luas dan melibatkan variabel lain sehingga menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengembangan pariwisata dan ekonomi lokal.

Referensi

- [1] M. E. Apriyanti and B. D. Hatmoko, "Peran Pariwisata terhadap PDRB dan Dampaknya terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Provinsi Bali," *Sosio e-Kons*, vol. 16, no. 2, pp. 135–146, 2024, doi: 10.30998/sosioekons.v16i2.23319.
- [2] M. K. Dynantra and F. L. Nisa, "Revitalisasi Ekonomi Kreatif di Indonesia melalui Penguatan Sektor Pariwisata," *JEMeS J. Ekon. Manaj. dan Sos.*, vol. 7, no. 2, pp. 53–66, 2024, doi: 10.56071/jemes.v7i2.895.
- [3] L. Agustina, "Pengaruh Peran Sektor Pariwisata pada Pertumbuhan Ekonomi di Kota Bengkulu," *J. Dev. Econ. Digit. Tour. Econ.*, vol. 1, no. 4, pp. 300–307, 2024, doi: 10.70248/jdedte.v1i4.1475.
- [4] M. Rizal, "Strategi UMKM Lokal dalam Memanfaatkan Potensi Ekonomi Pariwisata," *J. Ecinomina*, vol. 4, no. 4, pp. 143–149, 2025, doi: 10.55681/economina.v4i4.1551.
- [5] W. Yuliani and E. Supriatna, *Metode Penelitian bagi Pemula*. Bandung: CV Widina Media Utama, 2023. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=P-HIEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Penelitian+deskriptif+digunakan+untuk+menggambarkan+suatu+objek+atau+peristiwa+s+ecara+akurat+sesuai+kondisi+yang+terjadi+pada+masa+sekarang&ots=Hv44IN11-3&sig=XLC-3kUtIP5xqhOk_8xM4tUTo_o&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- [6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, vol. 11, no. 1. 2023.
- [7] L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- [8] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara, 2020.
- [9] R. Y. Sari, Rusdinal, and Anisah, "Analisis Swot sebagai Alat Penting dalam Proses Perencanaan Strategis," *J. Niara*, vol. 17, no. 1, pp. 87–97, 2024, doi: 10.31849/niara.v17i1.19967.
- [10] P. N. Pajriah, J. Sulaksana, and S. Umyati, "Dampak Berganda (Multiplier Effect) Objek Wisata terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal," *Mahatani*, vol. 8, no. 1, pp. 203–212, 2025, doi: 10.52434/mja.v8i1.42443.
- [11] A. Putra and S. Pradikto, "Pengaruh UMKM Kuliner dan Wisata Lokal terhadap Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Desa Ranggah Kecamatan Gondangwetan Kabupaten Pasuruan Desa Ranggah yang Terletak di Kecamatan Gondangwetan Provinsi Pasuruan," *Student Res. J.*, vol. 3, no. 1, pp. 97–106, 2025, doi: 10.55606/srj-yappi.v3i1.1693.
- [12] Efrinal, Rianto, S. Mujiani, B. Jauhari, and S. Y. Astuti, "Digitalisasi Ekonomi Kreatif Desa Wisata Melalui Pembuatan Website dan Media Sosial," *J. Pengabd. Masy. dan Ris. Pendidik.*, vol. 4, no. 3, pp. 17801–17811, 2026, doi: 10.31004/jerkin.v4i3.4944.
- [13] R. D. Santy, S. A. Gani, A. Riansyah, and L. B. Sudrajat, "Analisis SWOT dan Strategi Pengembangan Berkelanjutan untuk UMKM di Desa Wisata Saung Ciburial," *J. Adi Dharma (Jurnal Pengabd. Kpd. Masyarakat)*, vol. 2, no. 2, pp. 137–143, 2024, doi: 10.58268/adidharma.v2i2.95.
- [14] I. Siradjuddin, M. Anshar, and Fitriani, "Transformasi Pembangunan Desa Berbasis Analisis SWOT: Studi Kasus Potensi Lokal Lembang Tadongkon, Toraja Utara," *JURPIKAT (Jurnal Pengabd. Kpd. Masyarakat)*, vol. 7, no. 2, pp. 904–925, 2026, doi: 10.37339/jurpikat.v7i2.2891.
- [15] S. Rania, "Peran Pariwisata dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Lokal: Studi pada UMKM di Desa Kute Lombok Tengah," *Armada J. Penelit. Multidisiplin*, vol. 3, no. 7, pp. 231–239, 2025, doi: 10.55681/armada.v3i7.1680.
- [16] A. L. Lubis, Z. Fatimah, and A. Abnur, "Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi produk pariwisata di kota batam melalui perspektif kewirausahaan," *J. Mata Pariwisata*, vol. 4, no. 1, pp. 1–6, 2025, doi: /10.59193/jmp.v4i1.360.
- [17] M. Abrar and M. A. Muladi, "Local Economy And Tourism Destination Competitiveness: A Bibliometric Co-Occurrence Analysis Using Vosviewer," *Benefits J. Econ. Tour.*, vol. 3, no. 1, pp. 70–89, 2026, doi: 10.69836/benefits-jeti.v3i1.724.
- [18] R. Mokodongan, O. S. Masaguni, M. Djaba, and A. Y. Katili, "Manajemen Destinasi Wisata Berkelanjutan dalam Meningkatkan Daya Saing dan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Lokal," *J. Adm. Manaj. SDM dan Ilmu Sos.*, vol. 4, no. 2, pp. 53–63, 2025, doi: 10.37606/jaeis.v4i2.339.