

ABSTRAK

KEMENARIKAN SUNGAI MUSI SEBAGAI WISATA SUNGAI DI KOTA PALEMBANG

SRI WAHYUNI (1101884)

Enok Maryani ¹⁾

Lili Somantri ²⁾

Sungai Musi merupakan *icon* Kota Palembang. Sungai ini masih menjadi alternatif sarana transportasi masyarakat setempat. Sebagai kota tertua di Indonesia, Sungai Musi merupakan pusat kehidupan bagi masyarakat Palembang, salah satunya dalam bidang pariwisata. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis kemenarikan Sungai Musi, mengidentifikasi karakteristik wisatawan, dan membuat strategi pengembangan wisata Sungai Musi. Penelitian ini menggunakan metode survey. Pengambilan sampel manusia dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling* dengan 105 responden. Analisis data yang digunakan adalah rumus kemenarikan wisata model Fishbein dan Rosenberg, analisis persentase, skala *Likert*, dan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pulau Kemaro, Jembatan Ampera, dan Benteng Kuto Besak menjadi daya tarik wisata favorit berdasarkan penilaian wisatawan. Wisata sejarah dan budaya seperti Rumah Rakit dan Makam Ratu Bagus Kuning kurang diminati. Nilai kemenarikan wisata Sungai Musi tertinggi ada pada indikator transportasi yang digunakan dalam berwisata, keindahan Sungai Musi dan kenangan yang diberikan setelah berwisata. Indikator keamanan dan kebersihan di sekitar tempat wisata mendapatkan nilai kemenarikan terendah. Wisatawan yang datang ke wisata Sungai Musi didominasi oleh usia dewasa dan produktif, serta berasal dari Kota Palembang. Strategi-strategi dalam mengembangkan wisata Sungai Musi berdasarkan analisis SWOT, yaitu pengembangan program paket wisata susur Sungai Musi yang di dalamnya termasuk wisata religi, wisata budaya dan sejarah, peningkatan kualitas dan kuantitas sarana kebersihan, penegakan hukum yang tegas dari pemerintah mengenai pembukaan lahan yang menyebabkan penyempitan dan pendangkalan sungai, memaksimalkan promosi dan pemasaran wisata Sungai Musi melalui media cetak dan elektronik bekerja sama dengan generasi muda yang memiliki banyak ide kreatif untuk membantu dalam perancangan media promosi.

Kata Kunci : *Daya Tarik Wisata, Kemenarikan, Karakteristik Wisatawan, Strategi Pengembangan Pariwisata*

ABSTRACT

THE ATTRACTIVENESS OF SUNGAI MUSI AS A RIVER TOURISM IN PALEMBANG CITY

SRI WAHYUNI (1101884)

Enok Maryani ¹⁾

Lili Somantri ²⁾

Musi River is the icon of Palembang City. The river is still be an alternative of local public transport. As the oldest city in Indonesia, Musi River is the center of life for people in Palembang, one of them is in the field of tourism. The research objectives are to analyze the attractiveness of Musi River, to identify the characteristics of tourist, and to create the development strategies of Musi River tourism. Survey method is used in this study. The sampling is taken by using accidental sampling, acquiring 105 respondents. The data analysis that is used in this study are Fishbein-Rosenberg model, percentage analysis, Likert scale, and SWOT analysis. The results of this study show that Kemaro Island, Ampera Bridge, and Kuto Besak Fort are the top tourist attractions based on tourist assessment. Historical and cultural attractions such as Rumah Rakit and Makam Ratu Bagus Kuning get the lowest score. The indicators that get the highest score on tourist attractiveness in Musi River are the transport that is used during the tour, the beauty of Musi River and the memories that is given after traveled to the Musi River. Indicators of safety and hygiene near the tourist attraction get the lowest score. The tourists who come to the Musi River tour is dominated by productive adults and originated from Palembang City. The strategies to develop Musi River tour based on SWOT analysis such as developing the program of Musi River tour package that included religious, cultural and historical tourism, improving the quality and quantity of sanitary facilities, stricting the government law enforcement regarding land clearing which causes the river to become narrow and silt, maximizing the promotion and marketing of Musi River tour through the print and electronic media and cooperate with young people who have a lot of creative ideas to assist in designing the promotional media.

Keywords : *Tourist Attraction, The Attractiveness, Tourist Characteristics, Tourism Development Strategy.*