

**PENGARUH DAYA TARIK DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG (STUDI PADA PENGUNJUNG PANTAI SEBANJAR
KABUPATEN ALOR)**

Mohammad Kinanggi, Khalid Moenardy, Anthonius Messakh, Thomas Isliko

ABSTRACT

This study aims to determine visitor perceptions about attractiveness, facilities and visiting decisions at Sebanjar beach tourist attraction, to determine and explain the effect of attractiveness on visiting decisions at Sebanjar Beach tourist attraction, to determine and explain the effect of facilities on visiting decisions at Sebanjar Beach tourist attraction, to determine and explain the effect of attractiveness and facilities on visiting decisions at Sebanjar Beach tourist attraction. To achieve this goal, a sample of respondents was selected at Sebanjar Beach Tourism Visitors in Alor Regency. Data collection was carried out using questionnaires, interviews, literature and documentation. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression using SPSS 25. The results of descriptive analysis show that Attractiveness is in a very high category (4.41), Facilities are in a very high category (4.35), and Visiting Decisions are in a very high category (4.33). The results of the regression analysis show that the results of the t test of the variable Attractiveness (X1) result t count (1.033) < t table (1.984). Based on the results of the t test, the first hypothesis reads that reliability partially has no effect on visiting decisions. Based on the results of the t test, the second hypothesis reads that the facility partially has a significant effect on visiting decisions. The results of the F test show the value of F count (193.707) > F table of (3.09). Thus the third hypothesis in this study reads that the variables of attractiveness and facilities simultaneously have a significant effect on visiting decisions. Based on the adjust R square shows the contribution of the attractiveness and facility variables of 76.9% and the remaining 23.1% is influenced by other variables outside this research. It is recommended for Sebanjar Beach, Alor Regency to improve visiting decisions through increasing attractiveness and facilities should be more directed at indicators perceived by customers who still have not reached a very high level. In addition, all items that are perceived as very high must be maintained or developed again. To know this development, it depends on the frequency of implementation of the Sebanjar Beach empowerment improvement program as well as periodic evaluations conducted through visiting decision surveys.

Keywords: Attractiveness, Facilities, Visiting Decision.

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini didorong untuk menjadi salah satu sektor yang memberikan andil besar dalam pengembangan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Hal tersebut didorong oleh dunia pariwisata Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, terlihat dari wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata di Indonesia, yang terkenal

dengan keindahan alam, dan keanekaragaman budayanya. Pemerintah semakin gencar dalam melakukan program promosi wisata dan berbagai daerah pun mulai ramai mengeksplor kegiatan dan menata sedemikian rupa objek wisata alamnya sehingga terlihat semakin elok dan nyaman untuk dikunjungi.

Dengan peningkatan dunia pariwisata maka pemerintah dituntut untuk menata tempat wisata yang lebih bagus dan indah dengan berbagai macam fasilitas yang dimiliki sehingga para wisatawan tertarik untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut yakni pantai sebanjar Kabupaten Alor. Pemerintah pun juga harus menjaga kebersihan tempat wisata dan menyiapkan fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung agar pengunjung dapat tertarik untuk berkunjung ke tempat pariwisata tersebut.

Di Kabupaten Alor, ada pantai yang banyak orang tahu keindahannya sangat luar biasa. Yang salah satunya Pantai Sebanjar. Dinamakan Sebanjar terletak di Desa Alor Besar, Kecamatan Alor Barat, Kabupaten Alor. Memiliki panjang sekitar 1 kilometer, pantai ini mulai banyak dikunjungi dalam lima tahun terakhir ini. Pantai Sebanjar saat ini menjadi tempat favorit masyarakat Kabupaten Alor dan Wisatawan Asing.

Berdasarkan data pada diagram 1.1 diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada Tahun 2018 sebanyak 18.145 orang, namun di Tahun 2019 mengalami Kenaikan pengunjung sebanyak 18.448 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan secara drastis menjadi 4.077 pengunjung lalu pada Tahun 2021 mengalami sedikit kenaikan yaitu 4.284 pengunjung dan Tahun 2022 mengalami penurunan yang sangat signifikan yaitu sebanyak 109 pengunjung dikarenakan adanya beberapa faktor seperti fasilitas jalan yang buruk dan lopo-lopo yang tidak terurus dengan baik sehingga mengakibatkan kunjungan wisatawan menjadi menurun.

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran Dan Konsep Pemasaran

Pemasaran sebagaimana diketahui, adalah inti dari sebuah usaha. Tanpa pemasaran tidak ada yang namanya perusahaan, akan tetapi apa yang dimaksud dengan pemasaran itu sendiri orang masih merasa rancu. Pengertian pemasaran menurut Kotler (2007:27) adalah Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain”.

Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata “jasa” (service) itu sendiri mempunyai banyak arti. Sejauh ini banyak pakar pemasaran jasa yang telah mendefinisikan pengertian jasa. Kotler & Keller (2012) mengatakan jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud fisik (intangible) dan tidak menghasilkan pemilikan atau sesuatu apapun. Selanjutnya Stanton (2000) mendefinisikan jasa sebagai kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (intangible) yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin pula tidak diperlukan penggunaan benda nyata (tangible). Akan tetapi sekalipun benda itu perlu namun tidak terdapat adanya pemindahan hak milik atas benda tersebut.

Daya Tarik Wisata

Dalam UU Nomor 10 Tahun 2019 dalam Utama (2016: 131) 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. Ismayanti (2009:147) dalam Lopian, Mandey dan Loidong (2015: 1080) memaparkan bahwa daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Menurut Yoeti (2006: 164) dalam Utama (2016: 131), menyatakan bahwa daya tarik

wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Lokasi utamanya terutama pada daerah tertentu pada daerah tujuan wisata tetapi dalam beberapa kasus juga terletak pada daerah transit. Misalnya, taman budaya, tempat dan daya tarik wisata alam, peninggalan budaya, dan sebagainya. Suwanto (2015 : 19) mengungkapkan daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan objek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata. Menurut Spillane dalam Akrom (2014:34) Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana, dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan (Lupiyoadi, 2008: 148).

Defenisi Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung adalah sebuah keputusan dimana seseorang akan melakukan perjalanan wisata ke suatu tempat wisata tertentu untuk berlibur. Keputusan berkunjung di riset ini diadopsi dari keputusan pembelian, sebab variabel serta dimensinya yang serupa memberi kemungkinan dalam memakai teori keputusan pembelian menjadi keputusan berkunjung. Kotler dan Amstrong (2016:177) mengemukakan keputusan pembelian ialah suatu elemen dari perilaku konsumen yakni belajar mengenai bagaimana individu, kelompok maupun organisasi memilah, membeli, atau memakai barang atau jasa untuk memuaskan keperluan serta hasrat

mereka. Sedangkan Laksana (2008) dalam Junaida (2019: 149) mengemukakan keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, yaitu apakah membeli atau tidak. Schiffman dan Kanuk (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013: 120) mendefinisikan bahwa keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yang menjelaskan pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Nazir (2003:54), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada obyek wisata pantai Sebanjar Kabupaten Alor. Waktu penelitian 3 bulan terhitung sejak seminar proposal.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data di lapangan maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Jenis Data

Data kuantitatif, yaitu data yang dapat dihitung atau data yang berupa angka-angka yaitu jumlah responden. Data kualitatif, yaitu data yang diperoleh tidak dalam bentuk angka-angka tetapi berupa gambaran umum objek penelitian, jawaban dari hasil wawancara

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif melalui teknik analisis regresi linear berganda .

HASIL

Pengaruh Daya tarik (X1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Variabel Daya tarik merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung . Berdasarkan hasil uji regresi berganda diketahui koefisien regresi b_1 sebesar 0,107 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1.033 < 1,98472$) dengan taraf tingkat signifikan sebesar 0,304 ($p > 0,05$), berarti variabel Daya Tarik tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sebanjar Kabupaten Alor.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden yang menjadi faktor kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata pantai sebanjar Kabupaten Alor. Yaitu “pernyataan yang ke tiga menyatakan bahwa pantai sebanjar menarik karena tradisi budaya sedekah laut pantai sebanjar yang unik, ke empat pantai sebanjar menarik karena sering mengadakan vestival budaya dan ke enam pantai sebanjar menarik karena banyak event permainan dan perlombaan”. Dari ketiga pernyataan diatas masih belum sesuai dengan jawaban responden sehingga tidak terdapat pengaruh variabel daya tarik terhadap variabel keputusan berkunjung.

Menurut Basiya dan Rozak (2012), daya tarik tempat wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata dan juga menjadi faktor keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Tempat wisata yang memiliki daya tarik lebih dan berbeda dengan tempat lain dapat menjadi indikator menjadikan daerah tersebut menjadi pilihan destinasi wisata bagi wisatawan dan daerah juga dapat mengadakan berbagai festival untuk menarik wisatawan untuk datang berkunjung. Daya Tarik belum mampu memberikan orientasi yang baik kepada wisatawan sehingga dapat dipertimbangkan oleh wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung. Daya tarik menjadi salah satu faktor terpenting yang

mendorong tamu untuk memutuskan melakukan keputusan Berkunjung di Pantai Sebanjar Kabupaten Alor.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang didapat oleh Saputra, (2017) mengemukakan daya tarik tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung di objek wisata pantai air manis kota padang.

Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Variabel Fasilitas merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sebanjar Kabupaten Alor. Berdasarkan hasil uji regresi berganda diketahui koefisien regresi b_2 sebesar 0,795 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,195 > 1,98472$) dengan taraf yang signifikan sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Berarti variabel Fasilitas berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sebanjar Kabupaten Alor.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel Fasilitas yang menjadi faktor kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata pantai sebanjar Kabupaten Alor. Yaitu “pernyataan yang ke pertama menyatakan bahwa toilet umum pantai sebanjar bersih, ke dua terdapat pos penjaga pantai yang siap siaga menjaga keamanan pengunjung pantai Sebanjar dan ke delapan terdapat banyak objek pantai yang digunakan untuk tempat berfoto dipantai Sebanjar”. Dari ketiga pernyataan diatas masih belum sesuai dengan jawaban responden namun hasil uji parsial dan membuktikan bahwa variabel Fasilitas memberikan pengaruh terhadap variabel Keputusan Berkunjung.

Menurut Nirwana (2004) Fasilitas adalah salah satu bagian dari variabel pemasaran jasa yang mempunyai peranan sangat penting, karena jasa yang diberikan kepada pelanggan sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaianya. Fasilitas yang bagus serta tidak jauh untuk menjangkau tempat-tempat destinasi wisata menjadi dasar pertimbangan konsumen untuk membuat suatu keputusan menginap. Fasilitas menjadi salah satu faktor terpenting yang mendorong tamu untuk

memutuskan melakukan keputusan berkunjung ke Pantai sepanjang Kabupaten Alor.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang didapat oleh Fransiska, Kasim dan Bessie (2019) yang menyatakan bahwa Fasilitas secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Pengaruh Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Terikat (Y)

Hasil uji F menunjukkan bahwa Daya tarik dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($193.707 > 3,09$) dan mempunyai nilai signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka Daya tarik (X1) dan Fasilitas (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan berkunjung (Y). Berdasarkan nilai adjusted R Square menunjukkan kontribusi variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y sebesar 80%. Sedangkan 20% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar fokus penelitian ini. Hal ini juga diperkuat dengan hasil nilai koefisien determinasi (R) yang mendekati nilai 1 sehingga mengindikasikan model yang dibangun dalam penelitian ini sudah baik.

Pantai Sebanjar harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kedua variabel bebas yaitu Daya tarik dan Fasilitas sehingga dapat meningkatkan keputusan berkunjung pelanggan selama di pantai tersebut. Tentu ini menjadi tantangan bagi Pengelola Pantai Sebanjar agar dapat memberikan kesan yang positif dari jasa yang diberikan sehingga memberikan dampak yang baik terhadap pelanggan dan terus mempertahankan kenyamanan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh pihak Pengelola. Dengan merespon terhadap permintaan dan pengaduan yang cepat dan

tepat, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, serta memiliki fasilitas yang memadai ataupun faktor-faktor lainnya perlu diperhatikan agar dapat memberikan kesan yang baik bagi pelanggan.

Hasil penelitian yang diperoleh juga oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lempoy et al., 2015), (Syahrul & Saputra, 2018), (Sirait & Puddin, 2018) menjelaskan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel, menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap penilaian Daya tarik yang secara keseluruhan berada pada kategori tinggi, fasilitas secara keseluruhan berada pada kategori tinggi dan keputusan berkunjung berada pada kategori tinggi.
2. Daya Tarik secara parsial tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Implikasinya adalah dimana variabel Daya tarik semakin baik, maka keputusan berkunjung akan semakin meningkat.
3. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Implikasinya adalah dimana variabel Fasilitas semakin bagus dan mudah dijangkau dengan baik maka akan meningkatkan keputusan berkunjung.
4. Daya tarik dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Implikasinya adalah apabila variabel Daya tarik dan Fasilitas di implementasikan dengan baik (semakin ditingkatkan) maka akan meningkatkan keputusan berkunjung

DAFTAR PUSTAKA

Abdulhaji, Sufi dan Ibnu Sina. 2016. "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Fasilitas, Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota

- Ternate".Jurnal Penelitian Humano, Vol. 7, No. 2, November 2016 hal : 138-139.
- Aprilia, Eka Rosyidah dkk. 2017. "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang". JAB Vol. 51 No. 2 Oktober 2017
- Bagyono. (2007). Pariwisata dan perhotelan. Cetakan kedua. Bandung: Alfabeta.
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta, 15(2), 14-22.
- Kasim A. 2008. "Pengaruh Atraksi, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Nilai Pelanggan dan Citra Objek Wisata Danau Kelimutu Ende Provinsi Nusa Tenggara Timur (Suatu Studi Pengunjung Wisatawan Nusantara)". Tesis Bandung: Program Pascasarjana Universitas Padjajaran Bandung.
- Kiswanto, Anjar H. 2011. "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang"Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas.
- Kotler P. dan Gary Amstrong. 2012. Principles Of Marketing, Global Edition.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Pitana, Ketut. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta : Andi.
- Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Sekretariat Negara. Jakarta.