

PENDEKATAN DIMENSI
KUALITAS PELAYANAN, DAYA
TARIK WISATA, FASILITAS,
BIAYA PERJALANAN DAN
PROMOSI PENGARUHNYA
TERHADAP KUNJUNGAN
WISATAWAN PADA OBYEK
WISATA PANTAI PLENGKUNG

Submission date: 25-Aug-2015 08:48AM (UTC+0700)

Submission ID: 663413131

File name: Jurnal_ProSIDing_Erlinawati.docx (74.24K)

Word count: 4234

Character count: 28506

PR

**PENDEKATAN DIMENSI KUALITAS PELAYANAN, DAYA TARIK WISATA,
FASILITAS, BIAYA PERJALANAN DAN PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP
KUNJUNGAN WISATAWAN PADA OBYEK WISATA PANTAI PLENGKUNG DI
KABUPATEN BANYUWANGI PROPINSI JAWA TIMUR**

(UPAYA PEMBERDAYAAN PENGUSAHA LOKAL SEKTOR PARIWISATA)

Ida Bagus Gede Udiyana *, Putu Kepramareni, Erlinawati*****

ABSTRACT

The development of the tourism industry is currently growing very rapidly , giving competition atmosphere in the tourism industry. Various attempts were made by the government and other actors in the field of tourism services to make their area as an option for tourists . Therefore , please note that every traveler has a view or a different perception . In this study , the authors attempted to analyze the factors that affect tourist arrivals in tourist attraction “Plengkung Beach” in Banyuwangi based on marketing mix (product , place, , price and promotion).

The population in this study are tourists who were in Plengkung Beach . Techniques used in the sampling in this study with accidental sampling is a non-probability sampling . The number of samples taken 114 respondents . The method of data collection is done by dividing the questionnaire to the respondent to be filled .

5 The analytical tool used in this study is OLS linear regression analysis using SPSS 16.0 , obtained from the data processing that a significant difference between the marketing mix with the number of tourists visiting the Plengkung Beach in Banyuwangi , while the variables that significantly proven affectly are service quality, facilities, travelling cost and promotion .

Key words : service quality, tourist attraction, tourism facility, travelling cost, tourism promotion, tourist arrivals.

*) Dosen STIMI “Handayani”

**) Dosen Fakultas Ekonomi Mahasaraswati

***) Alumni STIMI “Handayani”

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata beberapa dekade terakhir turut membuat salah satu daerah tujuan wisata di Kabupaten Banyuwangi berkembang pesat, kawasan wisata paling terkenal dan merupakan obyek wisata paling banyak dikunjungi dan memberikan kontribusi perekonomian daerah di Kabupaten Banyuwangi adalah Pantai Plengkung lebih dikenal dengan nama *G-Land*, merupakan pantai terletak dalam kawasan Taman Nasional Alas Purwo, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Peningkatan ini tidak lepas dari letak geografis nya dekat dengan Bali sebagai salah satu daerah tujuan utama pariwisata di Indonesia sehingga tidak jarang kawasan ini disebut sebagai *intervening area* dari pariwisata Bali selain Dreamland, Pantai Padang-padang dan Medewi sebagai tujuan para peselancar yang datang. Pantai Plengkung terkenal dengan ombaknya dan merupakan *one of Seven Giants wave wonders in the world* menjadi destinasi favorit bagi para peselancar . Pantai Plengkung dapat dicapai selama setengah hari perjalanan darat dari Bali dan dapat juga dicapai dengan boat sewaan dari Bali.

Peningkatan kunjungan wisatawan ke suatu daerah dipengaruhi oleh beberapa faktor baik demografi, letak geografis, potensi wisata, bauran pemasaran dan lain sebagainya. Hasil penelitian dari Yulia Endah Sukma Purnamasari (2011) bahwa variabel produk, harga, tempat, dan promosi (*marketing mix*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan asing untuk berlibur ke Kota Semarang. Sudarlian (2012) menyatakan bahwa kedatangan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Simalungun dapat dipengaruhi oleh variabel harga pariwisata, promosi dan pendapatan perkapita

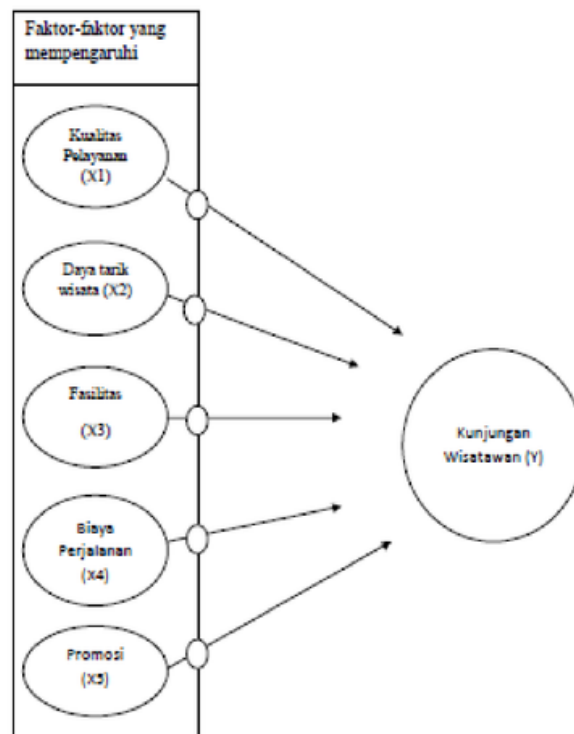
Penelitian ini membahas dimensi kualitas pelayanan, atraksi wisata, fasilitas pariwisata, biaya perjalanan dan promosi pariwisata terhadap kunjungan wisatawan pada obyek wisata

Pantai Plengkung di kabupaten Banyuwangi, propinsi Jawa Timur dalam upaya pemberdayaan pengusaha lokal sektor pariwisata.

Pokok permasalahan dari penelitian ini adalah apakah dimensi kualitas pelayanan, atraksi wisata, fasilitas pariwisata, biaya perjalanan dan promosi pariwisata berpengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan dalam upaya pemberdayaan pengusaha lokal sektor pariwisata?.

Tujuan Penelitian ini adalah : (1) Mengidentifikasi pengaruh dari masing-masing variabel terhadap jumlah kunjungan wisatawan pada obyek wisata Pantai Plengkung di kabupaten Banyuwangi. (2) Mengetahui variabel paling dominan dalam mempengaruhi ¹² jumlah kunjungan wisatawan pada obyek wisata Pantai Plengkung di kabupaten Banyuwangi .

Kerangka penelitian ini secara keseluruhan digambarkan dalam gambar berikut ini:



II. TINJAUAN PUSTAKA

11

Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata, meliputi produk wisata, unsur-unsur industri pariwisata dan kegiatan promosi pariwisata.

1

Menurut W. Hunziker (Yoeti, 1994), Industri Pariwisata adalah “ *Tourism enterprises are all business entities which, by combining various means of production, provide goods and services of a specially tourist nature* ”. Maksudnya industri pariwisata adalah semua kegiatan usaha yang terdiri dari bermacam-macam kegiatan produksi barang dan jasa yang diperlukan para wisatawan.

Menurut GA. Schmoll dalam bukunya *Tourism Promotion* (Yoeti, 1985), Industri pariwisata lebih cenderung berorientasi dengan menganalisa cara-cara melakukan pemasaran dan promosi hasil produk industri pariwisata. Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa-jasa atau produk yang berbeda satu dengan yang lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan tetapi juga dalam besarnya perusahaan, lokasi atau tempat kedudukan, letak secara geografis, fungsi, bentuk organisasi yang mengelola dan metode permasalahannya.

Menurut Damarji (Yoeti, 1996), pengertian industri Pariwisata adalah rangkuman dari berbagai bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk dan servis yang nantinya secara langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan.

Karakteristik Industri Pariwisata, menurut Spillane (1987), industri pariwisata mempunyai beberapa sifat khusus, yaitu: (1) Produk wisata tidak dapat dipindahkan,

(2) Produksi dan konsumsi terjadi pada waktu yang bersamaan, (3) tidak mempunyai standar ukuran yang obyektif karena memiliki berbagai ragam jenis pariwisata, (4) memerlukan modal besar, (5) Tidak dapat dicicipi terlebih dahulu.

Ciri-ciri industri pariwisata menurut Oka A.Yoeti (2008) ada 6 (enam) antara lain:

(1) Service industry, (2) Labor intensive, (3) Capital intensive, (4) Sensitive, (5) Seasonal, (6) Quick yealding industry.

Beberapa kriteria yang dipakai acuan dalam peningkatan industry pariwisata adalah : tingkat kunjungan wisatawan, kualitas pelayanan pelaku industri pariwisata, efektivitas pemasaran pariwisata, fasilitas pariwisata, variasi dan diversifikasi produk wisata dan biaya perjalanan.

Penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut : hipotesis 1 (H_1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan di Pantai Plengkung . Hipotesis 2 (H_2) atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan di Pantai Plengkung. Hipotesis 3 (H_3) fasilitas pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan di Pantai Plengkung. Hipotesis 4 (H_4) biaya perjalanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan di Pantai Plengkung. Hipotesis 5 (H_5) promosi pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan di Pantai Plengkung.

III. KARAKTERISTIK VARIABEL

Variabel kualitas pelayanan (*service quality*) adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa

³ kemudahan sarana transportasi, kelengkapan infrastruktur dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Variabel ini diukur dengan tiga (3) indikator, yakni : (1) infrastruktur (2) transportasi , (3) keramah tamahan .

⁹ Variabel daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan (UU RI No.10 tahun 2009). Variabel ini diukur dengan dua (2) indikator, yakni : (1) Keindahan obyek wisata, (2) Orisinalitas obyek wisata.

¹ Variabel fasilitas pariwisata merupakan sarana dan prasarana kepariwisataan yang memungkinkan proses perekonomian dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya, (Yoeti, 1996:10). Variabel ini diukur dengan 3 (tiga) indikator, yakni: (1) Fasilitas umum, (2) Fasilitas ibadah, (3) Fasilitas penunjang.

Variabel Biaya Perjalanan adalah sejumlah uang yang dikorbankan selama melakukan kegiatan pariwisata mulai dari tempat asal sampai kembali ke tempat asal. Variabel ini diukur dengan empat (4) indikator, yakni: (1) Biaya transportasi , (2) biaya akomodasi, (3) biaya tiket , (4) biaya konsumsi.

⁶ Variabel promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan pengelola wisata kepada masyarakat yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan volume

kunjungan dengan menarik minat wisatawan dalam mengambil keputusan mengunjungi obyek wisata tersebut. Variabel ini diukur dengan dua (2) indikator, yaitu: (1) Promosi offline, (2) Promosi online.

Variabel kunjungan wisatawan adalah besarnya jumlah wisatawan baik mancanegara maupun nusantara yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Plengkung yang berada di Kabupaten Banyuwangi. Variabel ini diukur dengan tiga (3) indikator, yaitu: (1) Frekuensi kunjungan wisatawan, (2) Lama kunjungan wisatawan, (3) Total pengeluaran wisatawan.

IV. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis. Subyek penelitian adalah Pantai Plengkung, obyek penelitian menggunakan enam variabel terdiri dari lima variabel faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan meliputi dimensi kualitas pelayanan, atraksi wisata, fasilitas pariwisata, biaya perjalanan dan promosi pariwisata sebagai variabel independent, satu variabel kunjungan wisatawan sebagai variabel dependent. Responden adalah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Plengkung baik mancanegara maupun domestic dengan jumlah sampel sebanyak 114 orang dengan pengumpulan data menggunakan *accidental sampling*. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yakni : kuesioner, dokumentasi dan observasi. Adapun Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, korelasi, determinasi, uji asumsi klasik dan uji t menggunakan program SPSS versi 16.0.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner disusun tabulasi data dan selanjutnya diberikan bobot (skor) dan diolah menggunakan SPSS versi 16.0. Pengaruh parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan analisis regresi, sedangkan untuk melihat seberapa kuat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkait dianalisis menggunakan korelasi berganda. Hasil pengujian hipotesis dari penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1. Pengujian Hipotesis

Pengaruh		T.hitung	T.tabel	Keterangan
H1 :	Kualitas pelayanan → Kunjungan wisatawan	1.880	1.658	Signifikan
H2 :	Daya tarik obyek wisata → kunjungan wisatawan	1.258	1.658	Tidak signifikan
H3 :	Fasilitas → kunjungan wisatawan	3.522	1.658	Signifikan
H4 :	Biaya perjalanan → kunjungan wisatawan	2.251	1.658	Signifikan
H5 :	Promosi → kunjungan wisatawan	2.892	1.658	Signifikan

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kunjungan Wisatawan

Hasil pengujian analisis regresi berganda menggunakan SPSS yang disajikan pada tabel 1. menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan, hal ini terlihat dari angka t hitung lebih besar dari t tabel ($1.880 > 1.658$), hal ini berarti apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan berdampak pada meningkatnya kunjungan wisatawan. Apabila dilihat dari kontribusi variabel nya maka variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kunjungan wisatawan sebesar 18.80%, dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan kualitas pelayanan

berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan diterima dan terbukti kebenarannya. Sehingga kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Plengkung.

Variabel kualitas pelayanan (X_1) dalam penelitian ini memiliki 3 indikator, yaitu kelengkapan infrastruktur (X_{11}), sistem transportasi (X_{12}), dan keramahtamahan (X_{13}). Indikator yang memiliki mean indikator terbesar adalah keramahtamahan (X_{13}) dan yang memiliki mean indikator terkecil adalah system transportasi (X_{12}). Sedangkan kunjungan wisatawan dalam penelitian ini memiliki 3 indikator yakni frekuensi kunjungan (Y_1), lama kunjungan (Y_2) dan *average spending* (Y_3). Indikator yang memiliki mean terbesar adalah *average spending* (Y_3). dan yang memiliki mean indikator terkecil adalah frekuensi kunjungan (Y_1).

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil statistik deskriptif, dimana nilai rata-rata untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 3.951 berada dalam kategori baik. Artinya bahwa secara keseluruhan responden menyatakan setuju terhadap indikator pengukuran variabel kualitas pelayanan tersebut. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus memperhatikan 3 indikator dari variabel kualitas pelayanan yang digunakan pada penelitian ini. Terdapat 2 indikator yang memiliki nilai dibawah nilai rata-rata variabel dan 1 indikator yang memiliki nilai lebih besar dari nilai rata-rata variabel . Indikator yang memiliki nilai dibawah nilai rata-rata adalah ketersediaan infrastruktur dan sistem transportasi, sedangkan indikator yang memiliki nilai lebih besar dari nilai rata-rata adalah keramahtamahan.

Nilai rata-rata keramahtamahan sebesar 4.496 berada dalam kategori sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa responden telah terpenuhi kebutuhan akan perasaan nyaman,

aman dan diterima oleh masyarakat lokal di tempat dia tinggal selama melakukan kegiatan wisata.

Nilai rata-rata pernyataan responden terhadap infrastruktur sebesar 3.775 ² berada dalam kategori baik, hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kebutuhan yang cukup tinggi terhadap ketersediaan infrastruktur yang memadai sehingga memudahkan dan memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata nya.

Nilai rata-rata pernyataan responden terhadap sistem transportasi 3.583 ² berada dalam kategori baik, hal ini menunjukkan responden memiliki kebutuhan yang sangat tinggi terhadap sistem transportasi yang ada di Pantai Plengkung .

Indikator sistem transportasi merupakan indikator dengan nilai terendah dari tiga indikator yang digunakan, indikator ini dipresentasikan oleh dua item pernyataan yaitu pertama variasi jenis sarana transportasi dan item kedua kondisi sarana transportasi.

Item pernyataan pertama merupakan penilaian paling rendah dari para responden yaitu sebanyak 14 responden (12.28%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden (42.11%) menyatakan setuju, sebanyak 40 responden (35.09%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 11 responden (9.65%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 responden (0.88%) menyatakan sangat tidak setuju.

Item pernyataan kedua memiliki bobot penilaian sebanyak 14 responden (12.28%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 51 responden (44.74%) menyatakan setuju, sebanyak 41 responden (35.96%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 7 responden (6.14%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 responden (0.88%) menyatakan sangat tidak setuju.

Rendahnya penilaian ini mengindikasikan bahwa keberadaan sistem transportasi masih perlu untuk diperbaiki melalui kebijakan pemerintah kabupaten Banyuwangi dan pengelola Pantai Plengkung, kebijakan yang diambil harus memperhatikan dan mempertimbangkan peningkatan mutu sarana transportasi dan menyediakan sarana transportasi yang lebih variatif lagi.

B. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kunjungan Wisatawan

Hasil pengujian analisis regresi berganda menggunakan SPSS yang disajikan pada tabel 1. menunjukkan bahwa tidak terdapat ⁴ pengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan, ⁷ hal ini terlihat dari angka t hitung sebesar 1.258 yang lebih kecil dari t tabel 1.658 hal ini berarti naik turunnya daya tarik tidak terlalu berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan. Apabila dilihat dari kontribusi variabel nya maka variabel daya tarik wisata memberikan kontribusi terhadap kunjungan wisatawan sebesar 12.58%, dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan ditolak dan tidak terbukti kebenarannya. Kecenderungan responden yang ditemui merasa nyaman dengan kondisi obyek wisata saat ini yang masih asli dan tidak terlalu banyak dimodifikasi dan dimodernisasi

C. Pengaruh Fasilitas Pariwisata Terhadap Kunjungan Wisatawan

Hasil pengujian analisis regresi berganda menggunakan SPSS yang disajikan pada tabel 1. menunjukkan bahwa terdapat ⁴ pengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan, ¹⁰ hal ini terlihat dari angka t hitung lebih besar dari t tabel ($3.522 > 1.658$), hal ini berarti apabila fasilitas pariwisata ditingkatkan maka akan berdampak pada meningkatnya kunjungan wisatawan. Apabila dilihat dari kontribusi variabel nya maka

variabel fasilitas obyek wisata memberikan kontribusi terhadap kunjungan wisatawan sebesar 35.22%, dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan fasilitas pariwisata berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan diterima dan terbukti kebenarannya. Sehingga fasilitas pariwisata memiliki peranan penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Plengkung.

Variabel fasilitas (X_3) dalam penelitian ini memiliki 3 indikator, yaitu fasilitas umum (X_{31}), fasilitas ibadah (X_{32}), dan fasilitas penunjang (X_{33}). Indikator yang memiliki mean indikator terbesar adalah fasilitas penunjang (X_{33}) dan yang memiliki mean indikator terkecil adalah fasilitas umum (X_{31}).

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil statistik deskriptif, dimana nilai rata-rata untuk variabel fasilitas pariwisata sebesar 3.915 berada dalam kategori baik. Artinya bahwa secara keseluruhan responden menyatakan setuju terhadap indikator pengukuran variabel daya tarik wisata tersebut. Oleh karena itu, untuk meningkatkan fasilitas pariwisata harus memperhatikan 3 indikator dari variabel fasilitas pariwisata yang digunakan pada penelitian ini. Terdapat 1 indikator yang memiliki nilai dibawah nilai rata-rata variabel dan 2 indikator yang memiliki nilai lebih besar dari nilai rata-rata variabel . Indikator yang memiliki nilai dibawah nilai rata-rata adalah fasilitas umum , sedangkan indikator yang memiliki nilai lebih besar dari nilai rata-rata adalah fasilitas ibadah dan penunjang.

Nilai rata-rata fasilitas penunjang sebesar 3.947² berada dalam kategori baik, hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kebutuhan yang tinggi akan sarana dan prasarana penunjang kegiatan kepariwisataannya .

Nilai rata-rata pernyataan responden terhadap fasilitas ibadah sebesar 3.921² berada dalam kategori baik, hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kebutuhan yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sarana dan prasarana ibadah, sehingga wisatawan tetap dapat menjalankan rutinistas *religious* mereka selama melakukan kegiatan kepariwisataannya.

Nilai rata-rata pernyataan responden terhadap fasilitas umum sebesar 3.872² berada dalam kategori baik, hal ini menunjukkan responden memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap keberadaan sarana dan prasarana umum kepariwisataan yang ada di Pantai Plengkung .

Indikator fasilitas umum merupakan indikator dengan nilai terendah dari tiga indikator yang digunakan, indikator ini dipresentasikan oleh dua item pernyataan yaitu pertama kelengkapan fasilitas umum dan item kedua dipresentasikan oleh kebersihan fasilitas umum.

Item pernyataan pertama dan kedua memiliki bobot penilain yang sama yaitu 50.00%. Adapun untuk penilaian pertama yaitu sebanyak 18 responden (15.79%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 responden (57.89%) menyatakan setuju, sebanyak 28 responden (24.56%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 2 responden (1.75%) menyatakan tidak setuju.

Adapun untuk penilaian pernyataan kedua yaitu sebanyak 18 responden (15.79%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 68 responden (59.65%) menyatakan setuju, sebanyak 24 responden (21.05%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 4 responden (3.51%) menyatakan tidak setuju.

Penilaian ini mengindikasikan bahwa keberadaan fasilitas umum masih perlu untuk diperbaiki melalui kebijakan pemerintah kabupaten Banyuwangi dan pengelola Pantai Plengkung.

Kebijakan yang diambil harus memperhatikan dan mempertimbangkan peningkatan mutu fasilitas umum yang lebih modern, kompleks, ramah terhadap wisatawan sebagai pengguna fasilitas tersebut dan terjaga kondisi fisiknya.

D. Pengaruh Biaya Perjalanan Terhadap Kunjungan Wisatawan

Hasil pengujian analisis regresi berganda menggunakan SPSS yang disajikan pada tabel 1. menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan, hal ini terlihat dari angka t hitung lebih besar dari t tabel ($2.251 > 1.658$), hal ini berarti apabila biaya perjalanan yang ditawarkan lebih murah dan terjangkau maka akan berdampak pada meningkatnya kunjungan wisatawan. Apabila dilihat dari kontribusi variabel nya maka variabel biaya perjalanan memberikan kontribusi terhadap kunjungan wisatawan sebesar 22.51%, dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan diterima dan terbukti kebenarannya. Sehingga biaya perjalanan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Plengkung.

Variabel biaya perjalanan (X_4) dalam penelitian ini memiliki 4 indikator, yaitu biaya transportasi (X_{41}), biaya akomodasi (X_{42}), biaya tiket (X_{43}) dan biaya konsumsi (X_{44}). Indikator yang memiliki mean indikator terbesar adalah biaya tiket (X_{43}) dan yang memiliki mean indikator terkecil adalah biaya akomodasi (X_{42}).

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil statistik deskriptif, dimana nilai rata-rata untuk variabel biaya perjalanan sebesar 4.385 berada dalam kategori sangat baik. Artinya

bahwa secara keseluruhan responden menyatakan setuju terhadap indikator pengukuran variabel biaya perjalanan tersebut. Oleh karena itu , untuk menawarkan biaya perjalanan yang terjangkau harus memperhatikan 4 indikator dari variabel biaya perjalanan yang digunakan pada penelitian ini. Terdapat 2 indikator yang memiliki nilai dibawah nilai rata-rata variabel dan 2 indikator yang memiliki nilai lebih besar dari nilai rata-rata variabel . Indikator yang memiliki nilai dibawah nilai rata-rata adalah biaya konsumsi dan biaya akomodasi, sedangkan indikator yang memiliki nilai lebih besar dari nilai rata-rata adalah biaya transportasi dan biaya tiket masuk.

Nilai rata-rata biaya tiket sebesar 4.421 ² berada dalam kategori sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kebutuhan yang tinggi akan terjangkaunya biaya tiket masuk ke obyek wisata Pantai Plengkung .

Nilai rata-rata pernyataan responden terhadap biaya transportasi sebesar 4.408 ² berada dalam kategori sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kebutuhan yang sangat tinggi terhadap biaya transportasi darat dan laut yang terjangkau, sehingga wisatawan backpacker dan wisatawan kalangan ekonomi medium-low masih tetap dapat menjalankan kegiatan wisata ke Pantai Plengkung .

Nilai rata-rata pernyataan responden terhadap biaya konsumsi sebesar 4.382 ² berada dalam kategori sangat baik, hal ini menunjukkan responden memiliki kebutuhan yang sangat tinggi terhadap terjangkaunya biaya konsumsi yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan wisata di Pantai Plengkung .

Indikator biaya akomodasi merupakan indikator dengan nilai terendah dari empat indikator yang digunakan, indikator ini dipresentasikan oleh satu item pernyataan tunggal yaitu tariff/ harga kamar hotel atau penginapan yang murah.

Item pernyataan tersebut antara lain memiliki penilaian sebanyak 45 responden (39.47%) menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 61 responden (53.51%) menyatakan setuju, diikuti sebanyak 8 responden (7.02%) menyatakan kurang setuju.

Penilaian ini mengindikasikan bahwa tarif harga kamar hotel atau penginapan yang ditawarkan saat ini masih terlalu tinggi sehingga perlu untuk diadakan promo harga yang lebih murah lagi.

Kebijakan dalam menentukan harga tarif kamar hotel atau penginapan yang lebih terjangkau ini harus diikuti dengan perbaikan kualitas produk akomodasi yang disediakan bagi para wisatawan yang berlibur.

E. Pengaruh Promosi Pariwisata Terhadap Kunjungan Wisatawan

Hasil pengujian analisis regresi berganda menggunakan SPSS yang disajikan pada tabel 1. menunjukkan bahwa terdapat ⁴ pengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan, ¹⁰ hal ini terlihat dari angka ¹⁰ t hitung lebih besar dari t tabel ($2.892 > 1.658$), hal ini berarti apabila promosi pariwisata ditingkatkan maka akan berdampak pada meningkatnya kunjungan wisatawan. Apabila dilihat dari kontribusi variabel nya maka variabel promosi memberikan kontribusi terhadap kunjungan wisatawan sebesar 28.92%, dengan demikian hipotesis kelima yang menyatakan promosi pariwisata berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan diterima dan terbukti kebenarannya. Sehingga promosi pariwisata memiliki peranan penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Plengkung.

Variabel promosi (X_5) dalam penelitian ini memiliki 2 indikator, yaitu online promotion (X_{51}) dan offline promotion (X_{52}). Indikator yang memiliki mean indikator

terbesar adalah *online promotion* (X_{51}) dan yang memiliki mean indikator terkecil adalah *offline promotion* (X_{52}).

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil statistik deskriptif, dimana nilai rata-rata untuk variabel promosi pariwisata sebesar 4.008 berada dalam kategori baik. Artinya bahwa secara keseluruhan responden menyatakan setuju terhadap indikator pengukuran variabel promosi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kegiatan promosi harus memperhatikan 2 indikator dari variabel promosi yang digunakan pada penelitian ini. Terdapat 1 indikator yang memiliki nilai dibawah nilai rata-rata variabel dan 1 indikator lainnya memiliki nilai lebih besar dari nilai rata-rata variabel. Indikator yang memiliki nilai dibawah nilai rata-rata adalah *offline promotion*, sedangkan indikator yang memiliki nilai lebih besar dari nilai rata-rata adalah *online promotion*.

Nilai rata-rata *online promotion* sebesar 4.162 berada dalam kategori baik, hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kebutuhan yang tinggi akan keberadaan media *online promotion*, baik melalui website portal maupun sosial media.

Nilai rata-rata pernyataan responden terhadap *offline promotion* sebesar 4.009 berada dalam kategori baik, hal ini menunjukkan responden memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap keberadaan media *offline promotion* yang dilakukan oleh pengelola Pantai Plengkung bersama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Banyuwangi.

Indikator *offline promotion* merupakan indikator dengan nilai terendah dari dua indikator yang digunakan, indikator ini dipresentasikan oleh dua item pernyataan yaitu pertama kemudahan menemukan pusat informasi, item kedua dipresentasikan oleh flyer dan *guide book* yang menarik dan informatif.

Item pernyataan pertama memiliki bobot penilaian sebanyak 17 responden (14.91%) menyatakan sangat setuju, diikuti sebanyak 80 responden (70.18%) menyatakan setuju, kemudian sebanyak 17 responden (14.91%) menyatakan kurang setuju.

Adapun untuk penilaian pernyataan kedua yaitu sebanyak 17 responden (14.91%) menyatakan sangat setuju, diikuti sebanyak 82 responden (71.93%) menyatakan setuju, kemudian sebanyak 15 responden (13.16%) menyatakan kurang setuju.

Penilaian ini mengindikasikan bahwa keberadaan media promosi offline masih perlu untuk diperbaiki dan ditingkatkan. Kebijakan yang diambil harus memperhatikan dan mempertimbangkan peningkatan mutu media promosi offline yang lebih modern, kompleks, dan tepat sasaran. Mengingat saat ini mulai banyak wisatawan asing yang datang ke Pantai Plengkung, namun keberadaan pusat informasi berbahasa asing masih susah ditemukan.

VI. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan
2. Fasilitas pariwisata berpengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan
3. Biaya perjalanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan
4. Promosi pariwisata berpengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan

B. Saran

1. Kunjungan wisatawan sebagai tolak ukur berhasil atau tidaknya perkembangan suatu obyek wisata berada, oleh karena itu Pemerintah Kabupaten Banyuwangi selaku pengelola obyek wisata Pantai Plengkung perlu mengambil kebijakan secara berkelanjutan dalam membangun dan meningkatkan kualitas pelayanan, daya tarik wisata, fasilitas, biaya perjalanan dan promosi dengan selalu berpedoman pada kepuasan wisatawan.
2. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi hendaknya melengkapi, mengoptimalkan dan mengembangkan kualitas pelayanan terutama sistem transportasi yang tersedia , fasilitas pariwisata terutama fasilitas umum yang tersedia , biaya perjalanan terutama biaya akomodasi dan promosi terutama promosi offline sehingga kepuasan wisatawan yang datang dapat terpenuhi dan pada akhirnya wisatawan menjadi loyal.
3. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi selaku pengelola obyek wisata Pantai Plengkung sebaiknya lebih meningkatkan variabel daya tarik wisata tanpa mengubah nilai dari obyek wisata itu sendiri, menawarkan paket wisata atau bundling wisata dengan obyek wisata yang setipe yang masih berada dalam satu lokasi untuk mencapai kinerja yang baik dalam peningkatan kunjungan wisatawan.
4. Perlu adanya terobosan yang inovatif dalam hal peningkatan setiap variabel kualitas pelayanan, daya tarik wisata, fasilitas, biaya perjalanan dan promosi kepariwisataan guna meningkatkan kunjungan dan loyalitas wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

13

Swastha, Basu dan Irawan, 2003. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.

Soetrisno, Hadi, 2004. Analisis Regresi, ANDI, Yogyakarta.

Yoeti, A Oka, 1996. Pemasaran Pariwisata, Angkasa, Bandung.

Saleh, Samsubar, 2004. Statistik Deskriptif, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Ir.Kusumayadi dan Ir.Endar Sugiarto, MM, 2000. Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataan, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Crampondan, L.J. dan LM Rothfield, cetakan Ketiga, 1997. Tourism Marketing, PT. Pradnya Paramitha, Jakarta.

Wahab, 1991. Ph.D, 1992. Pemasaran Pariwisata, cetakan Ketiga, PT. Pradnya Paramitha, Jakarta.

Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi keempat. Semarang: Universitas Diponegoro.

Riduwan dan Sunarto. 2007. Pengantar Statistik Untuk Penelitian. Pendidikan, Sosial. Ekonomi dan Bisnis, Penerbit Alfabeta, Bandung.

24

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.

21

Kotler, Philip, 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium 1, PT Prenhallindo, Jakarta.

Marpaung, Happy, 2000. Pengetahuan Kepariwisataan, Alfabeta, Bandung.

Pendit, Nyoman S, 2007. Ilmu Pariwisata, Cetakan ketujuh, PT Pradnya Paramita, Bandung.

Sihite, R, 2000. Tourism Industry (Kepariwisataan), Penerbit SIC, Surabaya.

Suwantoro, Gamal, 2001. Dasar-Dasar Pariwisata, ANDI, Yogyakarta.

Swastha, Basu dan Handoko, T.Hani, 2000. Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen, Edisi 1, Cetakan ketiga, PT. BPFE, Yogyakarta.

14
Udiyana, Ida Bagus Gede, 2011. Pengaruh Motivasi, Kemampuan, Kesadaran Moral dan Kepuasan Karyawan Terhadap Komitmen Serta perilaku Organizational Citizenship Karyawan Operasional Hotel Berbintang Lima Di Nusa Dua Bali, Universitas Airlangga.

Yulia Endah Sukma Purnamasari, 2011. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Berlibur di Kota Semarang, Universitas Gajah Mada.

Sudarlina, 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Kabupaten Simalungun, Universitas Negeri Medan.

15
Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2002. Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi Ketiga, Balai Pustaka Jakarta.

17
STIMI, 2010. Prosedur dan Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi, Diktat Kuliah pada STIMI Handayani Denpasar, Bali.

Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul, 2012. Buku Panduan Wisata, Bantul, Jawa Tengah.

PENDEKATAN DIMENSI KUALITAS PELAYANAN, DAYA TARIK WISATA, FASILITAS, BIAYA PERJALANAN DAN PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP KUNJUNGAN WISATAWAN PADA OBYEK WISATA PANTAI PLENGKUNG DI KABUPATEN BANYUWANGI PR

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.usu.ac.id

Internet Source

4%

2

ejournal.unp.ac.id

Internet Source

3%

3

share.pdfonline.com

Internet Source

1%

4

eprints.dinus.ac.id

Internet Source

1%

5

eprints.undip.ac.id

Internet Source

1%

6

deallustration.blogspot.com

Internet Source

1%

7

Submitted to iGroup

Student Paper

1%

8	www.reguloadventure.co.id Internet Source	1 %
9	dmoindonesia.com Internet Source	1 %
10	fe.ustjogja.ac.id Internet Source	1 %
11	www.bphn.go.id Internet Source	1 %
12	www.pps.unud.ac.id Internet Source	1 %
13	eprints.umk.ac.id Internet Source	<1 %
14	www.dikti.go.id Internet Source	<1 %
15	raypratama.blogspot.com Internet Source	<1 %
16	worldwidescience.org Internet Source	<1 %
17	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
18	ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.maranatha.edu Internet Source	

<1 %

20

175.45.184.24

Internet Source

<1 %

21

johannessimatupang.wordpress.com

Internet Source

<1 %

22

www.biology.uns.ac.id

Internet Source

<1 %

23

fitriwulandhari.blogspot.com

Internet Source

<1 %

24

studentjournal.petra.ac.id

Internet Source

<1 %

25

repository.unhas.ac.id

Internet Source

<1 %

26

ejournal.narotama.ac.id

Internet Source

<1 %

27

www.academia.edu

Internet Source

<1 %

Exclude quotes

On

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

On