

ANALISIS PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP FASILITAS, PROMOSI DAN DAYA TARIK WISATA DI PANTAI PASIR PADI PANGKALPINANG

Tri Utami, Nanang Wahyudin, Christianingrum

Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
Balunijuk, Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Informasi Artikel

Dikirim: 09 September 2019
Diterima: 02 Desember 2019

Korespondensi pada penulis :

Telepon:
081225744509
Email:
nanang.w19@gmail.com

Abstract

Pasir Padi Beach is located in Pangkalpinang City and has the goal of being a prominent, popular and sustainable marine tourism area. The beach was once the most crowded beach visited by people in Bangka, but now, when compared with other beaches the amount of visit to Pasir Padi Beach less desirable. This study aimed to analyze how the perception of visitors about the facilities, promotions and tourist attraction offered in Pasir Padi Beach. This research was the research using descriptive analysis with a quantitative and qualitative approach. The samples were taken as many as 225 respondents using accidental sampling techniques. In this study, the independent variables consisted of facilities, promotion, and tourist attraction, while the dependent variable was perception. The instrument testing was validity and reliability testing. While the method of data analysis used was descriptive statistical analysis. The findings of this study concluded that in general the visitors' perceptions were good and interesting, especially in the tourism attraction variable, while the facility variable had many shortcomings, and promotion was very minimal so that it was the main priority in making improvements

Keywords: *Facilities; Promotion; Tourist Attraction and Perception*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata sangat diperhitungkan untuk mendukung laju perekonomian dunia pada masa sekarang. Pariwisata telah diakui oleh berbagai organisasi internasional seperti PBB, Bank Dunia, dan WTO (*World Tourism Organization*) sebagai kebutuhan dasar manusia. Buku *Global Paradox* karya John Naisbitt menerangkan bahwa dahulu hanya orang kaya yang dapat melakukan perjalanan wisata, namun sekarang pariwisata menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari manusia (Hasan, 2015).

Perkembangan sektor pariwisata yang sangat baik membuat sektor ini dapat dinyatakan sebagai mesin penggerak perekonomian dunia. Menempatkan pariwisata sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia memiliki banyak keunggulan, karena banyak manfaat positif yang akan didapatkan. Manfaat yang paling terlihat adalah ketika para wisatawan asing yang memilih berkunjung ke Indonesia, akan berdampak pada peningkatan devisa negara. Selain itu berpotensi terhadap pertukaran valuta asing, yang telah terjadi pada beberapa negara di dunia yaitu 83% dari lima besar pendapatan mereka, 38% pendapatannya berasal dari *foreign exchange earnings* atau yang lebih dikenal dengan perdagangan valuta asing. (Utama, 2017).

Data statistik pada Januari sampai Desember 2016, menunjukkan terjadinya peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara secara signifikan yaitu 12.023.971 pengunjung atau pertumbuhannya sebesar 15,54%. Negara ASEAN lainnya tidak berhasil mengalahkan pencapaian

Indonesia tersebut karena presentase tertinggi milik Thailand hanya sebesar 9,7%, sehingga pencapaian Indonesia melebihi rata-rata dunia berkisar 3,9%, adapun wisatawan nusantara Indonesia mencapai kisaran 263,68 juta perjalanan yang melebihi target sebanyak 260 juta perjalanan. Prestasi Indonesia membuat Kementerian Pariwisata meningkatkan target kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2017 dari 12 juta menjadi 15 juta pengunjung. (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, LAKIP, 2016).

Peran pariwisata yang begitu penting membuat Indonesia banyak memanfaatkan keindahan alam sebagai tujuan wisata. Salah satu provinsi yang dominan memiliki objek wisata pantai adalah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Destinasi pantai yang paling terkenal di Pulau Bangka, tepatnya di Kota Pangkalpinang adalah Pantai Pasir Padi. Berdasarkan data dari Pusat Informasi Wisata Kota Pangkalpinang, Pantai Pasir Padi menghadap langsung ke Laut Cina Selatan, dan memiliki garis pantai sepanjang 100 hingga 300 meter dengan ombak yang tenang serta hamparan pasir putih padat sepanjang 2 km.

Berdasarkan hasil wawancara secara langsung kepada pihak Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga, bahwa pemerintah hanya memiliki lahan seluas 5,8 ha di Pantai Pasir Padi, sehingga pengelolaannya belum maksimum. Sebagian besar lahan mulai dari penghujung sebelah kiri pantai atau yang dulunya merupakan *Seratta Terrace Hotel* sampai dengan area *Neptune Club* merupakan lahan yang dimiliki dan dikelola oleh pihak swasta atau perseorangan. Beberapa fasilitas yang dibangun oleh Pemerintah adalah *wc* umum, musholla, sumur, pintu gerbang, pos retribusi, portal, pos keamanan, shelter, gedung pusat informasi, sarana bermain, pembangunan talud, pondok wisata dan payung pantai.

Daya tarik dari Pantai Pasir Padi adalah pantai ini memiliki ombak yang sangat tenang dan jauh dari tepi pantai, bahkan pasirnya bisa dilalui sepeda motor maupun mobil. Karena keunikan tersebut tidak sedikit yang memanfaatkan Pantai Pasir Padi hanya untuk sekedar bermain sepak bola ataupun olahraga lainnya. Pantai Pasir Padi menyajikan pemandangan yang mempesona, karena ketika pantai surut para pengunjung ataupun wisatawan dapat melihat Pulau Punai yang berada tidak jauh dari bibir pantai dan dapat dikunjungi dengan berjalan kaki.

Daya Tarik pantai pasir padi, fasilitas dan promosi telah dilakukan pemerintah kota Pangkalpinang namun hal tersebut dinilai masih belum berjalan sesuai harapan untuk itu perlu dilakukannya evaluasi maupun penilaian dari persepsi para pengunjung Pantai Pasir Padi, sehingga pembenahan yang tepat sasaran untuk menjadikan destinasi wisata yang mumpuni bersekala nasional, untuk itu peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai persepsi pengunjung terhadap fasilitas, promosi dan daya tarik wisata di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2012:4). Penelitian dilakukan di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang. Variabel yang digunakan ada empat yaitu (1) Fasilitas, (2) Promosi, (3) Daya Tarik Wisata dan (4) Persepsi Pengunjung.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengambilan sampel berdasarkan rumus Slovin, yaitu diambil dari rata-rata pengunjung pantai per hari berjumlah 500 pengunjung kemudian dimasukkan ke rumus Slovin mendapatkan 225 sampel

Model penelitiannya adalah model *sequential explanatory design*, dimana pengumpulan serta analisis data kuantitatif dilakukan pada tahap pertama, dan diikuti dengan pengumpulan serta analisis data kualitatif pada tahap kedua, guna memperkuat hasil penelitian kuantitatif tersebut (Sugiyono, 2013:409).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, variabel bebas pada penelitian ini yaitu Fasilitas (X_1), Promosi (X_2) dan Daya Tarik Wisata (X_3). Sedangkan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas adalah variabel terikat (Y). Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Persepsi Pengunjung (Y).

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Fasilitas	Segala sesuatu yang memenuhi kebutuhan perjalanan wisata dari awal perjalanan hingga akhir dengan semua komponen terkait, meliputi akomodasi, transportasi, restoran, termasuk prasarana atau infrastruktur dan lainnya. (Suryadana dan Octavia, 2015).	1. Alat transportasi 2. Biro perjalanan 3. Akomodasi 4. Restoran 5. Toko souvenir 6. Jalan 7. Ketersediaan listrik 8. Ketersediaan air bersih 9. Telekomunikasi 10. Pelayanan kesehatan 11. Pelayanan keamanan	Likert
Promosi	Suatu proses dalam mengkomunikasikan produk secara benar agar konsumen dapat mendengar, melihat, tertarik kemudian membeli produk yang ditawarkan tersebut. (Wijayanti, 2017).	1. Iklan audio visual 2. Iklan media sosial 3. Iklan media cetak 4. Promo paket wisata 5. Penjualan perorangan 6. Pameran 7. Pelatihan masyarakat	Likert
Daya Tarik Wisata	Berasal dari kata <i>tourist attractions</i> , diartikan sebagai segala sesuatu yang menarik untuk dilihat dan disaksikan oleh wisatawan. (Yoeti, 2010).	1. Pemandangan alam 2. Ciri khas 3. Nilai rekreatif 4. Kenyamanan 5. Event 6. Kelangkaan 7. Kapasitas ruang	Likert
Persepsi Pengunjung	reaksi yang timbul dari suatu rangsangan terhadap suatu objek, yang jauh lebih bereaksi pada keputusan, yang dimiliki masing-masing individu berbeda sehingga bersifat sangat subjektif, dan mempengaruhi pola pikir dalam menilai. (Fahmi, 2016).	1. Harapan sebelum berkunjung 2. Kinerja yang diberikan 3. Penilaian setelah berkunjung 4. Harapan setelah berkunjung	Likert

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi yang dilakukan pada objek penelitian, serta penyebaran kuesioner kepada pengunjung yang sedang berkunjung ke Pantai Pasir Padi Pangkalpinang. Data sekundernya berupa data yang diolah sesuai data yang sudah ada, hasil penelitian terdahulu, jurnal-jurnal, dan informasi yang berkaitan dengan Pantai Pasir Padi Pangkalpinang.

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu studi lapangan seperti wawancara, observasi serta kuesioner dan studi pustaka seperti dokumen dan hasil penelitian terdahulu, hasil data akan dilakukan Uji Validitas, Reliabilitas yang selanjutnya dilakukan analisis data menggunakan alat bantu SPSS.

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Ketika r hitung positif $>$ dari r tabel maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013).

Untuk mengetahui konsistensi alat ukur dimana ketika pengukuran tersebut dilakukan kembali, alat pengukur yang digunakan tersebut dapat diandalkan serta masih tetap konsisten (Sulistyo, 2012). Pengujian dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* $>$ 0,70 (Ghozali, 2013).

Statistik deskriptif berguna untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan dan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa ada maksud membuat suatu kesimpulan (Sugiyono, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dan Hasil Statistik Deskriptif

Berdasarkan data dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap 225 responden yang telah melakukan wisata ke Pantai Pasir Padi Pangkalpinang. Kuesioner yang telah disebarkan kepada responden kemudian menghasilkan gambaran karakteristik responden dan hasil statistik deskriptif

Pantai Pasir Padi didominasi oleh pengunjung wanita sebanyak 54,7% namun demikian bisa dikatakan masih berimbang, dengan rentang usia 17-24 tahun dengan jumlah 48% mengartikan pantai pasir padi disukai oleh para remaja yang ingin bersantai di pantai pasir padi, berkaitan dengan usia yang masih remaja sehingga pekerjaan/status di dominasi Pelajar dan mahasiswa sebesar 42,7% sedangkan sisanya PNS, Wiraswasta dan lainnya, adapun intensitas jumlah kunjungan rata-rata responden sudah lebih dari 10 kali 48,9% mengartikan bahwasanya pengunjung sangat loyal, sedangkan sisanya dibawah 10 kali, sedangkan yang baru 1 kali hanya 8,4% mengartikan pengunjung baru masih sangat minim, asal responden yang dominan dari Kota Pangkalpinang 45,8% mengartikan wisata pantai ini sangat diminati baru di tingkat lokal kota pangkalpinang karena jaraknya yang sangat dekat dari kota, sedangkan yang berasal dari luar pulau Bangka sebesar 9.8%.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Fasilitas	X1.1	0,626	0,130	Valid
	X1.2	0,662	0,130	Valid
	X1.3	0,646	0,130	Valid
	X1.4	0,539	0,130	Valid
	X1.5	0,670	0,130	Valid
	X1.6	0,561	0,130	Valid
	X1.7	0,598	0,130	Valid
	X1.8	0,727	0,130	Valid
	X1.9	0,577	0,130	Valid
	X1.10	0,679	0,130	Valid
	X1.11	0,697	0,130	Valid
Promosi	X2.1	0,761	0,130	Valid
	X2.2	0,803	0,130	Valid
	X2.3	0,821	0,130	Valid
	X2.4	0,693	0,130	Valid
	X2.5	0,796	0,130	Valid
	X2.6	0,759	0,130	Valid
	X2.7	0,804	0,130	Valid
Daya Tarik Wisata	X3.1	0,800	0,130	Valid
	X3.2	0,695	0,130	Valid
	X3.3	0,707	0,130	Valid
	X3.4	0,682	0,130	Valid
	X3.5	0,641	0,130	Valid
	X3.6	0,751	0,130	Valid
	X3.7	0,665	0,130	Valid
Persepsi	X4.1	0,786	0,130	Valid
	X4.2	0,809	0,130	Valid
	X4.3	0,838	0,130	Valid
	X4.4	0,810	0,130	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dimana semua pernyataan mendapatkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,130. Disimpulkan bahwa seluruh kuesioner dalam penelitian dinyatakan *valid*.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Fasilitas	0,852	Reliabel
Promosi	0,888	Reliabel
Daya Tarik Wisata	0,829	Reliabel
Persepsi	0,823	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan uji reliabilitas dimana hasil semua variabel menunjukkan nilai koefisien alpha diatas 0,70, hal ini berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang reliabel atau handal.

Persepsi Pengunjung Terhadap Fasilitas di Pantai Pasir Padi

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kartika F. Nieamah (2014), bahwa fasilitas yang memadai terhadap kualitas objek akan memberikan kepuasan bagi wisatawan sehingga memberikan persepsi yang baik terhadap objek wisata tersebut, kualitas dari fasilitas yang ditawarkan kepada para pengunjung atau wisatawan melebihi harapan mereka, sehingga memiliki peluang bagi pengunjung atau wisatawan untuk berkunjung kembali

Berdasarkan analisis statistik deskriptif dengan alat bantu SPSS, diketahui fasilitas masuk ke dalam kategori sedang dengan skor rata-rata 3,26, hasil ini membuktikan bahwa pada dimensi sarana dan prasarana di Pantai Pasir Padi masih belum cukup lengkap dan memadai. Indikator yang sudah memiliki nilai baik adalah biro perjalanan, restoran, dan telekomunikasi, namun hal tersebut tetap harus diperhatikan dan diperbaiki kekurangannya. Nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator toko *souvenir*, yaitu sebesar 2,65 yang berada pada rentang nilai cukup baik. Ketersediaan toko *souvenir* yang memadai akan menambah nilai positif terhadap fasilitas, karena keberadaan toko *souvenir* sangat dibutuhkan untuk mendukung nilai estetika, mengembangkan kreativitas masyarakat setempat, menambah lapangan pekerjaan, ketertarikan berkunjung dan memudahkan wisatawan dalam mencari oleh-oleh khas Pantai Pasir Padi serta Pulau Bangka. Rata-rata terendah kedua terdapat pada indikator pelayanan kesehatan, yaitu sebesar 2,89 yang berada pada rentang nilai cukup baik. Ketersediaan dari rumah sakit atau penyediaan layanan kesehatan bagi pengunjung dan wisatawan sangat diperlukan untuk mengantisipasi hal-hal tidak terduga, seperti terjadinya kecelakaan di darat maupun bencana di pantai. Rata-rata terendah ketiga terdapat pada indikator ketersediaan listrik, yaitu sebesar 2,96 yang berada pada rentang nilai cukup baik. Perkembangan zaman membuat listrik sangat diperlukan dalam kegiatan sehari-hari, karena itu ketersediaan listrik yang memadai akan memberikan dukungan bagi pengunjung untuk semakin lama berada di lokasi objek wisata. Indikator yang masih termasuk ke dalam penilaian cukup baik berdasarkan rata-ratanya adalah indikator ketersediaan air bersih, akomodasi, dan alat transportasi dengan rata-rata nilai sebesar 3,14, 3,29, dan 3,40. Ketersediaan air bersih, kamar mandi, dan toilet sangat diperlukan untuk kenyamanan pengunjung, akomodasi juga diperlukan untuk menunjang Pantai Pasir Padi bagi pengunjung pada umumnya dan wisatawan pada khususnya yang ingin menikmati keindahan pantai dalam waktu yang lama, serta alat transportasi dibutuhkan agar memudahkan pengunjung ataupun wisatawan agar mudah sampai ke Pantai Pasir Padi.

Berdasarkan hasil observasi langsung peneliti akan menjabarkan mengenai fasilitas berupa indikator yang tersedia di Pantai Pasir Padi terdiri dari alat transportasi, biro perjalanan, akomodasi, restoran, jalan, ketersediaan air bersih, dan pelayanan keamanan. Alat transportasi yang ada di Kota Pangkalpinang menuju Pantai Pasir Padi dapat dikatakan memadai karena pengunjung atau wisatawan dapat melakukan pemesanan melalui telepon atau aplikasi *online*, antara lain *Aok-Jek*, *Go-Jek*, *Grab* dan *Taxi Blue bird*. Penggunaan transportasi tersebut sangat mudah untuk diterapkan, namun bus, mobil rental, atau kendaraan pribadi lebih sering digunakan bagi wisatawan yang baru mengunjungi

Pantai Pasir Padi serta pengunjung yang dominan merupakan masyarakat lokal sendiri. Berdasarkan data dari Pusat Informasi Wisata Kota Pangkalpinang, Pangkalpinang memiliki agen perjalanan sebanyak lebih dari 30 agen, diantaranya merupakan biro perjalanan wisata yang menyediakan paket *tour* di Pulau Bangka dan memiliki rute ke Pantai Pasir Padi. Beberapa dari biro perjalanan wisata tersebut juga bekerja sama dengan biro perjalanan wisata di luar Pulau Bangka, sehingga memiliki rute perjalanan destinasi wisata antar luar kota dan pulau. Akomodasi yang ditawarkan di Pantai Pasir Padi berupa *resort* yaitu *Balitong Resort & Resto*. *Balitong Resort* memiliki 2 jenis tipe *villa*, terdiri dari 4 *villa* tipe *suite* dan 20 *villa deluxe*. *Balitong Resort* telah beroperasi pada Oktober 2017, namun belum banyak pengunjung yang mengetahui bahwa *resort* tersebut telah beroperasi. Kawasan Pantai Pasir Padi memiliki banyak restoran dan warung makan dengan jumlah lebih dari 30 warung di sepanjang jalan pantai yang dimiliki oleh pribadi, antara lain *Balitong Resto* yang berada di *Balitong Resort & Resto*, Restoran Aroma Laut, Restoran Biru Laut, Restoran Pondok Kelapa, dan masih banyak lagi restoran dan kafe lainnya. Kondisi jalan menuju Pantai Pasir Padi dirasakan sudah baik oleh kebanyakan masyarakat, karena jalan dari pusat kota sampai ke Pantai Pasir Padi sudah di aspal. Namun masih perlu diadakan perbaikan di beberapa titik jalan di area pantai yang terkena abrasi. Ketersediaan air bersih di Pantai Pasir Padi masih sangat minim, karena WC atau kamar bilas yang disediakan bagi pengunjung masih sedikit jumlahnya. Kamar bilas yang dibuat oleh pihak pemerintah berjumlah 5 unit, sedangkan WC umum yang disediakan masyarakat yang memiliki warung di pinggiran pantai berjumlah kurang lebih 10 unit. Kondisi dari WC umum yang disediakan kurang terjaga kebersihannya dan sangat sederhana di beberapa tempat, sehingga tidak memberikan kenyamanan bagi pengunjung pantai. Pelayanan keamanan di Pantai Pasir Padi telah tersedia pos keamanan serta pos polisi pantai, namun untuk di beberapa titik kawasan pantai belum disediakan penjaga pantai yang siaga sehingga dikhawatirkan apabila terjadi hal-hal di pantai seperti pengunjung tenggelam atau terseret ombak di pantai akan lebih lambat untuk diketahui oleh pihak keamanan pantai. Pelayanan keamanan di Pantai Pasir Padi telah tersedia pos keamanan serta pos polisi pantai, namun untuk di beberapa titik kawasan pantai belum disediakan penjaga pantai yang siaga sehingga dikhawatirkan apabila terjadi hal-hal di pantai seperti pengunjung tenggelam atau terseret ombak di pantai akan lebih lambat untuk diketahui oleh pihak keamanan pantai.

Persepsi Pengunjung Terhadap Promosi di Pantai Pasir Padi

Penelitian yang dilakukan oleh Devola Martania Fentri (2017), bahwa suatu objek wisata harus mengoptimalkan promosi agar lebih menonjolkan objek wisata tersebut, promosi yang baik akan menciptakan persepsi dan citra suatu objek wisata yang menarik sehingga mendorong wisatawan untuk berkunjung.

Berdasarkan analisis statistik deskriptif diketahui promosi masuk ke dalam kategori rendah dengan skor rata-rata 2,11, hasil ini membuktikan bahwa pada dimensi periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, dan hubungan masyarakat di Pantai Pasir Padi tidak terlihat ataupun dirasakan secara nyata sehingga tidak terealisasi dengan baik. Rata-rata penilaian untuk semua indikator berada pada rentang nilai kurang baik atau buruk. Nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator pelatihan masyarakat, yaitu sebesar 1,71 yang berada pada rentang nilai tidak baik. Pelatihan masyarakat dibutuhkan untuk membuat masyarakat memahami tentang pentingnya mengembangkan pariwisata guna mewujudkan visi dan misi dari Pantai Pasir Padi. Rata-rata terendah kedua terdapat pada indikator penjualan melalui perorangan, yaitu sebesar 1,85 yang berada pada rentang nilai kurang baik. Ketersediaan pemandu wisata pada objek wisata akan memudahkan wisatawan untuk mendapatkan pengetahuan tentang tempat wisata tersebut, mulai dari sejarah, luas kawasan, dan berbagai fasilitas sampai perencanaan pengelolaan yang akan dilakukan pemerintah atau swasta pada masa mendatang. Rata-rata terendah ketiga terdapat pada indikator pameran, yaitu sebesar 2,04 yang berada pada rentang nilai kurang baik. Pameran mengenai Pantai Pasir Padi dirasakan masih kurang meluas dan kurang disadari oleh masyarakat di luar Pulau Bangka. Pameran dibutuhkan sebagai media informasi bagi wisatawan yang berminat berkunjung ke Pulau Bangka. Semua iklan yang dilakukan terhadap Pantai Pasir Padi baik melalui audio visual, media sosial, dan media cetak berada pada rentang nilai kurang baik. Iklan-iklan tersebut sangat diperlukan untuk memperkenalkan Pantai Pasir Padi. Iklan perlu dikembangkan di wilayah nasional maupun internasional, karena masyarakat Bangka sendiri tidak semuanya ingin mengunjungi Pantai Pasir Padi.

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pihak Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga, peneliti akan menjabarkan mengenai promosi berupa indikator yang tersedia di Pantai Pasir Padi terdiri dari iklan melalui audio visual, iklan melalui media sosial, promo paket wisata, dan pameran. Promosi yang telah dilakukan dapat diakses melalui *website* tersendiri bagi Kota Pangkalpinang beserta informasi mengenai objek wisata, akses transportasi, restoran, penginapan, agen perjalanan, peta, kuliner bahkan agenda kegiatan perayaan keagamaan atau *event-event* khusus lainnya. Promosi tersebut termasuk ke dalam iklan melalui media sosial. Promosi lainnya yaitu pencetakan brosur dan *CD/DVD* yang memuat berbagai macam penjelasan mengenai objek wisata yang ada di Kota Pangkalpinang termasuk Pantai Pasir Padi. Promosi lainnya berupa pembuatan buklet, *tourist map*, kalender, dan ditayangkan pula pada media massa yaitu televisi. Promosi tidak hanya dilakukan di wilayah Pangkalpinang, melainkan di berbagai wilayah Indonesia seperti Sumatera, Jawa, Kalimantan dan Sulawesi melalui berbagai ajang pameran yang rutin diselenggarakan oleh kerjasama berbagai pihak Dinas Pariwisata se-Indonesia. Namun usaha dari Pemerintah ini belum begitu terlihat bagi pengunjung dan wisatawan terlebih di luar Pulau Bangka.

Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Wisata di Pantai Pasir Padi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Faikar A Wiradipoetra dan Erlangga Brahmanto (2016), bahwa apabila daya tarik yang ditawarkan dalam kondisi rendah atau tidak memiliki keunikan, keindahan serta keaslian maka minat berkunjung wisatawan akan sangat rendah dan menghasilkan persepsi yang buruk dari wisatawan

Berdasarkan analisis statistik deskriptif diketahui daya tarik wisata masuk ke dalam kategori tinggi dengan skor rata-rata 3,63, hasil ini membuktikan bahwa pada dimensi kemenarikan, kelangkaan, dan daya tahan Pantai Pasir Padi sudah dirasakan baik. Nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator *event* atau atraksi budaya, yaitu sebesar 3,33 yang berada pada rentang nilai cukup baik. *Event* atau atraksi budaya diperlukan sebagai nilai jual dari suatu objek wisata karena akan mengundang ketertarikan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Setiap daerah memiliki ciri khas atau keunikan masing-masing. Pantai Pasir Padi memiliki perayaan Peh Cun dan *event motorcross* yang rutin dilaksanakan setiap tahun, namun *event* tersebut masih kurang bervariasi jika dibandingkan dengan pantai-pantai di luar Bangka sehingga kurang menarik wisatawan untuk berkunjung. Indikator lain yang memiliki nilai rata-rata belum cukup besar adalah kenyamanan dan kelangkaan, dengan rata-rata sama yaitu 3,44. Kenyamanan sangat penting bagi suatu objek agar pengunjung atau wisatawan dapat menghabiskan waktu lebih lama di objek tersebut. Kebersihan Pantai Pasir Padi yang termasuk ke dalam indikator kenyamanan belum terpenuhi karena masih banyak sampah yang berserakan di kawasan pantai. Kelangkaan diperlukan juga untuk menarik wisatawan, sedangkan Pantai Pasir Padi belum memiliki sesuatu yang tidak dimiliki pantai lain.

Persepsi Pengunjung Terhadap Komponen Pariwisata di Pantai Pasir Padi

Berdasarkan analisis statistik deskriptif diketahui persepsi masuk ke dalam kategori tinggi dengan skor rata-rata 3,60, hasil ini membuktikan bahwa pada dimensi ekspektasi, perbandingan, dan pengalaman sudah dirasakan baik. Nilai rata-rata indikator terendah terdapat pada indikator kinerja yang diberikan, yaitu sebesar 3,25 yang berada pada rentang nilai cukup baik. Kinerja yang diberikan oleh para pemberi fasilitas seperti akomodasi maupun restoran dirasakan cukup baik, karena dinilai dari segi keramah-tamahan, harga yang ditawarkan untuk setiap produk, dan kesesuaian. Adapun masyarakat setempat yang memiliki warung-warung dengan menyediakan toilet umum bagi pengunjung dan wisatawan mungkin belum maksimal dalam melayani kebutuhan mereka yang berada di kawasan pantai pasir padi, sejalan dengan hasil penelitian (Serkan Bertan, dan Volkan Altintas, 2013), bahwasanya setiap wisatawan memiliki persepsi yang berbeda dalam memenuhi kebutuhannya karena dipengaruhi berbagai faktor untuk itu meningkatkan kualitas pariwisata yang memadai untuk menunjang kebutuhan wisatawan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pengunjung Pantai Pasir Padi, pengunjung mengatakan untuk harapan mereka terhadap Pantai Pasir Padi harus lebih ditingkatkan kinerja dari para penyedia jasa dan layanan yang disediakan bagi pengunjung, seperti masyarakat yang memiliki warung di kawasan pantai harus lebih ramah agar pengunjung lebih merasa nyaman. Pengunjung akan mendapatkan kepuasan tersendiri apabila mereka dilayani dengan baik,

terlebih wisatawan dari luar Pulau Bangka akan mendapatkan kesan yang baik sehingga memungkinkan mereka untuk berkunjung kembali ke Pantai Pasir Padi.

KESIMPULAN

Berdasarkan variabel hasil penelitian diketahui bahwa persepsi pengunjung terhadap daya tarik wisata di Pantai Pasir Padi dinilai sudah baik, persepsi pengunjung terhadap fasilitas di Pantai Pasir Padi dinilai cukup baik, dan persepsi pengunjung terhadap promosi di Pantai Pasir Padi dinilai kurang baik, untuk itu prioritas utama untuk ditingkatkan ialah pada variabel promosi dan fasilitas.

Berdasarkan persepsi keseluruhan terhadap Pantai Pasir Padi penilaiannya sudah baik, harapan dari pengunjung, penilaian setelah berkunjung, dan harapan untuk berkunjung kembali sudah baik. Namun perlu adanya perbaikan pada kinerja yang diberikan di Pantai Pasir Padi, dari segi keramahan masyarakat di Pantai Pasir Padi masih kurang ramah, dan penyediaan segala bentuk fasilitas masih kurang maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Bertan, S., & Altintas, V. (2013). *Visitors Perception Of A Tourism Destination The Case Of Pamukkale. Tourismos An International Multidisciplinary Refereed Journal Of Tourism*, 8(1), 115-132.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed; Cetakan ke-2*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Pangkalpinang. (2018, Maret 14). Data jumlah kunjungan, data pembangunan fasilitas, promosi pantai, data *event*, profil, visi, misi dan struktur kepengurusan Pantai Pasir Padi Pangkalpinang [*Personal Interview*].
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.
- Fentri, D. M. (2017). Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau di Desa Wisata Huluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Universitas Riau*, 4(2), 1-11.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang : Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta : CAPS.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia : Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata. (2016, Februari 07). Diakses dari <http://www.kemenpar.go.id>.
- Kusumaningrum, D. (2009). Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata di Kota Palembang. *Tesis Magister Kajian Pariwisata*.
- Nieamah, K. F. (2014). Persepsi Wisatawan Mancanegara Terhadap Fasilitas dan Pelayanan di Candi Prambanan. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 6(1), 39-45.
- Pengelola Pantai Pasir Padi. (2018, Maret 15). Data rata-rata kunjungan, fasilitas, daya tarik pantai, kelebihan dan kekurangan Pantai Pasir Padi Pangkalpinang [*Personal Interview*].
- PT Sumampau Bangka Lestari : Pasir Padi Bay Waterpark. (2018, Maret 02). Diakses dari <http://www.pasirpadibay.com>.
- Pusat Informasi Wisata Kota Pangkalpinang : Destinasi Wisata Pesisir, Pantai Pasir Padi. (2018, Februari 25). Diakses dari <http://www.wonderfulpangkalpinang.info/id/>.
- Rai Utama, I. G. B. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi; Mixed Method*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabeta.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan dalam Bisnis; edisi 3*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Wiradipoetra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung di Destinasi Wisata Ciwangun Indah *Camp. Jurnal Pariwisata*, 3(2), 129-137.
- Yoeti, O. A. (2010). *Dasar-Dasar Pengertian Hospitality Pariwisata*. Bandung : PT. Alumni.