

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG DAN
PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP WISATA BAHARI KEPULAUAN
DERAWAN DI KABUPATEN BERAU, KALIMANTAN TIMUR**

**SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

**Oleh :
KHAIRULLAH
NIM. 125080400111054**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG DAN
PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP WISATA BAHARI KEPULAUAN
DERAWAN DI KABUPATEN BERAU, KALIMANTAN TIMUR**

**SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Perikanan
di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya**

**Oleh :
KHAIRULLAH
NIM. 125080400111054**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

SKRIPSI

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG DAN
PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP WISATA BAHARI
KEPULAUAN DERAWAN DI KABUPATEN BERAU, KALIMANTAN
TIMUR**

Oleh :

KHAIRULLAH
NIM. 125080400111054

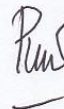
Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 12 Mei 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No :
Tanggal :

Dosen Penguji I



Dr. Ir. Edi Susilo, MS
NIP. 19591205 198503 1 003
Tanggal : 08 JUN 2016

**Menyetujui,
Dosen Pembimbing I**



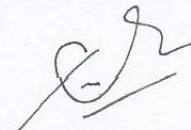
Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP
NIP. 19640228 198903 2 011
Tanggal : 08 JUN 2016

Dosen Penguji II



Dr. Ir. Anthon Efani, MP
NIP. 19650717 199103 1 006
Tanggal : 08 JUN 2016

Dosen Pembimbing II



Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si
NIP. 19742002 200312 2 001
Tanggal : 08 JUN 2016

**Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK**



Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal: 08 JUN 2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam laporan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan laporan skripsi ini hasil penjiplakan (plagiasi), maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, sesuai hukum yang berlaku di Indonesia.

Malang, Mei 2016
Mahasiswa

Khairullah
NIM 125080400111054



UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan dan penyusunan laporan ini dapat dilaksanakan dengan baik berkat keterlibatan berbagai pihak yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bimbingan, motivasi, materi atau fasilitas pendukung lainnya. Maka pada kesempatan ini disampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya yang selalu menguatkan dan mengabulkan doa sehingga penulis diberikan kesempatan untuk duduk dibangku kuliah dan berhasil meraih gelar Sarjana Perikanan.
2. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang turut mendukung serta memberi motivasi demi terselesaikannya laporan Skripsi.
3. Ibu Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP selaku dosen pembimbing pertama serta Ibu Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si yang telah banyak memberikan penghargaan dan bimbingan sejak penyusunan usulan penelitian sampai dengan selesainya penyusunan laporan ini.
4. Ibu Yunda Zuliarsih, S.Pi selaku Kepala Seksi Konservasi, Pengembangan Pesisir, dan Pulau-pulau Kecil yang telah memberikan informasi mengenai Kepulauan Derawan
5. Ibu Dr Hj. Rohaini MM, M.Pd. selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau yang telah memberikan ijin untuk pelaksanaan penelitian di Kepulauan Derawan
6. Bapak Dr. Ir. Edi Susilo, MS, selaku penguji 1 dan Bapak Dr. Ir. Anthon Efani, MP selaku penguji 2 yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan evaluasi dan masukan dalam skripsi saya.
7. Bapak Mochammad Fattah, S.Pi, M.Si yang bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan tambahan informasi dan petunjuk dalam pengerjaan laporan ini.
8. Original '94 (Muhammad Nizar, Rio Aprianda, Nahdliah, Rizaldy Amsyar, Farah Chandra, Olivia Oktaviani S, Masduki Zakaria, Andi Dwi Septian, Muhammad Hasbi Assidiqi, dan Septa Aprianando) dan Kontrakan Mertojoyo Barat 10 C (Azhari Syawaludin, Akbar Putra, Tony M, Davin Nindya Giffar, Reza Hadi, Syahri Fitrah, Haeqal Faqih, dan Hardyanata)

yang telah memberikan dukungan dengan sepenuh hati, memberikan doa dan semangat hingga laporan ini terselesaikan.

9. Anita Nurazyizah, Bayu Fathoni S, Mawardi, dan alm. Naili Umniyatin yang telah memberi semangat serta motivasi sejak semester awal hingga akhir.
10. Astina DPR. Sirgera dan Ajrina Mutia yang telah bersedia memberikan masukan dan berbagi pengalaman mengenai kelengkapan proses penyelesaian tugas akhir.
11. Seluruh teman-teman Agrobisnis Perikanan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan selama ini.

Malang, Mei 2016

Penulis



RINGKASAN

KHAIRULLAH. Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung dan Preferensi Wisatawan Terhadap Wisata Bahari Kepulauan Derawan di Kabupaten Berau, Provinsi Kalimantan Timur. (Dibawah bimbingan **Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP** dan **Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si**)

Indonesia memiliki potensi wisata yang besar untuk dikembangkan. Salah satu objek wisata unggulan di Indonesia adalah wisata bahari. Kepulauan Derawan memiliki potensi wisata bahari unggulan yang termasuk kedalam 15 besar destinasi wisata terbaik di Indonesia yang terletak di Kabupaten Berau, Provinsi Kalimantan Timur. Kepulauan Derawan terdiri dari gugusan 4 pulau, diantaranya adalah Pulau Derawan, Pulau Sangalaki, Pulau Kakaban, dan Pulau Maratua. Kegiatan atraksi wisata bahari yang terdapat di Kepulauan Derawan seperti *diving, snorkeling, fishing, spearfishing, sea walker, glass botom boat*, dan jasa perahu layar tradisional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Karakteristik wisatawan, proses pengambilan keputusan berkunjung, dan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan untuk berkunjung.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2016 di Kepulauan Derawan khususnya di Pulau Derawan, Pulau Sangalaki, Pulau Kakaban, dan Pulau Maratua. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan data primer dan data sekunder untuk sumber data. Metode pengambilan data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan wawancara. Metode penentuan jumlah sampel menggunakan *Linear Time Function* diperoleh jumlah responden sebanyak 72 orang dengan menggunakan syarat minimum pengambilan jumlah sampel penentuan analisis faktor sebanyak 64 responden. Pengambilan sampel dengan *sampling* insidental.

Variabel yang digunakan dalam analisis preferensi wisatawan yaitu keindahan alam (F1), keunikan sumberdaya alam (F2), jenis kegiatan wisata bahari (F3), kebersihan Lokasi (F4), keamanan (F5), kondisi dan jarak tempuh dari Kabupaten/Kota (F6), waktu tempuh dari Kabupaten/Kota (F7), pengelolaan kawasan (F9), pengaruh cuaca terhadap waktu kunjungan (F10), sarana (F11), prasarana (F12), kelayakan air minum untuk dikonsumsi (F13), kenyamanan (F14), sarana dan penyampain informasi (F15), dan promosi wisata (F16)

Data dalam penelitian ini diolah menggunakan program SPSS 16.0 for Windows, untuk menganalisis proses pengambilan keputusan berkunjung dan karakteristik wisatawan dengan menggunakan analisis deskriptif. Sedangkan analisis preferensi wisatawan terhadap atribut wisata Kepulauan Derawan dengan menggunakan analisis Faktor.

Berdasarkan pengolahan data dengan analisis deskriptif, karakteristik wisatawan yang berkunjung pada wisata bahari Kepulauan Derawan Sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 63,89% dengan usia berkisar antara 24 tahun hingga 30 tahun sebesar 44,44%. Status pernikahan wisatawan sebagian besar belum menikah sebesar 56,94%. Daerah asal kedatangan wisatawan mayoritas berasal dari Jakarta yaitu sebesar 31,94%. Tingkat pendidikan terakhir dari wisatawan sebagian besar adalah lulusan S1 sebesar 47,22% dan memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebesar 40,28%. Pendapatan terbanyak wisatawan lebih dari Rp.5.000.000 per bulan sebesar 40,28%.

Proses pengambilan keputusan berkunjung pada Kepulauan Derawan oleh wisatawan diawali dengan pengenalan kebutuhan dengan tujuan utama wisatawan adalah menikmati keindahan alam yaitu sebesar 44,44%. Kedua,

proses pencarian informasi mengenai wisata bahari Kepulauan Derawan dari sumber Keluarga dan teman yaitu sebesar 44,44%. Ketiga, evaluasi alternatif wisatawan mempertimbangkan keindahan alam sebagai faktor utama dalam memilih suatu objek wisata bahari yaitu sebesar 51,39% dengan prioritas utama jika dihadapkan pada berbagai pilihan objek wisata bahari di Indonesia, wisatawan memilih Kepulauan Derawan adalah sebesar 91,67 %. Keempat, keputusan berkunjung oleh wisatawan diawali dilakukan dengan terencana yaitu sebesar 51%. Kelima, evaluasi pascaberkunjung sebagian besar wisatawan yang berkunjung sangat menyukai wisata bahari Kepulauan Derawan yaitu sebesar 52,78%. Berdasarkan tingkat kepuasan, sebagian besar wisatawan merasa puas setelah berwisata di Kepulauan Derawan yaitu sebesar 52,78%.

Hasil analisis faktor terhadap 16 variabel, kecukupan sampling pada penelitian ini menghasilkan nilai 0,740 dengan signifikan sebesar 0,000. Nilai MSA yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa nilai kecukupan sampel variabel keseluruhan dengan melihat ketentuan Ukuran Ketepatan KMO adalah sedang (lebih dari cukup). Proses rotasi dalam pengolahan data penelitian ini menggunakan rotasi *varimax* maka terbentuk lima faktor preferensi wisatawan terhadap wisata bahari Kepulauan Derawan yaitu faktor Sarana dan prasarana, faktor aksesibilitas, faktor pengelolaan lokasi wisata, faktor daya tarik wisata, dan terakhir faktor Pemasaran.

Pengelolaan wisata bahari Kepulauan Derawan yang berkelanjutan dapat memperhatikan berbagai aspek diantaranya; (1) Aspek Sosial, dalam pengembangan wisata bahari diharapkan penduduk asli dapat memanfaatkan serta meningkatkan pengetahuan, kesadaran akan pemeliharaan lingkungan; (2) aspek ekonomi, pengembangan wisata Kepulauan Derawan dapat dilakukan dengan menerapkan wisata obyek pantai yang mengacu pada eduwisata; (3) aspek lingkungan, perlunya pengawasan dan pengendalian yang ketat terhadap lingkungan; (4) aspek kelembagaan, penguatan lembaga untuk menjaga kelestarian sumberdaya alam perlu dijalankan dengan konsisten. Penguatan lembaga dari masyarakat juga dapat membentuk sebuah aturan lokal.



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas karunia yang dilimpahkan sehingga pelaksanaan sampai penyusunan laporan Skripsi dengan judul **“Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung dan Preferensi Wisatawan Terhadap Wisata Bahari Kepulauan Derawan, Kabupaten Berau, Kalimantan Timur”** dengan baik. Di dalam laporan ini disajikan pokok-pokok bahasan mengenai proses pengambilan keputusan dan faktor yang menjadi preferensi wisatawan dalam melakukan wisata di Kepulauan Derawan.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Perikanan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya.

Pelaksanaan dan penyusunan laporan skripsi ini dapat dilaksana dengan baik berkat keterlibatan berbagai pihak yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bimbingan, motivasi, materi, atau fasilitas pendukung lainnya.

Penulis menyadari bahwa dalam Laporan ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini khususnya dalam bidang pariwisata yang terdapat di Kepulauan Derawan selanjutnya. Semoga Laporan ini dapat bermanfaat.

Malang, 19 Mei 2016

Penulis

DAFTAR ISI

RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran	5
2.2 Jasa	6
2.1.1 Klasifikasi Jasa	7
2.1.2 Karakteristik Jasa	8
2.3 Perilaku Konsumen	9
2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen	10
2.5 Pengambilan Keputusan	14
2.6 Preferensi Konsumen	16
2.7 Pariwisata	17
2.8 Pengambilan Keputusan	14
2.9 Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan	18
2.10 Wisata Bahari	21
2.11 Analisis Faktor	22
2.12 Penelitian Terdahulu	23
2.13 Kerangka Pemikiran	25
3. METODE PENELITIAN	28
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.3.1 Data Primer	29
3.3.2 Data Sekunder	30
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	31
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.6 Metode Pengumpulan Data	33
3.6.1 Kuesioner	33
3.6.2 Observasi	34
3.6.3 Wawancara	34
3.7 Metode Analisis Data	35
3.7.1 Analisis Deskriptif	35
3.7.2 Analisis Faktor	36

4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	40
4.1 Letak Geografis dan Topografis Kepulauan Derawa	41
4.2 Iklim dan Curah Hujan	41
4.3 Keadaan Penduduk Kepulauan Derawan	42
4.4 Keadaan Umum Perikanan	44
5. HASIL DAN PEMBAHASAN	45
5.1 Keadaan Wisata Kepulauan Derawan	45
5.1.1 Sejarah Wisata Bahari Kepulauan Derawan	45
5.1.2 Potensi Sumberdaya Kepulauan Derawan	46
5.1.3 Potensi Wisata Bahari	52
5.2 Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung Pariwisata dan Perikanan Berkelanjutan di Kepulauan Derawan	56
5.3 Karakteristik Responden	56
5.3.1 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	68
5.3.2 Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan Responden	59
5.3.3 Karakteristik Berdasarkan Asal Kedatangan Responden	61
5.3.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden	62
5.3.5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden	63
5.3.6 Karakteristik Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Responden	64
5.4 Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung	66
5.4.1 Pengenalan Kebutuhan	66
5.4.2 Pencarian Informasi	68
5.4.3 Evaluasi Alternatif	70
5.4.4 Keputusan Berkunjung	71
5.4.5 Evaluasi Pascaberkunjung	77
5.5 Analisis Variabel Wisata yang Mempengaruhi Preferensi Wisatawan	81
5.6 Upaya yang sebaiknya Dilakukan dalam Pengelolaan Wisata	95
5.7 Pengembangan Kepulauan Derawan untuk Mendukung Wisata Bahari Yang Berkelanjutan	98
6. KESIMPULAN DAN SARAN	100
6.1 Kesimpulan	100
6.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	23
2. Data Primer Penelitian	30
3. Data Sekunder Penelitian	31
4. Variabel yang Digunakan dalam Analisis Faktor	38
5. Ukuran Ketepatan <i>Kaiser Mayer Olkin</i> (KMO)	39
6. Data Penduduk Berdasarkan Agama Kecamatan Derawan	44
7. Data Penduduk Berdasarkan Agama Kecamatan Maratua	44
8. Kondisi Mangrove di Kepulauan Derawan	51
9. Biota Kepulauan Derawan	52
10. Sistem Zonasi Kepulauan Derawan	58
11. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
12. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	60
13. Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan	61
14. Distribusi Responden Berdasarkan Asal Kedatangan	62
15. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir	63
16. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
17. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	65
18. Tujuan Utama Berkunjung ke Kepulauan Derawan	67
19. Manfaat Berkunjung di Kepulauan Derawan	68
20. Sumber Informasi Wisatawan Mengenai Kepulauan Derawan	69
21. Fokus Utama Wisatawan dalam Promosi Kepulauan Derawan	69
22. Pertimbangan Utama dalam Memilih Wisata Bahari	70
23. Prioritas Utama Wisatawan Kepulauan Derawan Sebagai Pilihan Wisata Bahari	71
24. Alasan Berkunjung ke Kepulauan Derawan	71
25. Cara Memutuskan Berkunjung di Kepulauan Derawan	72
26. Sumber Utama Mempengaruhi untuk Berkunjung	72
27. Tanggapan Pengunjung Kelancaran arus Lalu Lintas	73
28. Alat Transportasi yang Digunakan Wisatawan	74
29. Tempat Pemberangkatan Dermaga Menuju Kepulauan Derawan	74
30. Teman Berkunjung ke Kepulauan Derawan	75

31. Frekuensi Berkunjung Ke Kepulauan Derawan	75
32. Biaya Selama Berkunjung di Kepulauan Derawan	76
33. Objek Wisata yang dikunjungi Selama di Kepulauan Derawan	76
34. Pulau yang Dikunjungi Selama di Kepulauan derawan	77
35. Kegiatan Wisata yang Dilakukan Wisatawan	77
36. Tingkat Kesukaan Wisatawan Terhadap Kepulauan Derawan	78
37. Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Kepulauan Derawan.....	79
38. Kesiediaan Wisatawan untuk Menyarankan Berkunjung dan Mempromosikan Kepulauan Derawan Kepada Orang Lain.....	79
39. Hasil Rekapitulasi Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung	80
40. Hasil Analisis KMO dan <i>Bartlett's Test</i>	81
41. Nilai Komunalitas	83
42. Total Variance Explained	83
43. <i>Component Matrix</i>	84
44. Rotated Component Matrix	87
45. Faktor- Faktor Preferensi Wisatawan Terhadap Wisata Bahari Kepulauan Derawan	88



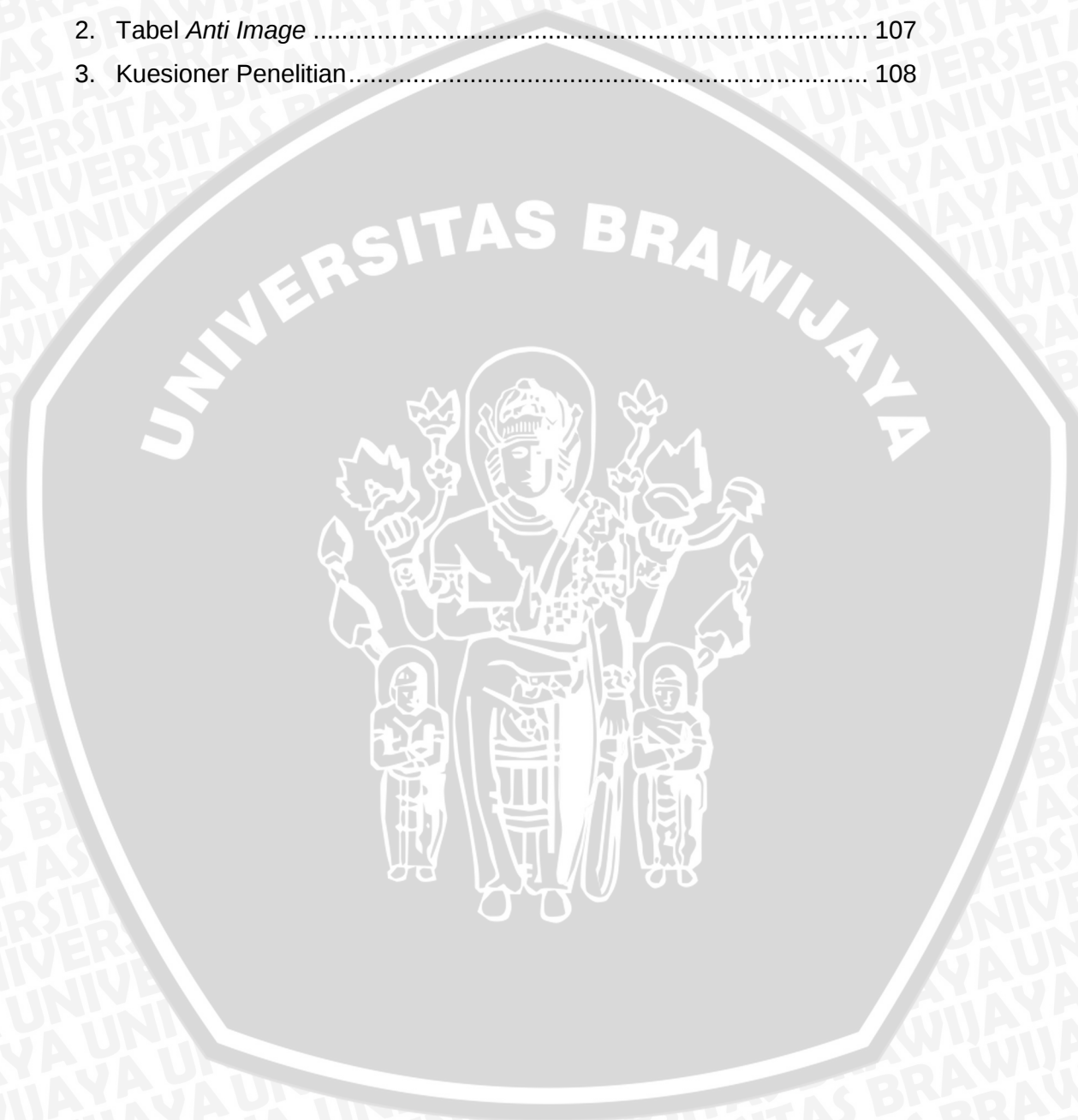
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
2. Proses Pengambilan Keputusan	15
3. Alur Kerangka Pemikiran	27
4. Kondisi Terumbu Karang Kepulauan Derawan	47
5. Ikan Karang di Kepulauan Derawan.....	48
6. Padang Lamun di Kepulauan Derawan.....	49
7. Jenis Mangrove di Kepulauan Derawan.....	51
8. Biota Kepulauan Derawan	52
9. Aktivitas <i>Snorkeling</i> di Pulau Derawan.....	54
10. Panorma Pulau Sangalaki.....	55
11. Wisatawan di Pulau kakaban	56
12. <i>Cottage</i> di Pulau Maratua	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian	106
2. Tabel <i>Anti Image</i>	107
3. Kuesioner Penelitian.....	108



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor jasa unggulan yang dimiliki oleh Indonesia karena keberadaannya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan nasional untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Salah satu tujuan penyelenggaraan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Objek wisata sebagai dasar kepariwisataan merupakan suatu aktivitas yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Tanpa adanya daya tarik suatu daerah akan sulit mengembangkan kepariwisataannya (Fitriyana, 2009).

Sebagai negara kepulauan, Indonesia mempunyai potensi wisata yang besar untuk dikembangkan. Salah satu objek wisata unggulan di Indonesia adalah wisata bahari. Menurut Gautama (2011), wisata bahari adalah segala aktivitas wisata yang menjadikan sumber daya alam laut beserta segala potensinya sebagai suatu daya tarik yang unik untuk dinikmati. Wisata bahari dengan kesan penuh makna bukan semata-mata memperoleh hiburan dari berbagai suguhan atraksi, suguhan alami lingkungan pesisir, dan lautan, tetapi juga diharapkan wisatawan dapat berpartisipasi langsung untuk mengembangkan konservasi lingkungan sekaligus pemahaman yang mendalam mengenai seluk beluk ekosistem pesisir sehingga membentuk kesadaran bagaimana harus bersikap untuk melestarikan wilayah pesisir dimasa kini dan dimasa mendatang.

Kabupaten Berau merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di Kalimantan Timur yang memiliki potensi pariwisata bahari unggulan di Indonesia setelah Raja Ampat. Kepulauan Derawan merupakan *brand image* pariwisata di Kabupaten Berau yang termasuk kedalam 15 besar destinasi wisata terbaik di

Indonesia. Kepulauan Derawan terdiri dari gugusan 4 pulau, diantaranya adalah Pulau Derawan, Pulau Sangalaki, Pulau Kakaban, dan Pulau Maratua (Waskito, 2013).

Kepulauan Derawan terletak di jalur lintas Arus Lintas Indonesia (Arlindo) atau Indonesia *Trough Flow* (ITF), dimana hampir 75 % perpindahan massa air Samudera Pasifik ke Samudera Hindia melauai Kanal Labani dan Selat Makassar. Fakta ini menjadikan daerah ini sebagai salah satu daerah potensial untuk pengukuran arus laut bagi pemahaman klimatologi global. Biodiversitas yang terbawa dalam massa air Samudera Pasifik akan melewati Kepulauan Derawan yang dapat menambah tinggi biodiversitas. hal ini diperkuat Kepulauan Derawan berada di daerah the coral triangle karena memiliki biodiversitas karang dan ikan karang yang tinggi (Adi, 2015).

Bentangan terumbu karang kepulauan Derawan merupakan potensi utama yang memacu perkembangan wisata bahari, Kajian ekologi (*rapid ecological assessment*) oleh tim *The Nature Conservancy* menemukan sekitar 460-480 spesies karang keras dan sekitar 1051 spesies ikan karang yang ditemukan di Kepulauan Derawan-Maratua dan sekitarnya. Kegiatan atraksi wisata bahari yang masih menggunakan potensi terumbu karang Kepulauan Derawan seperti *diving*, *snorkeling*, *fishing*, *spearfishing*, *sea walker*, *glass botom boat*, dan jasa perahu layar tradisional (Allen, 2003).

Kepulauan Derawan sebagai objek wisata bahari dengan berbagai macam atribut akan mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan. Wisatawan menginginkan objek wisata sesuai dengan preferensinya. Dalam melakukan kunjungan, wisatawan akan selalu memperhatikan atribut-atribut yang melekat pada objek wisata tersebut. Oleh karena itu, pengelola dan instansi terkait dituntut untuk mengetahui apa yang menjadi faktor preferensi atau kesukaan wisatawan.

Sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan preferensi terhadap objek wisata yang ditawarkan.

1.2 Perumusan Masalah

Seiring dikenalnya pariwisata Kepulauan Derawan yang terus meningkatkan kunjungan wisatawan, Kepulauan Derawan tidak hanya menawarkan keindahan pantai, dan pemandangan bawah lautnya, tetapi juga penyediaan sarana akomodasi berupa *resort* dan *cottage* berbintang dan berstandar internasional. Berdasarkan kondisi tersebut maka pengetahuan pengelola dan instansi terkait terhadap kebutuhan wisatawan sangat diperlukan dikarenakan wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Derawan memiliki preferensi yang beragam terhadap jasa yang ditawarkan. Semakin beragamnya keinginan wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Derawan ini akan memungkinkan pengelolaan wisata mengambil isyarat-isyarat penting bagaimana memenuhi kebutuhan wisatawan. Selain itu dengan mengerti berbagai partisipan dalam proses keputusan berkunjung dalam memilih objek wisata bahari.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah karakteristik wisatawan yang mengunjungi objek wisata bahari Kepulauan Derawan ?
2. Bagaimanakah proses pengambilan keputusan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata bahari Kepulauan Derawan?
3. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi preferensi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata bahari Kepulauan Derawan ?

1.3 Tujuan

Adapaun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Karakteristik wisatawan yang mengunjungi objek wisata bahari Kepulauan Derawan.
2. Proses pengambilan keputusan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata bahari Kepulauan Derawan.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata bahari Kepulauan Derawan.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai bahan informasi bagi:

1. Peneliti, sebagai sarana informasi untuk menambah pengetahuan dalam memahami preferensi wisatawan dalam pengembangan wisata menggunakan analisis faktor dan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.
2. Sektor swasta di Kepulauan Derawan dapat mempermudah mengoperasikan usaha wisata untuk menentukan atau menetapkan langkah-langkah operasional yang harus dilakukan untuk menghadapi persaingan di pasar, penyedia sarana dan prasarana, akomodasi, informasi, dan produk wisata.
3. Bagi Pemerintah Kabupaten Berau Sebagai salah satu informasi dan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan pengembangan usaha pariwisata di Kabupaten Berau .

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjajinkan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan (Kotler dan Armstrong, 2008). Menurut Purnamasari (2011), pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses penciptaan, penawaran dan pertukaran (nilai) produk dengan yang lain, dimana dalam pemasaran ini kegiatan bisnis dirancang untuk mendistribusikan barang-barang dari produsen kepada konsumen untuk mencapai sasaran serta tujuan organisasi.

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan (Shinta, 2011).

2.2 Jasa

Jasa adalah kegiatan ekonomi seperti perbankan, asuransi, telekomunikasi, transportasi, dan pengolahan data. Produk kegiatan ekonomi ini biasanya digunakan langsung oleh nasabah/konsumen ketika menggunakan jasa tersebut. Karena menyangkut rasa puas, kesenangan, dan kenikmatan pada saat digunakan maka industri jasa ini sangat peka di mata konsumen. Sektor jasa

semakin lama mendominasi suatu negara, bahkan dunia (Rochaety dan Tresnati, 2005).

Menurut Shinta (2011), Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan pada suatu produk fisik. Tawaran perusahaan ke pasar biasanya mencakup beberapa jasa, komponen jasa dapat merupakan bagian kecil atau bagian utama dari total penawaran.

2.2.1 Klasifikasi Jasa

Komponen jasa dapat menjadi bagian kecil atau besar dari keseluruhan penawaran. Menurut Kotler dan Keller (2009), tawaran tersebut diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Barang berwujud murni (*pure tangible goods*)

Penawaran terutama terdiri dari barang berwujud seperti sabun, pasta gigi, atau garam. Tidak ada jasa yang menyertai produk.

2. Barang berwujud disertai jasa (*tangible goods with accompanying services*)

Penawaran terdiri dari barang berwujud yang disertai dengansatu atau lebih jasa. Umumnya semakin canggih sebuah produk, semakin canggih untuk kebutuhan jasa pendukung berkualitas tinggi yang lebih luas. Jasa menjadi elemen penting dalam industri mobil, komputer, dan telpon seluler.

3. Hibrida (*hybrid*)

Penawaran terdiri dari bagian barang dan jasa yang sama proporsinya. Misalnya, orang yang sering mengunjungi baik karena makanan maupun penyajiannya.

4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa kecil (*major service with accompanying minor goods and service*)

Penawaran terdiri dari jasa utama beserta tambahan jasa atau barang pendukung. Misalnya, meskipun perjalanan mencakup beberapa barang berwujud seperti makanan ringan dan minuman, yang dibeli penumpang pesawat terbang adalah transportasi. Jasa ini memerlukan barang bermodal besar (pesawat terbang) agar terwujud, tetapi item utamanya adalah jasa.

5. Jasa murni (*pure service*)

Penawaran murni terdiri dari jasa. Misalnya meliputi pengasuh bayi, psikoterapi, dan pijat.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Jasa mempunyai empat karakteristik berbeda yang sangat mempengaruhi desain program dalam sebuah pemasaran seperti: tak berwujud (*intangibility*), tak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan dapat musnah (*perishability*) (Kotler dan Keller, 2009). Menurut Fandy (2005) dalam Vicarosari (2009), mengemukakan karakteristik Jasa, yaitu :

1. *Intangibility* (Tidak Berwujud)

Jasa berbeda dengan barang, bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja, atau usaha. Oleh sebab itu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Hal ini memiliki implikasi bagi konsumen penyedia jasa.

2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Biasanya barang sesudah diproduksi akan dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara simultan pada waktu dan tempat yang sama. Maksud tidak dapat dipisahkan disini adalah kadangkala konsumen harus berada ditempat jasa. Dimana proses jasa itu berlangsung, sehingga konsumen secara langsung melihat atau bahkan ambil bagian dalam proses produksi.

Karakteristik semacam ini mempunyai beberapa implikasi, pertama tingkat konsumen pada usaha jasa sangat tinggi, maka interaksi dari konsumen dan produsen sangat menentukan sekali kepuasan pelanggan terhadap jasa tersebut. Kedua, kehadiran konsumen lain pada saat proses jasa berlangsung, dapat mempengaruhi interaksi antara produsen dan konsumen dan juga kepuasan pelanggan. Ketiga, perkembangan atau pertumbuhan jasa sulit diwujudkan, karena berbeda dengan produsen barang, penyedia jasa dalam proses produksinya dilakukan secara simultan dengan konsumen.

3. *Variability/ heterogenity/ inconsistency* (keberagaman)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standaardized* output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Sebab utama dari kesulitan ini adalah karena, meski untuk suatu jasa sama, setiap konsumen ingin dipenuhi keinginannya dengan cara yang berbeda-beda sejak sebelum maupun selama jasa yang diinginkan konsumen itu diproses. Setiap konsumen mempunyai permintaan yang unik atau ingin mengalami jasa dalam cara yang unik pula.

4. *Perishability* (mudah lenyap)

Jasa tidak bertahan lama dan tidak dapat disimpan. Ini dikarenakan dari karakteristik jasa sendiri yang bersifat *intangibility* (tidak berwujud). Tetapi, dalam kasus tertentu, jasa dapat disimpan, yaitu dalam bentuk pemesanan (reservasi tiket pesawat terbang), jasa pada saat permintaan sepi (*minivacation*) dan penundaan penyampaian jasa (misalnya asuransi).

Oleh karena itu, peramalan permintaan dan perencanaan yang kreatif dalam menggunakan fasilitas jasa merupakan hal yang sangat penting dan memerlukan keputusan yang bijaksana.

5. *Lack of Ownership* (tidak adanya kepemilikan)

Lack of Ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsi, menyimpan, atau menjualnya. Tetapi pada pembelian produk jasa, pelanggan mungkin hanya memiliki akses personal atau suatu jasa untuk jangka waktu terbatas.

2.3 Perilaku Konsumen

Menurut Dwiastuti, *et al.* (2012), perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Perilaku konsumen merupakan sebuah studi tentang proses pengambilan keputusan pada individu, kelompok atau organisasi maupun masyarakat luas untuk menggunakan atau tidak terhadap suatu produk (barang, jasa, dan ide).

Perilaku pembelian konsumen (*consumer buyer behavior*) mengacu pada perilaku pembelian konsumen akhir dan membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Semua konsumen akhir ini membentuk pasar konsumen (Kotler dan Armstrong, 2008). Menurut Lupiyoadi (2013), Perilaku mengenai konsumen dalam konteks jasa melibatkan proses pembelian dan penggunaan. Perilaku tersebut memiliki sebuah tahap-tahap diantaranya:

1. Tahap Prapembelian (*prepurchase stage*)

Tahap pembelian merupakan tahap awal di mana konsumen menyadari akan kebutuhannya. Hal ini melibatkan stimulus yang berasal dari diri sendiri, citra diri, sosialisasi. Sebagai contoh iklan berbagai bentuk promosi penjualan.

2. Tahap Penyampaian Jasa (*service ecounter stage*)

Merupakan suatu tahap di mana konsumen berinteraksi secara langsung dengan penyedia jasa. Dalam hal ini, penyedia jasa dengan konsumen terus berinteraksi sepanjang proses pengantaran jasa.

3. Tahap Pascapenyampaian Jasa

Tahap pascapenyampaian jasa merupakan tahap terakhir dari proses konsumsi jasa. Pada tahap ini, konsumen akan mengevaluasi layanan/jasa dan menjadikannya sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan di masa depan. Tahap ini merupakan konfirmasi dari ekspektasi konsumen berupa rasa puas atau tidak terhadap jasa yang dikonsumsi.

2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Peter dan Olson (1996) dalam Dwiastuti, *et al.* (2012) pengambilan keputusan merupakan penyelesaian masalah seorang konsumen dari pemilihan beberapa alternative. Adapun Hal-hal yang sangat kuat mempengaruhi dalam pemecahan masalah konsumen.

1. Dampak Tujuan Akhir

Pada umumnya, pemasar memiliki pengaruh yang relative kecil pada tujuan akhir konsumen yang abstrak, seperti nilai-nilai dasar. Tetapi pemasar akan dapat mencoba untuk mempengaruhi tujuan akhir konsumen yang tidak begitu abstrak, seperti konsekuensi fungsional dan psikososial yang diinginkan melalui strategi promosi.

2. Dampak Hirarki Tujuan

Jika konsumen memiliki hirarki tujuan yang terdefinisi dengan baik dalam ingatannya, maksud tujuan tersebut dapat diaktifkan dan rencana keputusan yang terkait akan dilakukan secara otomatis. Misalnya tidak tersedia rencana keputusan yang lengkap, suatu hirarki tujuan umum dapat menjadi struktur yang sangat

berguna untuk mengembangkan rencana keputusan yang efektif tanpa membutuhkan upaya pemecahan masalah yang terlalu besar.

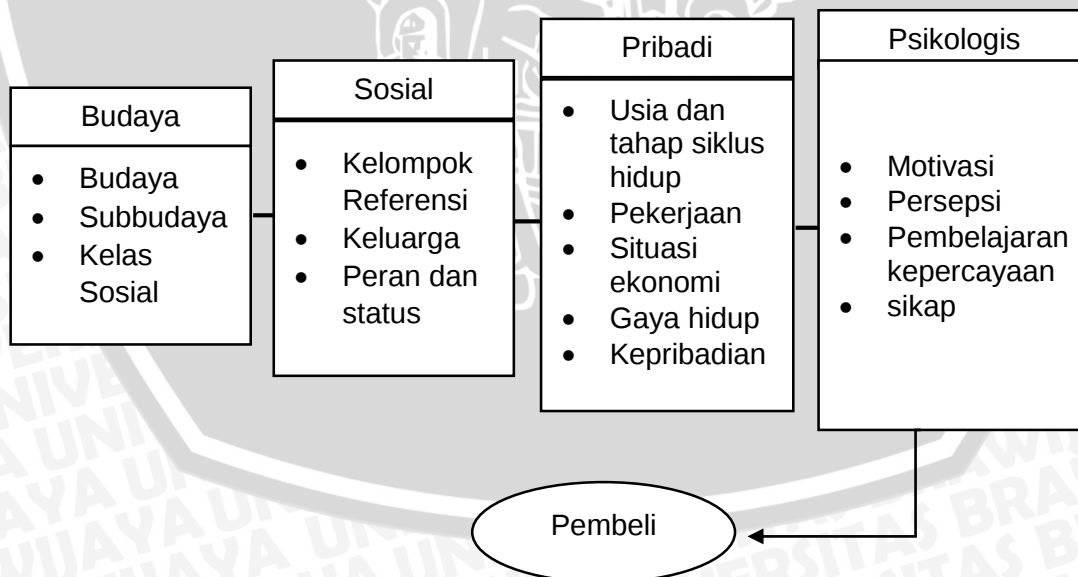
3. Dampak Keterlibatan dan Pengetahuan

Proses pemecahan masalah konsumen sangat dipengaruhi oleh jumlah pengetahuan produk yang mereka dapatkan dari sepanjang pengalaman masa lalu, dan melalui tingkat keterlibatan mereka dengan produk dan atau proses pemilihan

4. Dampak Lingkungan

Faktor lingkungan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dengan menyela atau mengganggu aliran proses pemecahan masalah yang sedang berjalan.

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, biasanya pemasar tidak dapat mengendalikan faktor-faktor tersebut, tetapi mereka dapat mengendalikan faktor-faktor tersebut. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen. (Kotler dan Armstrong, 2008).

Adapun penjelasan dari faktor-faktor diatas menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah sebagai berikut:

1. Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Masing-masing budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggota. Sub-budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

2. Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial. Kelompok acuan seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan diantaranya adalah kelompok primer, seperti teman, keluarga, tetangga, dan rekan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang secara terus menerus dan informal. Sedangkan kelompok sekunder, seperti kelompok keagamaan, profesional, dan asosiasi perdagangan, cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin. Keluarga mempunyai pengaruh yang besar sekali terhadap perilaku dan motivasi pembeli. Keluarga mempunyai sumber nilai, sikap, tingkah laku, dan aspirasi bagi anggotanya. Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya baik keluarga, klub, maupun organisasi. Posisi seseorang dalam kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status.

3. Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, dan keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Pekerjaan dan situasi ekonomi menentukan besarnya pendapatan yang dimiliki seseorang sehingga menggambarkan daya beli orang tersebut, yang akhirnya akan menggambarkan banyaknya jumlah barang dan jasa yang dapat dibeli dan dikonsumsi oleh seorang konsumen dan seluruh anggota keluarganya.

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku konsumen.

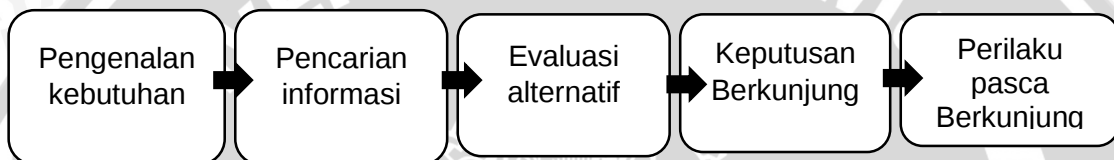
4. Psikologis

Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan, dan sikap konsumen. Motivasi timbul disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan yang dirasakan konsumen. Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu dinamakan kepercayaan dan sikap.

2.5 Pengambilan Keputusan Konsumen

Berbagai keputusan pembelian untuk layanan jasa sering dilakukan karena merupakan hal yang cukup sederhana dan dapat dibuat dengan cepat, tanpa perlu

banyak pemikiran (persepsi) resikonya rendah, pilihan jelas, karakteristik mudah dipahami dan karena pernah digunakan sebelumnya. Jika konsumen sudah memiliki produsen kepercayaan, dia mungkin akan memilihnya lagi selama tidak ada alasan kuat untuk memilih yang lain (Lovelock, *et al.*, 2010). Menurut Baskara (2008), ketika wisatawan memilih suatu tempat wisata, maka umumnya wisatawan akan melalui 5 tahapan proses. tahapan tersebut adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan berkunjung dan perilaku pasca kunjungan. yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan. (Baskara, 2008)

Menurut Kotler (2006), penjelasan mengenai keputusan konsumen dimulai dengan:

1. pengenalan kebutuhan (*need recognition*), pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang rasa lapar, haus timbul pada tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi sebuah dorongan. Kebutuhan juga dapat dipicu oleh kebutuhan eksternal.
2. Proses kedua konsumen yang tertarik mungkin mencari informasi, jika dorongan konsumen itu kuat dan produk yang memuaskan ada di dekat konsumen, kemungkinan konsumen akan membelinya. Jika tidak konsumen akan menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi yang berhubungan kebutuhan. Konsumen dapat memperoleh informasi dari beberapa sumber diantaranya:
 - a) Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, atau rekan)

- b) Sumber komersial (iklan, wiraniaga, situs Web, penyalur, kemasan)
 - c) Sumber publik (media massa atau internet)
 - d) Sumber pengalaman (penganganan atau pemakaian produk)
3. Proses ketiga ada evaluasi alternatif yaitu bagaimaa konsumen memproses informasi untuk sampai pada pilihan merk. Pada tahap ini konsumen harus :
 - a) Menentukan kriteria evaluasi yang akan digunakan
 - b) Memutuskan alternatif mana yang akan dipertimbangkan
 - c) Menilai kinerja alternatif yang dipertimbangkan
 - d) Memilih dan menerapkan kaidah keputusan untuk membuat suatu pilihan akhir
4. Proses keempat pada umumnya keputusan pembelian (*purchase decision*) adalah membeli merk yang paling disukai. Tetapi terdapat dua faktor niat dan keputusan pembelian diantaranya adalah sikap orang lain dan faktor situasional yang tidak diharapkan.
5. Proses kelima adalah tahap pasca pembelian yaitu tahap yang dilakukan setelah konsumen melakukan pembelian. Setelah melakukan pembelian, maka konsumen akan mengevaluasi hasil pembelian yang dilakukannya. Hasil evaluasi pasca pembelian dapat berupa kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan dan ketidakpuasan terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sedangkan perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian dan konsumsi terhadap produk tersebut.

2.6 Preferensi Konsumen

Menurut Kotler (2008), preferensi konsumen sebagai suatu pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap barang dan jasa yang dikonsumsi.

preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari beberapa pilihan produk yang ada.

Preferensi merupakan kebutuhan mutlak untuk kelangsungan hidup kompetitif dalam analisis akhir. Konsumen memegang kendali dan pemasar dikatakan berhasil bila produk atau jasanya dipandang menawarkan manfaat yang riil bagi konsumen (Amelia, 2013). Menurut Nicholson (1996) dalam Wijaya (2008), terdapat banyak aksioma untuk menerangkan tingkah laku individu dalam masalah penetapan pilihan terhadap suatu produk. Hubungan preferensi biasanya diasumsikan memiliki tiga sifat dasar, yaitu :

- a. Kelengkapan (completeness) mengandung pengertian jika A dan B merupakan dua kondisi atau situasi, maka setiap orang selalu harus bisa menspesifikasikan apakah : 1) A lebih disukai daripada B; 2) B lebih disukai daripada A, atau; 3) A dan B sama-sama disukai. Setiap orang diasumsikan tidak bingung dalam menentukan pilihan mengacu dasar ini sebab setiap orang tahu mana yang baik dan mana yang buruk, dengan demikian, selalu bisa menjatuhkan pilihan diantara dua alternatif.
- b. Transitivitas (transitivity), yaitu jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B, dan lebih menyukai B daripada C, maka orang tersebut harus lebih menyukai A daripada C. Dengan demikian, seseorang tidak bisa mengartikulasikan preferensi yang saling bertentangan.
- c. Kontinuitas (continuity), yaitu jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B ini berarti segala kondisi dibawah pilihan A tersebut disukai daripada kondisi dibawah pilihan B.

2.7 Parawisata

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2012), Pariwisata adalah industri padat karya yang memerlukan rentang

keterampilan profesional yang lebar. Sektor ini juga mampu menyerap tenaga kerja yang tidak terdidik dan tidak terlatih, yang dapat dianggap sebagai suatu hal yang positif dilihat dari sudut pengadaaan kesempatan kerja jangka pendek, tetapi akan berdampak negatif terhadap keberlanjutan industri dalam jangka panjang dan inisiatif kebijakan terhadap pekerjaan yang layak. Pekerja lapisan terbawah mungkin akan memengaruhi kualitas produk dan jasa yang harus ditingkatkan dari waktu ke waktu untuk mencapai keberlanjutan dan agar berdaya saing. Karena itu, keterkaitan antara lembaga pendidikan dan pelatihan pariwisata dari sektor publik maupun swasta dan industri pariwisata perlu difasilitasi secara efektif. Identifikasi dan pengembangan standar kompetensi khusus seharusnya dipromosikan dan dilaksanakan.

Menurut Waskito (2013), pariwisata adalah suatu proses kunjungan sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya, dengan tujuan berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain. Pariwisata juga dianggap sebagai salah satu industri gaya baru, yang dapat menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, serta mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan.

2.8 Wisatawan

Awaludin (2003) menyebutkan bahwa wisatawan memiliki ciri-ciri utama, yaitu :

1. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat dan tinggal di berbagai tempat tujuan
2. Tempat tujuan wisatawan berbeda dari tempat tinggal dan tempat kerja sehari-hari.

3. Wisatawan bermaksud pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan, karena itu perjalanannya bersifat sementara dan berjangka pendek
4. Wisatawan melakukan perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal ditempat tujuan atau bekerja mencari nafkah

Salah satu alasan wisatawan untuk melakukan wisata adalah dipengaruhi oleh motivasi. Menurut Dwiputra (2010) Analisis mengenai motivasi semakin penting jika dikaitkan dengan pariwisata dimana perilaku manusia dipengaruhi oleh berbagai motivasi. Pada dasarnya perjalanan wisata dimotivasi oleh beberapa hal yang mendorong perjalanan, motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar, yaitu :

1. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai, dan sebagainya.
2. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai obyek tinggalan budaya (monumen bersejarah)
3. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan, dan sebagainya.
4. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjenuhkan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis.

2.9 Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2012), industri pariwisata berkelanjutan lebih ramah lingkungan dan sosial dan merupakan langkah penting yang akan memberi sumbangan terhadap

pembangunan yang secara sosial inklusif dan melestarikan modal lingkungan, sehingga industri dapat bertumbuh subur dalam jangka menengah dan jangka panjang. Hal ini juga akan semakin meningkatkan pemenuhan atas permintaan pasar yang kompetitif. Konsep pariwisata berkelanjutan mengindikasikan adanya kesadaran tentang konsep berkelanjutan, yang beraspek multidimensi: ramah lingkungan, secara ekonomi dapat memberi manfaat, secara sosial budaya dapat diterima, dan menempatkan masyarakat sebagai subjek inti dalam pembangunan.

Menurut Gautama (2011), prinsip dalam *sustainable tourism* menurut *Kingdoms Department of the Environment* antara lain :

1. Lingkungan hidup memiliki nilai tersirat sebagai aset dari pariwisata, yang keberadaannya harus dipertimbangkan untuk jangka panjang.
2. Kepariwisata harus dapat diperkenalkan sebagai aktivitas yang memiliki dampak positif sehingga memberikan sebuah keuntungan yang potensial kepada masyarakat di tempat-tempat lain disekitarnya.
3. Hubungan antara pariwisata dan lingkungan wajib dikelola sehingga lingkungan hidup dapat bertahan untuk jangka panjang dan kegiatan pariwisata tidak boleh membawa dampak yang tidak diharapkan.
4. Kegiatan kepariwisataan dan pengembangan-pengembangannya wajib mempertimbangkan derajat kealamian dan karakter dari tempat dimana mereka berlokasi.
5. Keserasian antara kebutuhan wisatawan, tempat, dan penduduk sekitar harus dicari dan dipertemukan.

Menurut *World Tourism Organization* (2013), terdapat 12 Tujuan wisata berkelanjutan:

1. Viabilitas Ekonomi untuk memastikan kelangsungan hidup dan daya saing destinasi wisata dan perusahaan, sehingga mereka terus berkembang dan mendapat keuntungan jangka panjang.

2. Kemakmuran lokal, untuk memaksimalkan kontribusi pariwisata bagi kemakmuran ekonomi bagi masyarakat lokal
3. Kualitas Kerja dalam memperkuat jumlah dan kualitas pekerja lokal dengan didukung oleh pariwisata, termasuk tingkat upah, kondisi pelayanan, ketersediannya tanpa deskriminasi
4. Keadidalan sosial mencari distribusi luas dan adil oleh manfaat ekonomi dan sosial dari kegiatan pariwisata kepada masyarakat lokal, termasuk meningkatkan peluang, penghasilan, dan pengentasan kemiskinan
5. Pemenuhan kebutuhan pengunjung untuk memberikan keamanan, kenyamanan, kepuasan tanpa diskriminasi jenis kelamin, ras, cacat, atau dengan cara lain.
6. Kontrol lokal dengan melibatkan dan memberdayakan masyarakat dalam perencanaan dan pengambilan keputusan tentang pengelolaan dan masa depan pengembangan pariwisata di daerah mereka, dan konsultasi dengan pemangku kepentingan lainnya.
7. Kelembagaan dan komunitas untuk menjaga dan memperkuat kualitas hidup masyarakat lokal, termasuk struktur sosial, akses ke sumberdaya, fasilitas, dan sistem pendukung.
8. Kekayaan Budaya untuk menghormato dan meningkatkan warisan sejarah, budaya otentik, tradisi, dan kekhasan masyarakat lokal
9. Integritas fisik dalam menjaga dan meningkatkan kualitas lanskap atau menghindari degradasi fisik dan visual lingkungan
10. Kenaekaragaman hayati dalam mendukung konservasi daerah alam, habitat satwa, dan meminimalkan kerusakan terhadap lingkungan
11. Efisiensi untuk meminimalkan penggunaan sumberdaya langka dalam pengembangan dan pengoperasian fasilitas dan jasa pariwisata

12. Meminimalkan dampak polusi limbah udara, air, dan tanah yang ditimbulkan oleh perusahaan dan wisatawan

2.10 Wisata Bahari

Menurut Djou (2013), wisata perairan atau wisata bahari (didalamnya termasuk wisata pantai) adalah kegiatan wisata seperti berenang, memancing (fishing), menyelam (diving dan snorkeling), berlayar (sailing), berselancar (surfing), ski laut (skiing), berjemur, rekreasi pantai, fotografi bawah air, canoeing, dan lain-lain. Adapun kegiatan menikmati keindahan dan keanekaragaman hayati potensi laut dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu (1) pada perairan dangkal dengan menggunakan perahu yang lantainya atau bagian dinding bawah perahu itu terditiat gelas kaca tembus pandang; dan (2) menggunakan perlengkapan menyelam khususnya untuk tempat-tempat yang dalam dan tidak mungkin dapat dilihat dengan perahu gelas kaca tembus pandang.

Konsep wisata bahari di dasarkan pada view, keunikan alam, karakteristik ekosistem, kekhasan seni budaya dan karaktersitik masyarakat sebagai kekuatan dasar yang dimiliki oleh masing-masing daerah (Gautama, 2011). Menurut Djou (2013), Visi dan misi wisata bahari Indonesia adalah dalam waktu 10 tahun menjadi tujuan wisata bahari terkemuka di Kawasan Asia Pasifik". Misi wisata bahari adalah :

1. Memberikan pelayanan terbaik bagi wisatawan di alam kebaharian Indonesia
2. Menciptakan iklim kondusif bagi investasi industri wisata bahari;
3. Menciptakan keterpaduan pengembangan pariwisata bahari yang berkelanjutan
4. Mengembangkan produk wisata bahari dengan pola kemitraan diantara pelaku wisata bahari.

Menurut Rahyu (2006), karakteristik wisatawan perlu dipahami oleh pengelola objek wisata, sehingga perusahaan dapat mengambil isyarat-isyarat penting bagaimana memenuhi kebutuhan pembeli serta mampu membuat kebijakan-kebijakan yang efektif dalam upaya peningkatan pelayanan kepada pengunjung. Karakteristik wisatawan dapat dilihat dari segi usia, jenis kelamin (gender), status pernikahan, asal, pekerjaan, pendidikan terakhir, serta rata-rata pendapatan per bulan.

2.11 Analisis Faktor

Menurut Suliyanto (2005), analisis faktor adalah teknik untuk menganalisis tentang saling ketergantungan dari beberapa variabel secara simultan dengan tujuan untuk menyederhanakan dari bentuk hubungan antara beberapa variabel yang diteliti menjadi sejumlah faktor yang lebih sedikit daripada variabel yang diteliti, yang berarti dapat juga menggambarkan tentang struktur data dari suatu penelitian. Jadi, pada prinsipnya analisis faktor digunakan untuk mengelompokkan beberapa variabel yang memiliki kemiripan untuk dijadikan satu faktor, sehingga dimungkinkan dari beberapa atribut yang mempengaruhi suatu komponen variabel dapat diringkas menjadi beberapa faktor utama yang jumlahnya lebih sedikit.

Tujuan utama dari analisis faktor adalah mendefinisikan struktur suatu data matrik dan menganalisis struktur salain hubungan antar sejumlah variabel dengan cara mendefinisikan satu set kesamaan variabel atau dimensi dan sering disebut dengan faktor. Analisis faktor, peneliti mengidentifikasi sampai sejauh mana variabel dijelaskan oleh setiap dimensi (Ghozali, 2011).

Menurut Suliyanto (2005) fungsi dari analisis faktor adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dimensi-dimensi mendasar yang dapat menjelaskan korelasi dari serangkaian variabel

2. Mengidentifikasi variabel-variabel baru yang lebih kecil, untuk menggantikan variabel tidak berkorelasi dari serangkaian variabel asli yang berkorelasi
3. Mengidentifikasi beberapa variabel kecil dari sejumlah variabel yang banyak untuk dianalisis dengan analisis multivariat.

2.12 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan bahan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan dengan kesamaan dengan peneliti yang telah dilakukan. Berdasarkan penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1	Nurdianti Rahayu (2009)	Analisis Proses Pengambilan keputusan dan preferensi wisatawan terhadap Wana Wisata Curug Nangka KPH Bogot Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten	Analisis Faktor dan Logistik	- Tujuan utama berkunjung ke WWCN adalah untuk menikmati keindahan alam. Manfaat utama yang dicari konsumen adalah hiburan. Sumber informasi konsumen mengenai WWCN didapatkan melalui teman. - Terdapat enam faktor terbentuk yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap WWCN yaitu faktor fasilitas alam, faktor pengelolaan dan pelayanan, faktor aksesibilitas, faktor motivasi wisata dan faktor daya tarik wisata.

(Lanjutan Tabel 1)

				sedangkan variabel-variabel yang berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan terdiri dari faktor aksesibilitas, faktor motivasi wisata, faktor daya tarik wisata, dan asal kedatangan
2	Fauziah (2012)	Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Ekowisata Kepulauan Seribu dengan Pendekatan Analisis Konjoin (Studi Kasus Pulau Pramuka)	Analisis Konjoin	Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat 11 atribut yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam membeli produk wisata, yaitu: jenis transportasi, volume transportasi, atraksi wisata, aktivitas wisata, jenis akomodasi, lokasi akomodasi, fasilitas akomodasi, jenis makanan, pemandangan dari restoran, lokasi toko cinderamata dan jenis cinderamata. Dimana 5 atribut yang dinilai paling penting keberadaannya oleh wisatawan pada suatu produk wisata yaitu aktivitas wisata, atraksi wisata, jenis akomodasi, jenis makanan dan jenis cinderamata.
3.	Dwiputra (2013)	Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di	Analisis Tabulasi Silang	• Preferensi wisatawan dalam memilih sarana wisata dipengaruhi

(Lanjutan Tabel 1)

		Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi		oleh tujuan wisatawan berwisata, lama berwisata, dan teman dalam melakukan perjalanan wisata. • Tujuan wisatawan berwisata adalah untuk berlibur serta melihat kerusakan pasca erupsi dengan informasi yang banyak didapat dari kerabat/rekan.
4.	Bangun <i>et al.</i> (2014)	Preferensi Wisatawan Terhadap Kunjungan Wisata Pulau Samosir Dengan Analisis Konjoin	Analisis Konjoin	• Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa yang mempengaruhi Preferensi wisatawan terhadap kunjungan ke Pulau Samosir adalah: atraksi wisata, aktivitas wisata, cenderamata, transportasi, jenis akomodasi, fasilitas akomodasi.

2.13 Kerangka Pemikiran

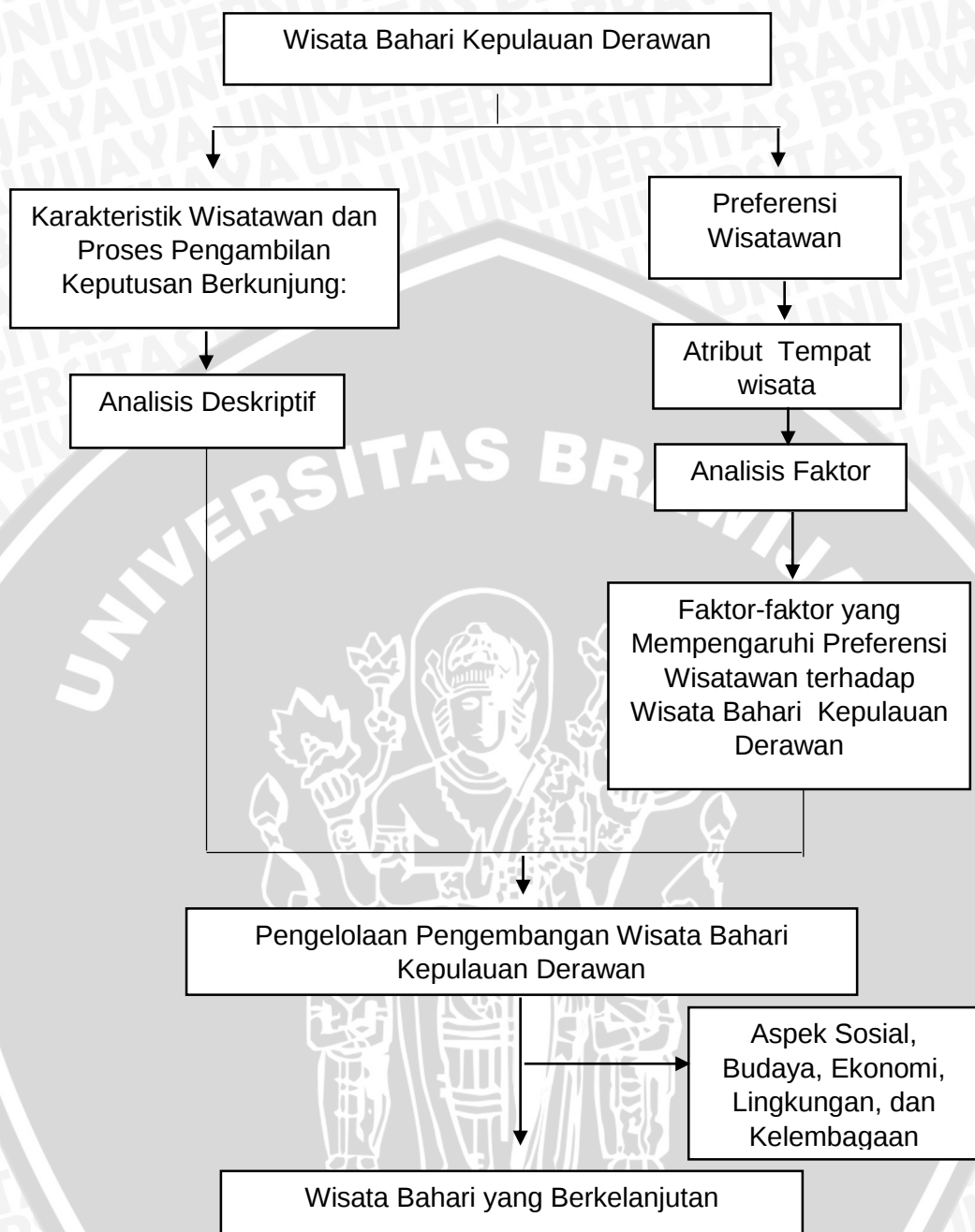
Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keberadaan suatu wisata adalah wisatawan. Begitu pula dengan Kepulauan Derawan untuk mempertahankan eksistensinya sangat dipengaruhi oleh jumlah wisatawan yang datang. Oleh karena itu sangat penting dalam pengelolaan wisata untuk mengetahui bagaimana karakteristik dari wisatawan yang berkunjung agar wisata

bahari di Kepulauan Derawan mendapatkan informasi dalam pengembangan wisatanya.

Dalam setiap konsumsi terhadap jasa, wisatawan cenderung melewati beberapa tahapan proses untuk pengambilan keputusannya dalam mencapai kepuasan yang maksimum. Tahapan yang dilalui wisatawan dalam proses keputusan pembeliannya tersebut diantaranya adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan berkunjung serta pasca berkunjung. dalam menelaah proses tersebut digunakan analisis deskriptif.

Wisatawan memiliki penilaian tersendiri terhadap atribut-atribut Kepulauan Derawan, untuk menganalisis preferensi wisatawan terhadap atribut Kepulauan Derawan digunakan analisis multivariat yaitu analisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk mengetahui preferensi wisatawan terhadap atribut-atribut jasa wisata Kepulauan Derawan. Setelah dilakukan analisis mengenai proses pengambilan keputusan wisatawan serta preferensi terhadap wisata Kepulauan Derawan, maka akan didapat sebuah hasil fakto-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan yang dapat dijadikan informasi dalam pengelolaan dan pengembangan tempat wisata bahari yang sesuai dengan preferensi wisatawan.

Kegiatan wisata cenderung merusak lingkungan, sehingga untuk melestarikan serta menjaga modal lingkungan wisata bahari di Kepulauan Derawan yang berkelanjutan perlu dilakukan. Konsep berkelanjutan mengindikasikan adanya kesadaran yang memperhatikan aspek multidimensi diantaranya ramah lingkungan, secara ekonomi dapat memberi manfaat, secara sosial budaya dapat diterima, dan menempatkan masyarakat lokal sebagai subjek dalam pembangunan. Harapannya kegiatan pariwisata di Kepulauan Derawan dapat tumbuh dalam jangka menengah dan jangka panjang (berkelanjutan).



Gambar 3. Alur Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kepulauan Derawan yang berlokasi pada 4 pulau diantaranya Derawan, Kakaban, Sangalaki, dan Maratua, Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja karena objek wisata Kepulauan Derawan termasuk ke dalam 15 destinasi favorit Indonesia. Wisata bahari Kepulauan Derawan memiliki potensi wisata yang cukup besar untuk dikembangkan. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari sampai dengan Maret 2016.

3.2 Jenis Penelitian

Suatu penelitian pada dasarnya menggunakan metode penelitian yang sesuai dengan pokok permasalahan yang akan diteliti, sehingga data yang akan diperoleh relevan dan sesuai dengan permasalahan yang ada (Pertiwi, 2014). Jenis Penelitian yang digunakan adalah deskriptif (*descriptive research*). Menurut Achmadi dan Narbuko (2007), penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, menganalisis dan menginterpretasi. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk pemecahan masalah sistematis dan faktual mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002), Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data, disamping jenis data. Sumber data penelitian terdiri atas: sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.3.1 Data Primer

Menurut Agung (2012), data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti ataupun lembaga tertentu langsung dari sumbernya, dicatat dan diamati untuk pertama kalinya dan hasil yang digunakan langsung oleh peneliti atau lembaga itu sendiri untuk memecahkan masalah yang akan dicari jawabannya. Data ini sering disebut data asli, bisa berwujud hasil wawancara, pengisi kuesioner, atau bukti transaksi. Semua data ini merupakan data mentah yang kelak akan diproses untuk tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan. Pada penelitian ini data primer yang diambil dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Primer Penelitian

No	Data	Metode
1	Sarana dan Prasarana penunjang Kepulauan Derawan	• Wawancara dengan pengelola Kepulauan Derawan di masing-masing pulau • Observasi sarana dan prasarana di Kepulauan Derawan
2	Sumber daya alam yang menonjol	Observasi di Pulau Derawan, Sangalaki, Kakaban, dan Maratua
3	Kebijakan didalam pengelolaan wisata bahari di Kepulauan Derawan	• Wawancara dengan Dinas Pariwisata Kab. Berau • Wawancara dengan Dinas Kelautan dan Perikanan Kab. Berau • Observasi penerapan konsep wisata bahari • Wawancara dengan masyarakat di Kepulauan derawan

3.3.2 Data Sekunder

Menurut Agung (2012), data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang lain ataupun lembaga tertentu. Data sekunder biasa disebut data primer yang diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel,

grafik diagram, gambar dan yang lainnya sehingga lebih informatif oleh pihak lain.

Pada penelitian ini data primer yang diambil dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tabel Data Sekunder Penelitian

No	Data	Metode
1	Data Kependudukan Kabupaten Berau	Pengumpulan data arsip dari Kabupaten Berau
2	Data Jumlah Pengunjung Kepulauan derawan	Pengumpulan data arsip dari Dinas Pariwisata
3	Keadaan umum lokasi penelitian (geografi dan topografi)	Pengumpulan data BPS Kabupaten Berau
4	Profil Wisata Kepulauan Derawan	Pengumpulan data arsip dari Dinas Pariwisata

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek wilayah penelitian yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berwisata di Kepulauan Derawan.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dalam sampel itu, maka kesimpulannya akan dapat digunakan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi itu harus representatif (mewakili) (Sugiyono, 2011).

Menurut Harahab dan Setiawan (2013), Karena populasi tidak diketahui maka penelitian menentukan jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan rumus *linier time function*:

$$T = t_0 + t_1 n$$

Keterangan:

T = Waktu penelitian (menit)

t_0 = Periode waktu harian (menit)

t_1 = Waktu pengisian kuisisioner (menit)

n = Jumlah responden

Waktu dalam penelitian untuk proses pengambilan data dilapang diperkirakan selama 1 minggu. Pada hari Kamis sampai dengan Senin dalam satu hari selama ± 6 jam, yaitu antara pukul 13.00-19.00 WITA, dengan diperoleh waktu sebesar 6 jam atau 360 menit dan penelitian selama 5 hari maka didapat waktu penelitian selama 1800 menit. Waktu yang diperlukan untuk mengisi kuisisioner adalah 20 menit. Dengan demikian jumlah sampel dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

$$T = t_0 + t_1 n$$

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

$$n = \frac{1800 - 360}{20}$$

$$n = 72$$

Jadi, jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 72 responden.

Menurut Sulyanto (2005), untuk melakukan penelitian dengan menggunakan analisis faktor, jumlah sampel minimal adalah empat sampai lima kali jumlah variabel karena jumlah sampel yang diambil telah mewakili dari populasi. Jumlah tersebut hanya dapat memenuhi syarat untuk dapat dilakukan analisis faktor.

Adapun Jumlah sampel yang dibutuhkan dihitung berdasarkan aturan umum dalam analisis faktor yaitu jumlah observasi empat sampai lima kali jumlah variabel. Variabel atau atribut yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 16 buah sehingga jumlah contoh ideal yang diperlukan sebanyak 64 ($4 \times 16 = 64$). Jumlah 64 responden ini diharapkan juga mampu meningkatkan kekakuratan data yang akan dihasilkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan rumus *Linear Time Function* diperoleh nilai n sebesar 72 artinya jumlah sampel wisatawan yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 72 responden. Jumlah sampel tersebut telah memenuhi syarat dalam melakukan analisis faktor karena sampel minimal dalam penelitian ini adalah 64 responden.

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan Teknik *sampling* insidental. Menurut Sugiyono (2011), Teknik pengambilan sampel dengan teknik *sampling* insidental yaitu teknik penentuan sampel yang berdasarkan keadaan atau kebetulan, yakni para wisatawan yang kebetulan bertemu dan dirasa cocok menjadi sampel atau sebagai sumber yang mewakili wisatawan yang berwisata ke Kepulauan Derawan. Pertimbangan atau kriteria dalam pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wisatawan berusia ≥ 17 tahun. Usia seseorang akan mempengaruhi pola pengambilan keputusan dan emosi dalam menetapkan preferensi terhadap wisata yang akan dikunjunginya.
2. Wisatawan yang mengunjungi wisata Kepulauan Derawan pada tanggal 25 sampai dengan 29 Februari 2016.
3. Wisatawan pria maupun wanita di Kepulauan Derawan yang sedang mengunjungi wisata bahari Kepulauan Derawan khususnya di Pulau Derawan,

Pulau Maratua, Pulau Kakaban, dan Pulau Sangalaki. Kriteria ini ditetapkan dengan harapan wisatawan sudah memiliki gambaran mengenai preferensinya terhadap atribut-atribut Kepulauan Derawan dan proses pengambilan keputusannya dalam berkunjung ke Kepulauan Derawan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa, keterangan-keterangan, dan karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian. adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui:

3.6.1 Kuesinoer

Kuesinoer merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur atau apa yang bisa diharapkan dari responden (Agung, 2012).

Dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan kuesioner secara langsung kepada sampel yang dituju, yakni wisatawan yang berkunjung di 4 pulau yang berada di Kepulauan Derawan diantaranya adalah Derawan, Sangalaki, kakaban, dan Maratua. Menurut Mahendra (2013), Dengan membagikan kuesioner secara langsung, hal ini akan menambah keyakinan pada peneliti untuk hasil yang diberikan pada kuesioner. Dengan membagikan secara langsung, peneliti mendapatkan beberapa hasil wawancara singkat dari responden yang berada di tempat. Hasil wawancara singkat ini kemudian akan digunakan peneliti untuk ditambahkan dalam hasil penelitian.

3.6.2 Observasi

Metode pengumpulan data primer dalam penelitian ilmiah adalah observasi, yaitu proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), benda atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Kelebihan metode observasi adalah dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai subyek, benda ataupun kejadian (obyek) (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Observasi dilakukan bila belum banyak keterangan dimiliki tentang masalah yang diteliti. Observasi dilakukan untuk menjajaginya, jadi berfungsi sebagai eksplorasi dari hasil ini akan diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang masalah yang diteliti dan mungkin petunjuk-petunjuk tentang cara memecahkannya (Taniredja dan Mustafidah, 2011).

Adapun observasi yang dilakukan selama penelitian di Kepulauan Derawan adalah dengan pengamatan dengan visual terhadap objek wisata bahari, fasilitas penunjang wisata dan para pengunjung beserta aktifitas-aktifitas yang dilakukan selama berada di lokasi.

3.6.3 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan diri sendiri atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2009).

Kemudian menurut Indriantoro dan Supomo (2002), wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan lisan kepada subyek penelitian. Teknik wawancara dilakukan jika

peneliti memerlukan komunikasi atau hubungan dengan responden. Data yang dikumpulkan umumnya berupa masalah tertentu yang bersifat kompleks, sensitif atau kontroversial, sehingga kemungkinan jika dilakukan dengan teknik kuesoner akan kurang memperoleh tanggapan responden.

Wawancara yang dilakukan adalah dengan cara tatap muka dengan responden. pelaksanaan teknik ini bertujuan untuk mengumpulkan data primer pada penelitian pendahuluan dan wawancara dengan pihak terkait seperti pihak pengelola, Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Berau, *The Nature Conservation* Kabupaten Berau.

3.7 Metode dan Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif diperlakukan pada variabel-variabel penelitian, tetapi sifatnya sendiri, tidak dikaitkan dengan variabel lain. Berdasarkan variabel tersebut, analisis dapat dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai banyak hal. Tujuannya penelitian ini juga bersifat paparan pada variabel-variabel yang diteliti, misalnya tentang siapa, yang mana, kapan, dan dimana, maupun ketergantungan variabel pada sub-sub variabelnya (Umar, 2007).

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan adalah untuk mengetahui karakteristik umum dan proses pengambilan keputusan wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Derawan. Karakteristik dan proses pengambilan keputusan wisatawan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang berkunjung ke Kepulauan Derawan yang ditabulasikan dalam kerangka tabel yang telah dipersiapkan. Persentase terbesar merupakan jawaban yang paling dominan dari masing-masing variabel yang diteliti. Menurut Afiana (2006) dalam Fitriyana (2009) dapat dirumuskan:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100 \%$$

Keterangan :

P = persentase responden yang memilih kategori tertentu

$\sum f_i$ = total jawaban

F_i = jumlah responden yang memilih kategori tertentu

Pada analisis ini jawaban yang sama dikelompokkan dan dipresentasikan. Karakteristik umum yang dilihat meliputi jenis kelamin, status perkawinan, asal, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan rata-rata pendapatan RT/keluarga per bulan. Sedangkan analisis mengenai proses pengambilan keputusan wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Derawan meliputi pengenalan kebutuhan pengunjung, pencarian informasi yang dilakukan pengunjung terhadap tempat wisata yang dikunjungi, evaluasi alternatif, hasil, dan pasca pembelian pengunjung terhadap tempat wisata.

3.7.2 Analisis Faktor

Analisis yang digunakan untuk mengetahui preferensi wisatawan terhadap atribut dari Kepulauan Derawan adalah analisis faktor. Pengolahan analisis faktor ini dibantu dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16.0 for Windows.

Analisis faktor prinsip kerjanya adalah menemukan cara meringkas informasi yang ada dalam variabel asli menjadi satu set dimensi baru atau variate (faktor). Hal ini dapat dilihat dengan cara menentukan struktur lewat data *summarization* atau lewat data *reduction* (Pengurangan data)(Ghozali,2011). Menurut Fitriyana (2009), Analisis faktor memiliki prinsip kerja dimana dari n variabel yang diamati, dimana beberapa variabel mempunyai korelasi maka dapat dikatakan bahwa variable tersebut memiliki p faktor umum (*common factor*) yang mendasari korelasi antarvariabel dan juga m faktor unik (*unique factor*) yang membedakan tiap variabel. Faktor umum dilambangkan dengan F1, F2, F3,

$F_4, \dots, F_m$ dan faktor unik $U_1, U_2, U_3, U_4, \dots, U_m$. Model matematis dasar analisis faktor yang digunakan untuk setiap variabel independen X_i adalah sebagai berikut:

$$X_i = \sum_{j=1}^m A_{ij} F_j + b_i U_i \quad i = 1, 2, 3, 4, \dots, p$$

Keterangan :

X_i = variabel independen ke- i

F_j = faktor kesamaan ke- j

U_i = faktor unik ke- i

A_{ij} = koefisien faktor kesamaan

B_i = koefisien faktor unik

Menurut Sulyanto (2005) secara garis besar proses dasar dari analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan masalah perlu dilakukan dengan menentukan tujuan dari analisis faktor dan variabel-variabel yang akan disertakan dalam analisis faktor juga ditetapkan berdasarkan riset, teori, dan pendapat peneliti, demikian pula ukuran sampel harus tepat, setidaknya-tidaknya jumlah sampel harus empat atau lima kali jumlah variabel. Adapun variabel yang digunakan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan pada Kepulauan Derawan merupakan hasil penelitian terdahulu yang telah dimodifikasi oleh peneliti dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Variabel yang digunakan dalam analisis faktor

Variabel	Subvariabel/indikator	Deskripsi
Daya Tarik	Keindahan alam (F_1)	Kepulauan Derawan keindahan pantai, keanekaragaman biota dan taman bawah laut
	Keunikan sumberdaya alam (F_2)	Terdapat manta ray, spesies ubur-ubur yang tidak menyengat, dan diversitas terumbu karang dan ikan yang paling tinggi di dunia
	Jenis kegiatan wisata bahari (F_3)	Menikmati atmostfir pantai, Berperahu, berenang, <i>snorkeling</i> , <i>diving</i> , dan <i>fishing</i>
	Kebersihan Lokasi (F_4)	Kebersihan lokasi dari sampah
	Kemanan (F_5)	Terjaganya Kemanan di lokasi wisata
Aksesabilitas	Kondisi dan jarak tempuh dari Kabupaten/Kota (F_6)	Kondisi jalan pada saat perjalanan dan total jarak perjalanan menuju tempat wisata
	Waktu tempuh dari Kabupaten/Kota (F_7)	Total waktu tempuh dari Kabupaten/kota menuju tempat wisata
	Frekuensi Kendaraan (F_8)	Jumlah transportasi yang digunakan menuju tempat wisata
Pengelolaan	Pengelolaan Kawasan (F_9)	Pengelolaan kawasan sebagai tempat wisata bahari yang berkelanjutan
Pengaruh Iklim terhadap waktu kunjung	Pengaruh cuaca terhadap waktu kunjungan (F_{10})	Kondisi cuaca saat wisatawan berkunjung ditempat wisata
Sarana dan Prasarana	Sarana (F_{11})	Sarana (Rumah makan, <i>restaurant</i> , <i>cottage</i> , hotel, banana boat, tempat ibadah)
	Prasarana (F_{12})	Prasarana (Jalan, jembatan, listrik, jaringan telpon, dermaga, bandara)
Ketersedian air bersih	Kelayakan air minum untuk dikonsumsi (F_{13})	Kelayakan air bersih pada kawasan objek wisata
Pengaturan pengunjung	Kenyamanan (F_{14})	Suatu keadaan telah terpenuhi kebutuhan wisatawan akan ketentraman dan kelegaan terhadap objek wisata
Pemasaran	Sarana dan penyampain informasi (F_{15})	
	Promosi wisata (F_{16})	Promosi yang digunakan pemasar sehingga wisatawan memutuskan mengunjungi Kepulauan Derawan

2. Proses analisis faktor didasarkan pada matriks korelasi antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, untuk memperoleh analisis faktor yang semua variabel-variabelnya harus berkorelasi. Untuk menguji ketepatan dalam model faktor, uji statistik yang digunakan adalah *Barlett's Test Sphericity* dan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampelnya. Uji ini dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Ukuran ketepatan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO)

Harga KMO	Tingkat Kesesuaian Penggunaan Analisis Faktor
0,9	Baik Sekali
0,8	Baik
0,7	Sedang/agak baik
0,6	Cukup
0,5	Kurang
< 0,5	Ditolak

Sumber: Sulyanto (2005)

3. Melakukan penentuan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili variabel-variabel yang akan dianalisis didasarkan pada besarnya *eigenvalue* serta presentase total variannya. Hanya faktor yang memiliki *eigenvalue* sama atau lebih besar 1 (satu) dipertahankan dalam model analisis faktor, sedangkan yang lainnya dikeluarkan dalam model.
4. Melakukan proses *Factor Rotation* atau rotasi pada faktor, hasil dari ekstraksi faktor dalam matriks faktor mengidentifikasi hubungan antarfaktor dan variabel individual, namun dalam faktor-faktor tersebut banyak variabel yang berkorelasi sehingga sulit diinterpretasikan. Melalui rotasi aktor matriks, faktor matriks ditransformasikan ke dalam matriks yang lebih sederhana sehingga mudah diinterpretasikan. Rotasi faktor menggunakan prosedur *varimax*.
5. Interpretasi atas faktor dilakukan dengan mengklasifikasikan variabel yang mempunyai *factor loading* minimum 0,4 variabel dengan *factor loading* kurang dari 0,4 dikeluarkan model.

4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis dan Topografi Kepulauan Derawan

Kepulauan Derawan terletak di wilayah semenanjung utara perairan laut Kabupaten Berau, Provinsi Kalimantan Timur. Kepulauan Derawan memiliki Luas wilayah konservasi laut sekitar 1.270.000 hektar. Kepulauan Derawan termasuk kedalam salah satu jalur arus lintas Indonesia (Arlindo) yang membawa massa air dari Samudera Pasifik ke Samudera Hindia. Karakteristik wilayah yang unik ini menyebabkan keanekaragaman hayati di Kepulauan Derawan sangat tinggi dan keberadaan ekosistem pesisir yang menjadi rumah bagi keanekaragaman hayati. Kepulauan Derawan memiliki 31 Pulau dan terdapat 4 pulau yang menjadi destinasi favorit wisatawan yaitu Pulau Derawan, Maratua, Kakaban, dan Sangalaki.

a. Pulau Derawan

Kecamatan Pulau Derawan memiliki luas wilayah sebesar 44,6 hektar terletak di antara 02° 08' 22" LU dan 118° 19' 41" BT. Kecamatan Pulau Derawan terbagi menjadi 5 Desa yaitu Tanjung Batu, Pulau Derawan, Teluk Semanting, Pegat Batumbuk, dan Kasai. Satuan morfologi Pulau Derawan merupakan dataran pantai dan bertopografi datar. Pantai pasir memiliki kemiringan lereng sekitar 7°-11° dengan lebar 13,5 - 20 meter. material penyusun pantai didominasi pasir kasar yang tersusun dari fragmen-fragmen karang.

b. Pulau Maratua

Pulau Maratua memiliki luas wilayah sebesar 2375,7 hektar terletak pada posisi 02° 15' 12" LU dan 118° 38' 41" BT. Kecamatan Pulau Maratua terbagi menjadi 4 Desa yaitu Bohe Silian, Payung-payung, Teluk Alulu, dan Teluk Harapan. Pulau Maratua memiliki dua satuan morfologi, yaitu dataran pantai dan perbukitan rendah sampai tinggi. Dataran pantai memiliki topografi datar sampai

bergelombang. Daerah dataran yang bertopografi datar sebagian besar merupakan daerah pemukiman, sedang daerah yang bergelombang serta perbukitan adalah daerah hutan campuran. Batuan penyusun daerah perbukitan adalah batu gamping terumbu yang mengalami pengangkatan. Dataran pantai tersusun oleh endapan pasir pantai yang merupakan endapan alluvial.

c. Pulau Kakaban

Pulau Maratua memiliki luas wilayah sebesar 774,2 hektar terletak pada posisi $02^{\circ} 16' 06''$ LU dan $118^{\circ} 35' 20''$ BT. Wilayah Pulau Kakaban masuk di dalam administrasi desa Maratua Bohesilian. Pulau Kakaban menyerupai angka sembilan yang tersusun atas atol atau batu karang yang berbentuk cincin. Didalamnya terdapat laguna yang dinamai penduduk setempat sebagai danau Kakaban. Sisi luar Pulau Kakaban merupakan tebing tinggi dan curam.

d. Pulau Sangalaki

Pulau Sangalaki memiliki luas wilayah sebesar 15,9 hektar terletak pada posisi $01^{\circ} 55' 31''$ LU dan $118^{\circ} 27' 16''$ BT. Secara administratif pemerintahan kawasan ini termasuk kedalam Kecamatan Pulau Derawan. Pulau Sangalaki memiliki satuan morfologi dataran pantai yang datar. Pulau ini memiliki lagon dangkal berdasar pasir dan ditumbuhi oleh karang dan lamun. Pantai pasir memiliki lebar 12 – 15 meter dengan kelerengan antara 6° – 11° dengan material penyusun pantai berupa fragmen karang dan dominan berukuran butir pasir kasar.

4.2 Iklim dan Curah Hujan

Kondisi iklim pada Kepulauan Derawan terdiri atas musim hujan dan musim kemarau. Musim hujan berlangsung pada bulan Oktober hingga Mei dengan rata-rata 15 sampai 20 hari perbulan dan curah hujan terbesar terjadi pada akhir atau awal musim hujan. Musim kemarau berlangsung pada bulan Juli hingga

September dengan curah hujan terendah pada bulan Juli. Suhu udara rata-rata berkisar antara 24,8°C – 27,9 °C, suhu udara minimum berkisar antara 19°C – 23,2°C dan suhu udara maksimum berkisar antara 32°C – 35,6°C. Suhu udara harian rata-rata tidak menunjukkan fluktuasi yang signifikan antara siang dan malam hari. Perbedaan suhu udara maksimum dengan minimum berkisar antara 10°C – 12°C (Stanley, *et al.*, 2004).

Kondisi iklim pada kawasan Kepulauan Derawan sangat dipengaruhi oleh kondisi iklim di Samudra Pasifik. Secara umum iklim akan dipengaruhi oleh musim barat dan musim timur. Faktor oseanografi dipengaruhi pergerakan arus secara musiman dan Arus Lintas Indonesia (Arlindo) dari Samudra Pasifik Menuju Samudra Hindia yang melewati Selat Makasar.

4.3 Keadaan Penduduk Kepulauan Derawan

Masyarakat yang mendiami Kepulauan Derawan umumnya adalah masyarakat suku Bajau dan Sulu, yang masih memiliki hubungan darah dengan Bangsa Filipina. Sebagian lagi pendatang yang berasal dari Buton dan Bugis. Dari 4 Pulau dari Kepulauan Derawan yang diteliti, hanya Pulau Derawan dan Maratua yang berpenghuni sedangkan Pulau Sangalaki dan Kakaban tidak memiliki penghuni.

a. Pulau Derawan

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Berau (2015), diperoleh data jumlah penduduk Kecamatan Derawan pada tahun 2014 sebanyak 9.947 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 5.437 jiwa atau 54,6 % dan penduduk perempuan sebanyak 4.600 jiwa atau 46,24 %. Agama yang dianut oleh masyarakat Kecamatan Derawan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Data Penduduk Berdasarkan Jumlah Pemeluk Agama Menurut Golongan Agama Kecamatan Pulau Derawan, Kabupaten Berau Tahun 2014

No	Agama	Jumlah (Jiwa)	Perentase (%)
1	Islam	9.892	99,4
2	Protestan	45	0,4
3	Katolik	5	0,05
4	Hindu	2	0,02
5	Budha	3	0,03
Total		9.947	100

Sumber : BPS Kab. Berau, 2015

Berdasarkan tabel 6 diatas mengenai data jumlah penduduk dilihat dari agama masyarakat Kecamatan Pulau Derawan, Kabupaten Berau tahun 2014 sebanyak 9.947 jiwa. Jumlah pemeluk agama tertinggi di Pulau Derawan adalah Islam yaitu sebanyak 9.892 jiwa atau dengan persentase sebesar 99,4 %. Kemudian terendah adalah Hindu sebanyak 2 jiwa atau sebesar 0,02 %.

b. Pulau Maratua

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Berau (2015), didapatkan data jumlah penduduk Kecamatan Maratua pada tahun 2014 sebanyak 3.402 jiwa dengan laju pertumbuhan dari tahun 2013 ke tahun 2014 sebesar 6,65 %. Adapun Jumlah laki-laki sebanyak 1.760 jiwa atau 51,73 % dan penduduk perempuan sebanyak 1.642 jiwa atau 48,26 %. Agama yang dianut oleh masyarakat Kecamatan Maratua dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Data Penduduk Berdasarkan Jumlah Pemeluk Agama Menurut Golongan Agama Kecamatan Maratua, Kabupaten Berau Tahun 2014

No	Agama	Jumlah (Jiwa)	Perentase (%)
1	Islam	1.736	98,6
2	Protestan	13	0,7
3	Katolik	9	0,5
4	Hindu	2	0,1
Total		1.760	100

Sumber : BPS Kab. Berau, 2015

Berdasarkan tabel 7 mengenai data jumlah penduduk dilihat dari agama masyarakat Kecamatan Maratua, Kabupaten Berau tahun 2014 sebanyak 1.760 jiwa. Jumlah pemeluk agama tertinggi Desa Kersikan adalah Islam yaitu sebanyak 1.736 jiwa dengan persentase sebesar 98,6 %. Kemudian terendah adalah Hindu sebanyak 2 jiwa atau sebesar 0,1 %.

4.4 Keadaan Umum Perikanan

Kegiatan perekonomian bidang perikanan merupakan salah satu tulang punggung kegiatan yang ada di Pulau Maratua dan Derawan karena sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai nelayan. Perikanan yang dimanfaatkan oleh masyarakat Pulau Maratua dan Derawan adalah ikan pelagis dan ikan karang. Nelayan di Pulau Derawan dan Maratua melakukan pengangkapan dengan menggunakan alat tangkap berupa jaring insang, pukat kantong, pukat cincin, dan pancing. Menurut Data BPS Kabupaten Berau (2015), Sarana penangkapan ikan laut yang ada di Pulau Maratua berjumlah total 258 unit yang terdiri dari perahu tanpa motor, perahu motor tempel dan kapal motor. Sedangkan, Pulau Derawan berjumlah 650 unit yang terdiri dari perahu motor tempel dan kapal motor. Hasil penjualan ikan secara umum dijual langsung ke Tanjung Batu, Kasai, Pulau Derawan, Pulau Maratua, Tanjung Redeb, Surabaya, dan beberapa kota luar Provinsi.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Keadaan Wisata Kepulauan Derawan

5.1.1 Sejarah Wisata Bahari Kepulauan Derawan

Kepulauan Derawan terletak di Kabupaten Berau, Provinsi Kalimantan Timur. Sedikitnya terdapat 4 Pulau (dari 31 Pulau) yang terkenal di Kepulauan ini, yakni Pulau Derawan, Maratua, Kakaban, dan Sangalaki. Pulau Derawan merupakan sebuah Pulau yang pertama kali dihuni di Kepulauan Derawan. Nama Derawan berasal dari nama seorang pelarian dari Malaysia yang bernama Belawan, yang pada saat itu masih dijahaj oleh Bangsa Inggris. Belawan bersama beberapa orang dari Kerajaan Berau melawan pendudukan Belanda di Kabupaten Berau. Setelah Belawan mati tertembak, namanya diabadikan oleh penduduk menjadi nama Pulau Derawan.

Kepulauan Derawan termasuk kedalam 15 destinasi terbaik di Indonesia. Sejumlah ekosistem pesisir yang meliputi terumbu karang keras nomor dua tertinggi di dunia setelah Raja, hutan bakau, padang lamun, dan danau air payau. Selain itu, terdapat spesies yang dilindungi di antaranya adalah penyu hijau, hiu paus, lumba-lumba, ketam kelapa, ubur-ubur, dan lain-lain. Kepulauan Derawan juga termasuk kedalam jantung wilayah segitiga terumbu karang (*the coral triangle*) dunia. Oleh karena itu, pada tahun 2004 mendapatkan anugerah *World Natural Heritage Area* dan tahun 2005 dinominasikan sebagai situs warisan dunia UNESCO.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional, Kepulauan Derawan merupakan bagian dari kawasan pengembangan pariwisata Nasional (KPPN) sekaligus menjadi Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dan termasuk dalam cakupan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN).

Kebijakan pariwisata diarahkan agar wisatawan mau memperpanjang masa kunjungannya, yaitu dengan menyediakan akomodasi, rumah makan, dan hiburan. Namun demikian keberhasilan pengembangan pariwisata antara lain sangat ditentukan oleh peran badan usaha swasta dan masyarakat. Badan usaha sebagai pemilik sekaligus pelaku usaha/ bisnis pariwisata dapat melakukan usaha-usaha jasa pariwisata, pengusahaan obyek wisata, dan usaha sarana pariwisata. Sampai saat ini, terdapat 3 perusahaan swasta yang mengoperasikan resort penyelaman (*dive resort*), yaitu PT Bumi Manimbora Interbuwana (BMI) di Pulau Derawan, PT Sangalaki *Dive Lodge* (SDL) di Pulau Sangalaki, dan PT Nabucco *Island Dive Resort* di Pulau Maratua.

Dalam beberapa tahun terakhir, kegiatan pariwisata khususnya wisata bahari di Kepulauan Derawan semakin berkembang dan sekaligus menjadi kegiatan ekonomi yang prospektif. Hal tersebut antara lain diindikasikan dengan perkembangan positif kunjungan wisatawan lokal pada tahun 2014 sebanyak 77.574 orang dan meningkat pada tahun 2015 sebanyak 99.416 orang (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau, 2015).

5.1.2 Potensi Sumberdaya Kepulauan Derawan

Di Kepulauan Derawan terdapat beberapa ekosistem pesisir yang sangat penting yaitu terumbu karang, padang lamun, dan hutan mangrove. Selain itu, banyak spesies yang dilindungi berada di Kepulauan Derawan. Hal ini sangat penting kaitannya dengan daya tarik yang dimiliki Kepulauan Derawan dalam menarik minat wisatawan untuk melakukan kunjungannya.

a. Terumbu Karang

Terumbu karang di Kepulauan Derawan tersebar luas pada seluruh pulau yang terdapat di Kepulauan Derawan. Tipe terumbu karang di Kepulauan Derawan terdiri dari Karang Tepi, Karang Penghalang dan Atol. Atol yang ada di Kepulauan

Derawan telah terbentuk menjadi pulau dan ada yang terbentuk menjadi danau air asin.



Gambar 4. Kondisi Terumbu Karang Kepulauan derawan
Sumber : Youtube (2016)

Survei Manta Tow (2003) dalam Stanley, *et al.* (2004) menunjukkan terumbu karang di Pulau Derawan mempunyai tutupan rata-rata karang keras 17,41 % dan tutupan rata-rata karang hidup 27,78 %. Tutupan karang rata-rata di Pulau Sangalaki adalah 26,75 % untuk karang keras dan 42,50 % untuk karang hidup. Terumbu karang di Pulau Kakaban mempunyai tutupan rata-rata 27,12 % untuk karang keras dan 33,96 untuk karang hidup. Di Pulau Maratua tutupan rata-rata karang keras adalah 26,43 % dan tutupan karang hidup adalah 37,09 %. Dengan adanya konfirmasi jumlah spesies yang ditemukan di Kepulauan Derawan, yaitu 460 sampai 470 spesies menunjukkan kekayaan biodiversitas tertinggi nomor 2 di Indonesia setelah Kepulauan Raja Ampat.

b. Ikan Karang

Menurut Stanley, *et al.* (2004), Hasil Survei ikan karang pada bulan Oktober 2003 di Kepulauan Derawan dengan melakukan penyelaman di 42 stasiun selama 72 jam, menghasilkan 832 spesies dalam 272 genus dan 71 famili. Sebagai tambahan terdapat 40 spesies, 16 genus dan 6 famili dari survei pada tahun 1994 di Sangalaki-Kakaban, sehingga total spesies menjadi 872.



Gambar 5. Ikan Karang Kepulauan Derawan
Sumber : Google Image (2016)

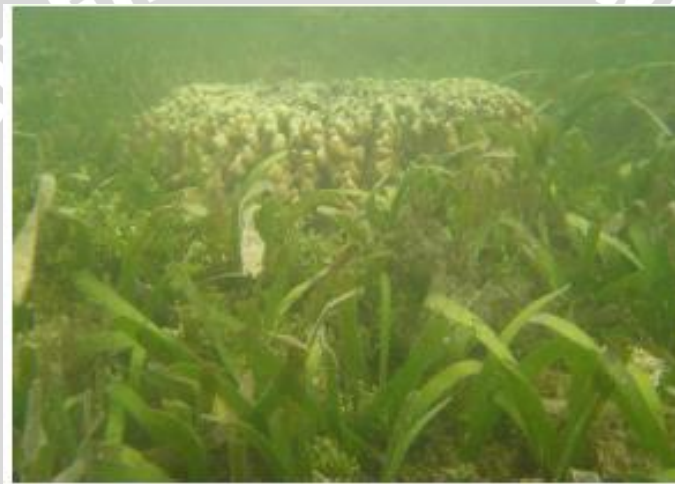
Menurut Stanley, *et al.* (2004), Beberapa informasi penting dari hasil kajian ikan karang diantaranya :

1. Berdasarkan formula prediksi dengan 6 kunci famili indikator, diperkirakan Perairan Berau mempunyai sedikitnya 1.051 spesies. .
2. Gobies (*Gobiidae*), wrasses (*Labridae*), dan damselfishes (*Pomacentridae*) adalah jenis yang dominan di perairan Berau.
3. Jumlah spesies per lokasi selama kajian ditemukan antara 40 sampai 273, atau rata-rata 187,4 spesies atau sekitar 200 spesies selalu ditemukan dari 44 % lokasi selam.
4. Dua lokasi paling kaya adalah Karang Baliktaba sebanyak 273 spesies dan Derawan *House Reef* sebanyak 217 spesies.
5. Lokasi lain seperti Kakaban/Sangkalaki terdapat 220 species dan Maratua sebanyak 211 spesies.

c. Lamun

Menurut Stanley, *et al.* (2004), padang lamun (*seagrass*) atau hamparan lamun ditemukan tersebar di seluruh Kepulauan Derawan dengan kondisi yang berbeda, dengan rata-rata luas tutupan kurang dari 10% sampai 80 %. Luas tutupan padang lamun yang rendah (<10%) dapat dijumpai pada daerah-daerah

yang banyak mendapat gangguan, seperti terbuka pada surut terendah, sedangkan yang mempunyai luas tutupan tinggi (20% - 80%) terdapat pada daerah yang selalu tergenang dan terlindung. Ekosistem padang lamun secara ekologi dan ekonomi sangat penting, namun keberadaanya terancam oleh gangguan dan kegiatan manusia. Sampai saat ini upaya restorasi dan konservasi lamun belum banyak dilakukan, padahal keanekaragaman hayati wilayah pesisir sangat tergantung pada stabilitas ekosistem lamun. Ikan yang terdapat di ekosistem lamun di Kepulauan Derawan terdapat 85 jenis dari 34 famili.



Gambar 6. Padang lamun (Sea Grass) Kepulauan Derawan
Sumber : Stanley, et al. (2004)

Di Pulau Derawan terdapat 6 spesies lamun yang dapat di temukan di sekeliling pulau, yaitu; *Thalasia hemprichii*, *Halodule uninervis*, *Halophila ovalis*, *Cyamodocea rotundata*, *Syringodium isoetifolium*, dan *Halodule pinifolia*, dengan jenis dominan *Thalasia hemprichii* dan *Halophila ovalis*. Kemudian padang lamun di Pulau Sangalaki terdapat 5 spesies yang terdiri dari *Thalasia hemprichii*, *Cyamodocea rotundata*, *Halophila ovalis*, *Enhalus acroides*, dan *Halodule uninervis*. Padang lamun di Pulau Kakaban dapat di temukan di sebelah barat pulau yang mempunyai pantai relatif landai dengan spesies yang di temukan adalah *Halophila ovalis* dan *Halodule uninervis*. Padang lamun di Pulau Maratua

spesies yang ditemukan adalah *Halodule univervis*, *H. pinifolia*, *Cyamodocea rotundata*, *Syringodium isoetifolium*, *Enhalus acoroides*, *Thalassia hemrichii*, *Halophila ovata*, dan *Halophila ovalis*. (Stanley, et al., 2004)

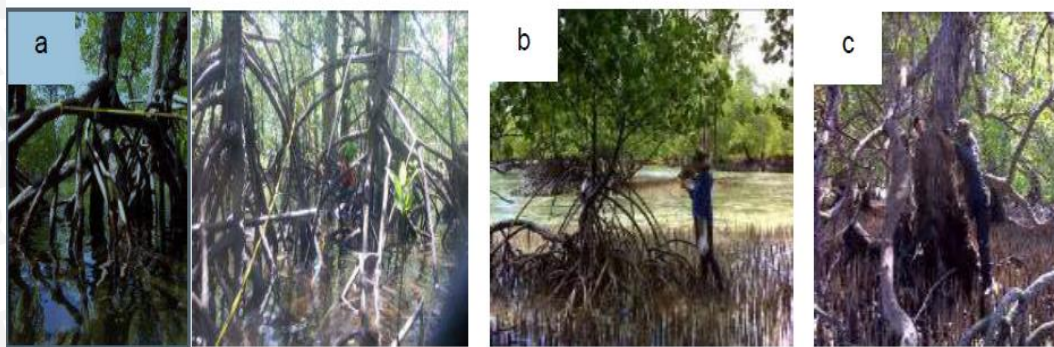
d. Mangrove

Menurut Stanley, et al. (2004), ekosistem mangrove merupakan salah satu ekosistem yang memiliki kekhasan dengan adanya tumbuhan mangrove berupa pohon ataupun perdu yang tumbuh di daerah salinitas atau di tepi pantai maupun estuaria. Luas mangrove di Kepulauan Derawan diperkirakan cukup luas dengan daerah konservasi laut seluas 1,2 juta ha. Adapun kondisi mangrove di Kepulauan Derawan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Kondisi Mangrove di Kepulauan Derawan

No	Spesies	Nama Pulau			
		Derawan	Maratua	Kakaban	Sangalaki
1.	<i>Acanthus ilicifolius</i>	-	+	-	-
2.	<i>Acrosticum aureum</i>	-	+	+	-
3.	<i>Aegiceras floridum</i>	-	+	-	-
4.	<i>Bruguiera cylindrica</i>	-	+	-	-
5.	<i>Bruguiera gimnorrhiza</i>	-	+	+	-
6.	<i>Calophyllum inophyllum</i>	+	-	+	+
7.	<i>Canavalia maritima</i>	+	-	-	-
8.	<i>Derris trifoliata</i>	-	+	+	-
9.	<i>Derris trifoliata</i> (Fabaceae)	+	+	+	+
10.	<i>Terminalia catappa</i>	+	+	+	+
11.	<i>Rhizophora stylosa</i>	-	-	+	-
12.	<i>Rhizophora mucronata</i>	-	+	-	+
13.	<i>Nypa fruticans</i>	+	+	+	+
14.	<i>Sonneratia alba</i>	-	+	-	+
15.	<i>Heritiera littoralis</i>	+	+	-	+
16.	<i>Excoecaria agallocha</i>	-	+	+	-

Sumber : Stanley, et al. (2004)



Gambar 7. Jenis Mangrove yang Terdapat di Kepulauan Derawan (a) *Rizophora mucronata* (b) *Rhizophora stylosa* (c) *Sonneritia alba*
Sumber : Adi, et al. (2015)

e. Biota Lainnya

Keberadaan Kepulauan Derawan selain dengan biodeversitas ekosistem terumbu karang yang tinggi, salah satu keunikan dan menjadi daya tarik wisata di Kepulauan Derawan adalah terdapatnya biota langka yang dilindungi seperti Pari Manta, Hiu Paus, Penyu, dan Ubur-ubur endemic jenis *Cassiopea* yang tidak memiliki sengat. Adapun biota unggulan yang dapat ditemui di Kepulauan Derawan dapat dilihat dalam Tabel 9.

Tabel 9. Biota Kepulauan Derawan

No	Nama Spesies	Gambar	Habitat
1.	<i>Mistigias papua</i> , <i>Aurelia aurita</i> , <i>Cubozon</i> <i>Tripedalia</i> <i>cystophora</i>	 (Google Image, 2016)	Pulau kakaban
2.	Pari Manta (<i>Manta birostris</i>)	 (Ilham, 2014)	Pulau Maratua

(Lanjutan Tabel 9)

3.	Penyu Hijau (<i>Chelonia mydas</i>)	 (Ilham, 2014)	Pulau Maratua, Sangalaki, dan Derawan
4.	Hiu Paus (<i>Rhincodon typus</i>)	 (Google Image, 2016)	Pulau Maratua, Sangalaki, dan Derawa

Sumber: Data Diolah (2016)

5.1.3 Potensi Wisata Bahari

Kepulauan Derawan biasa dikenal dengan Obyek Wisata Bahari Kawasan taman Laut Derawan. Kepulauan Derawan merupakan bagian dari Ekoregion Laut Sulu-Sulawesi yang melintasi Indonesia, Malaysia dan Filipina. Ekoregion ini terletak dipusat Kawasan Segitiga karang dunia dengan keanekaragaman hayati karang tertinggi didunia. Segitiga Terumbu Karang ini disebut juga “*The Coral Triangle*” karena menjadi episenter kehidupan laut yang memiliki keragaman jenis biota laut. Terumbu karang dikawasan ini mencakup 53% terumbu karang dunia. Bahkan berdasarkan penelitian yang dikembangkan, Kepulauan Derawan merupakan salah satu *Multi Countries Feeding Ground* terpenting didunia (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur, 2016).

a. Pulau Derawan

Pulau Derawan memiliki panorama bawah laut, gradasi permukaan air laut berwarna biru-hijau, dan pantai berpasir putih. Pulau ini terkenal dengan wisata baharinya khususnya aktivitas *diving* dan *snorkeling*. Perairan disekitar Pulau Derawan kaya akan keanekaragaman ikan dan biota laut. Kedalaman sekitar lima meter terdapat beraneka ragam biota laut seperti Cumi-cumi, Lobster, Ikan Pipa,

Gurita, Kuda laut, dan lain-lain. Sedangkan pada kedalaman sepuluh meter terdapat karang yang dikenal dengan “*Blue Trigger Wall*”. Selain itu, keunggulan Pulau Derawan adalah terdapat Penyu Hijau.

Legalitas Pulau Derawan di serahkan kepada Masyarakat dengan dbawah kewenangan administrative Kabupaten Berau. Kemudian di pulau ini terdapat perusahaan swasta PT BMI (Derawan *Dive Resor*)t, resort dengan berstandar internasional dengan fasilitas yang memadai. Resort ini menyediakan fasilitas *cottage, diving, snorkeling, banana boat*, kano, perahu layar, *restaurant*, gazebo, *cafe*, dan tempat bersantai/*sunbathing*. Selain itu, di Pulau Derawan juga tersedia 28 *homestay* yang di kelola oleh penduduk yang biaya sewanya lebih murah.



Gambar 8. Aktivitas Snorkeling di Pulau Derawan
Sumber: Data Primer (2016)

b. Pulau Sangalaki

Pulau Sangalaki memiliki julukan “*The World Capital of Mantas*” karena Pulau Sangalaki merupakan pusat habitat Pari Manta dunia. Penyelaman di Sangalaki terkenal dengan atraksi Pari Mantanya. Selain itu, Pulau Sangalaki juga merupakan taman wisata bahari di Kepulauan Derawan yang menjadi salah satu lokasi tempat bertelur penyu. Di pulau ini terdapat WWF (*World Wil Foundation*) yang bergerak dalam hal konservasi terhadap penyu-penyu tersebut.

Pengelolaan Pulau Sangalaki dilakukan Oleh pemerintah Provinsi yaitu Balai Konservasi dan Sumberdaya Alam (BKSDA) Kalimantan Timur. Kemudian Perusahaan swasta yang berada di Pulau ini adalah PT Sangalaki Manta *Paradise* dengan mengelola *Sangalaki Dive Lodge* (SDL). Resort ini menyediakan fasilitas untuk penyelaman, penginapan, aksesoris dan *restaurant*. Selain itu, wisatawan yang berkunjung dapat mengisi waktu dengan menikmati suasana pantai tropis dan laguna pasir putih.



Gambar 9. Panorama Pulau Sangalaki (a), Kerang kima (b), dan aktivitas penangkaran Penyu (c).

Sumber : Adi, *et al.* (2015)

c. Pulau Kakaban

Pulau Kakaban termasuk kedalam Kecamatan Maratua dan memiliki Legalitas sesuai dengan SK Bupati Berau No. 70 tahun 2004 mengenai penetapan Pulau Kakaban sebagai Kawasan Konservasi Laut Daerah. Pulau Kakaban berbentuk menyerupai angka sembilan dan melingkar dibagian atol sebelah utara berbentuk cincin dan memiliki laguna. Sarana dan prasarana di Pulau Kakaban diantaranya Dermaga, Jembatan, Kantor Pengelola, Tracking Kayu, Gerbang, Toilet, dan Ruang Ganti.

Danau kakaban telah ditetapkan sebagai kawasan warisan dunia (*World Natural Heritage Area*) pada tahun 2004 oleh UNESCO. Pulau ini benar-benar

dilindungi dari kerusakan yang dapat dilakukan oleh manusia. Wisatawan dan masyarakat setempat tidak diperbolehkan untuk menginap di pulau ini.

Pulau Kakaban memiliki danau unik berair payau dimana terdapat 4 spesies ubur-ubur (*jelly fish*) yang tidak memiliki sengat, 8 jenis ikan-ikan kecil, serta biota-biota endemic yang unik. Biota yang terdapat di danau ini terjebak dan mengalami evolusi untuk beradaptasi. Dunia penyelaman telah mengenal beberapa titik penyelaman disekitar Pulau Kakaban, yaitu *Barracuda Point*, *The Drift*, *Cabbage Patch*, *The Wall*, *Blue Light Cave*, *The Plateau*, *Rainbow Run*, *Diver's Delight* dan *The North Face*.



Gambar 10. Wisatawan di Pulau Kakaban
Sumber: Data Primer (2016)

d. Pulau Maratua

Legalitas Pulau Maratua di serahkan kepada Masyarakat dengan dbawah kewenangan administrative Kabupaten Berau. letak pulau ini paling jauh di anantara pulau-pulau lain di Kepulauan Derawan. Daya tarik utama Pulau Maratua selain panorama pantai adalah terdapatnya 6 *dive site* di sekeliling pulau diantaranya *Big Fish Country*, *Shark City*, *Seawall Garden*, *Dolpin Parade*, *Lobster Cave*, dan *Eagle Ray Run*.

Selain itu fasilitas wisata yang ditawarkan di Pulau ini adalah terdapatnya 2 resort dengan standar internasional, yaitu *maratua Paradise resort* dan *Nabucco*

Island Resort. Kedua resort ini menyediakan fasilitas *cottage*, penyelaman, *snorkeling*, *restaurant*, *cafe*, dan tempat bersantai/ *sunbathing*.



Gambar 11. *Cottage Maratua Paradise Resort*
Sumber: Data Primer (2016)

5.2 Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung Pariwisata dan Perikanan Berkelanjutan di Kepulauan Derawan.

Taman Pesisir Kepulauan Derawan (TPKD) merupakan kawasan konservasi pesisir dan pulau-pulau kecil (KKP3K) di Kabupaten Berau sebagai upaya pemerintah Kabupaten dalam mendukung komitmen Pemerintah republik Indonesia untuk melindungi sekaligus menjaga ketersediaan sumberdaya alam pesisir dan laut dengan pemanfaatan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Berau, 2014).

Taman Pesisir Kepulaun Derawan telah ditetapkan melalui SK Bupati Berau No. 516 tahun 2013 tentang yang direvisi dengan SK Bupati Berau No. 202 tahun 2014 pencadangan Kawasan Konservasi Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil sebagai Taman Pesisir Kepulaun Derawan Kabupaten Berau seluas 285.266 Ha.

Taman Pesisir Kepulauan Derawan Kabupaten Berau di bentuk dengan melibatkan masyarakat secara langsung melalui kegiatan konsultasi publik dan pembentukan Daerah Perlindungan Laut atas inisiasi masyarakat dimana Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Berau membentuk tiga tim pengawasan Desa

yang terdiri dari 20 orang nelayan dari Teluk Semanting, Kampung Tanjung Batu, dan Pulau Derawan.

. Saat ini ada 5 daerah Perlindungan Laut di kabupaten Berau yaitu DPL Tababinga kampung Pulau Derawan, DPL Karang Baluntung Kampung Tanjung Batu, DPL karang payung-payung Kampung Payung-Payung, DPL Kampung Biduk-Biduk dan DPL Kampung Batu Putih. Dimana kelima Daerah Perlindungan Laut ini merupakan bagian dari Taman Pesisir Kepulauan Derawan.

Visi Taman Pesisir Kepulauan Derawan adalah “ Terwujudnya Taman Pesisir Kepulauan Derawan yang menjamin kelestarian ekosistem pesisir dan laut guna menunjang pariwisata dan kesejahteraan masyarakat”

Misi Taman Pesisir Kepulaun Derawan adalah :

1. Mengatur tata guna wilayah pesisir dan laut secara efektif dan mengembangkan upaya pemanfaatan sumberdaya di Taman Pesisir Kepulauan Derawan yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan
2. Membangun kapasitas kelembagaan dan fungsi kawasan Taman Pesisir Kepulauan Derawan
3. Menerapkan sistem pengelolaan Taman Pesisir Kepulauan Derawan secara kolaboratif yang melibatkan para pemangku kepentingan
4. Meningkatkan partisipasi masyarakat pesisir dalam rangka mendukung pengelolaan Taman Pesisir Kepulauan Derawan dan pariwisata berkelanjutan untuk kesejahteraan masyarakat.

TPKD memiliki unit pengelola berupa Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD), yang mengelola kawasan TPKD melalui sistem Zonasi yang dapat di lihat dalam Tabel 10.

Tab 10. Sistem Zonasi TPKD

Zona Inti	Zona Pemanfaatan Terbatas		Zona Lainnya
	Sub Zona Pariwisata dan Perikanan Berkelanjutan	Sub Zona Perlindungan dan Ekowisata Mangrove	
Bagian TPKD yang memiliki kondisi alam yang masih dalam keadaan baik di peruntukan bagi perembangbiakan ikan dan biota laut lainnya dengan tujuan sebagai sumber cadangan pangan masyarakat	Bagian TPKD yang berfungsi menjaga keberlangsungan Kehidupan biota laut dan ekosistem pesisir untuk keperluan pariwisata dan kegiatan perikanan yang berkelanjutan, demi menunjang kesejahteraan masyarakat	Bagian TPKD yang berfungsi untuk memastikan perlindungan menyeluruh terhadap ekosistem mangrove yang mendukung penghiduan masyarakat dan kegiatan-kegiatan ekowisata di wilayah tersebut	Bagian TPKD yang dapat dimanfaatkan dengan prinsip ramah lingkungan dan berkelanjutan untuk kegiatan perikanan tradisional, perikanan budidaya, dan perikanan skala menengah dengan pengaturan tertentu.

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Berau (2014)

Adapun pengawasan dan penetapan Taman Pesisir Kepulauan Derawan didukung oleh semua pihak, diantaranya :

1. Masyarakat Kabupaten Berau
2. Pemerintah Kabupaten Berau, terutama Dinas Kelautan dan Perikanan serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
3. Aparat Pemerintah terkait, di tingkat Kabupaten maupun tingkat Kecamatan

5.3 Karakteristik Responden

Salah satu penentuan dalam sebuah keberhasilan perusahaan untuk memasarkan produk barang ataupun jasa adalah kemampuannya menarik konsumen untuk mengkonsumsi atau melakukan pembelian. Seperti halnya perusahaan jasa khususnya dalam bidang pariwisata, kemampuan untuk dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung merupakan hal yang sangat penting. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung, maka semakin besar pula

pendapatan yang diperoleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami karakteristik wisatawan sehingga perusahaan dapat mengambil isyarat-isyarat penting bagaimana melayani serta memenuhi kebutuhan wisatawan.

Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berada di lokasi Kepulauan Derawan khususnya di Pulau Derawan, Maratua, Kakaban, dan Sangalaki dengan batas usia minimal 17 tahun. Karakteristik pengunjung Kepulauan Derawan dapat dilihat dari jenis kelamin, usia, status pernikahan, asal, jenis pekerjaan, pendidikan terakhir serta rata-rata pendapatan per bulan.

5.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini dikelompokkan dalam dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk lebih jelasnya akan disajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	46	63,89
Perempuan	26	36,11
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Berdasarkan Tabel 11, diketahui bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung di wisata bahari Kepulauan Derawan adalah laki laki sebanyak 46 orang atau sebesar 66,67%, dan sisanya perempuan sebanyak 26 orang atau sebesar 33,33%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata wisatawan yang berkunjung pada wisata bahari Kepulauan Derawan didominasi laki-laki jika dibandingkan perempuan.

5.3.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden

Selain jenis kelamin, salah satu kondisi faktor pendorong dalam mengadakan perjalanan wisata adalah usia. Usia dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan keputusan berkunjung bagi wisatawan. Penelitian ini dilakukan pembatasan terhadap usia responden dimana wisatawan yang dijadikan sampel memiliki usia minimal 17 tahun. Hal ini dikarenakan pada batas usia tersebut, mereka dianggap telah mampu menentukan pengambilan keputusan dalam memilih tempat wisata. Hasil tabulasi responden penelitian berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
17-23	24	33,33
24-30	32	44,44
31-37	10	13,89
>37	6	8,33
Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer Diolah (2016)

Berdasarkan Tabel 12 diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar wisatawan Kepulauan Derawan berada pada rentang usia 24 hingga 30 tahun sebanyak 32 orang atau sebesar 44,44 %. Kemudian dengan selisih yang cukup kecil diikuti oleh kelompok usia 17 hingga 23 tahun sebanyak 24 orang atau sebesar 33,33 %. Hal ini menunjukkan bahwa pada usia tersebut mayoritas pengunjung wisata lebih banyak dikunjungi oleh kalangan muda dan mengindikasikan bahwa kalangan muda lebih banyak mengunjungi tempat wisata bahari untuk menghabiskan waktu liburan.

5.3.3 Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan Responden

Status pernikahan menunjukkan apakah seseorang sudah menikah atau belum. Wisatawan yang telah menikah atau berkeluarga cenderung memiliki

potensi yang cukup besar untuk melakukan kunjungan beserta dengan anggota keluarganya. Sedangkan wisatawan yang belum menikah biasanya melakukan kunjungan wisata dengan teman, kerabat, atau kekasih. Penelitian ini memilih karakteristik responden berdasarkan status pernikahan yang dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Status Pernikahan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Menikah	31	43,06
Belum Menikah	41	56,94
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Berdasarkan tabel 13 diatas, diketahui bahwa wisatawan yang mengunjungi wisata bahari Kepulauan Derawan sebagian besar belum menikah sebanyak 41 orang atau sebesar 56,94 %. Kemudian dengan selisih yang cukup kecil diikuti oleh wisatawan yang telah menikah sebanyak 31 orang atau sebesar 43,06 %.

5.3.4 Karakteristik Berdasarkan Asal Kedatangan Responden

Berdasarkan asal kedatangan, wisatawan yang berkunjung pada wisata bahari Kepulauan Derawan cukup beragam tidak hanya berasal dari daerah lokal Kabupaten Berau, melainkan berasal dari luar Kabupaten yang termasuk ke dalam wilayah Kalimantan dan luar pulau Kalimantan. Sebagian besar dari wisatawan berasal dari Jakarta sebanyak 23 orang atau sebesar 31,94 %, kemudian diikuti oleh wisatawan dari Berau sebanyak 20 orang atau sebesar 27,78 %. Kemudian wisatawan dengan asal kedatangan paling kecil dengan persentase sebesar 1,39 % adalah Balikpapan, Bontang, Madiun, Malang, Pekanbaru, Surabaya, dan Tarakan. Secara lebih terperinci, sebaran karakteristik responden berdasarkan asal kedatangan dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Distribusi Responden Berdasarkan Asal Kedatangan

Asal Kedatangi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase
		(%)
Berau	20	27,78
Balikpapan	1	1,39
Banjarmasin	2	2,78
Bontang	1	1,39
Jakarta	23	31,94
Madiun	1	1,39
Malang	1	1,39
Malinau	1	1,39
Palembang	4	5,56
Pekanbaru	1	1,39
Pontianak	4	5,56
Samarinda	7	9,72
Sangatta	2	2,78
Surabaya	1	1,39
Tangerang	2	2,78
Tarakan	1	1,39
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Berdasarkan informasi pada Tabel 14, asal kedatangan wisatawan yang berkunjung di Kepulauan Derawan adalah bervariasi dan tidak hanya berasal dari Kabupaten Berau. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan wisata bahari Kepulauan Derawan dikenal secara luas di tingkat nasional. Informasi dan promosi yang tersebar luas mengenai wisata bahari Kepulauan Derawan menyebabkan wisatawan dari luar daerah banyak yang berkunjung.

5.3.5 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat pendidikan seseorang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk baik barang maupun jasa. Cara berfikir, cara pandang, dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya. Selain itu ketanggapan terhadap suatu informasi dipengaruhi oleh

tingkat pendidikan. Semakin baik tingkat pendidikan seseorang maka semakin tanggap terhadap informasi. Semakin banyak informasi yang diperoleh pengunjung maka semakin besar pengaruhnya dalam pemilihan tempat wisata yang akan dikunjungi. Untuk melihat lebih jelas mengenai tingkat pendidikan terakhir wisatawan yang berkunjung pada wisata bahari Kepulauan derawan dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Status Pernikahan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
SMP	1	1,39
SMA	31	43,06
Diploma	3	4,17
Sarjana (S1)	34	47,22
Pascasarjana (S2,S3)	4	5,56
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Berdasarkan Tabel 15 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung pada wisata bahari Kepulauan derawan berada pada jenjang S1 sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 47,22 %. Jumlah terbesar kedua dengan tingkat pendidikan terakhir adalah SMA sebanyak 31 orang dengan persentase 43,06%. Persentase terendah adalah wisatawan dengan pendidikan SMP sebanyak 1 orang atau sebesar 1,39 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung pada wisata bahari Kepulauan Derawan mempunyai pendidikan yang cukup tinggi. Wisatawan yang mempunyai pendidikan cukup tinggi akan selektif dalam memilih tempat wisata yang sesuai dengan keinginannya.

5.3.6 Karakteristik Berdasarkan jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan memiliki pengaruh yang besar dalam pengambilan sebuah keputusan seseorang. Pekerjaan juga dapat mempengaruhi seseorang dalam

menentukan tempat tujuan lokasi wisata. Rangkuman karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Mahasiswa	16	22,22
Pegawai Swasta	29	40,28
Wiraswasta	5	6,94
Pegawai Negeri Sipil	14	19,44
Lainnya	9	12,5
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Tabel 16 diatas menerangkan bahwa responden memiliki keanekaragaman pekerjaan seperti mahasiswa, pegawai swasta, wiraswasta, pegawai negeri sipil, serta beberapa jenis pekerjaan lain yang memiliki persentase kecil seperti ibu rumah tangga, honorer, dan pegawai BUMN. Responden penelitian sebagian besar terdiri atas pegawai swasta sebanyak 29 orang atau sebesar 38,89 %. Hal ini menunjukkan bahwa kategori pegawai swasta menyadari akan pentingnya keseimbangan hidup antara bekerja dan berwisata.

5.1.7 Karakteristik Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Berbulan

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rata-rata pendapatan per bulan responden. Semakin tinggi pendapatan maka semakin besar pula daya beli konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Bila responden telah berkeluarga, maka besarnya pendapatan adalah pendapatan perbulan suami, sedangkan bagi kalangan mahasiswa adalah besarnya uang saku perbulan yang diterima dari orang tua. Menurut Kasali (1998) dalam Rahayu (2006), pembagian kelas sosial ekonomi di Indonesia sering dikelompokkan menjadi lima kriteria, diantaranya Kelas A+ (> Rp. 5.000.000) atau dinamakan kelas atas, kelas A (Rp.3.500.000 – Rp.5.000.000) atau kelas atas bagian bawah, kelas B+ (Rp.2.350.000- Rp.3.500.000) untuk kelas menengah bagian atas, kelas B

(Rp.500.000-Rp.2.350.000)atau kelas menengah bawah, kelas C+ (Rp.200.000,- Rp.500.000) atau kelas bawah bagian atas, dan terakhir kelas bawah bagian bawah yang tergolong ke dalam kelas C (< Rp. 200.000).

Pembagian kelas sosial ini biasanya disertai dengan pengelompokkan berdasarkan daya beli atau penghasilan seseorang yang disandang oleh masing-masing kelas. Dalam penelitian ini kelas C adalah golongan kelas dengan rentang pendapatan kurang dari Rp. 999.999, kelas C+ dengan rentang pendapatan Rp.1.000.000 - Rp.1.999.999 , rentang pendapatan Rp.2.000.000 – Rp. 2.999.999 termasuk ke dalam kelas B. Selanjutnya kelas B+ memiliki rentang pendapatan Rp.3.000.000 - Rp.3.999.999 , kelas A dengan rentang pendapatan Rp. 4.000.000 – Rp. 4999.999 dan terakhir adalah rentang pendapatan lebih dari Rp. 5.000.000 yang termasuk ke dalam kelas A+.

Tabel 17. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Perbulan

Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
≤ 999.999	3	4,17
1.000.000 - 1.999.999	9	12,5
2.000.000 - 2.999.999	17	23,61
3.000.000 - 3.999.999	9	12,5
4.000.000 – 4.999.999	5	6,94
≥ 5.000.000	29	40,28
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Sebagian besar Wisatawan termasuk ke dalam kelas A+ atau kalangan Kelas atas yaitu dengan pendapatan antara lebih dari Rp. 5.000.000 sebesar 29 orang atau dengan persentase 40.28%. Secara lebih terperinci karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel 17.

5.4. Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung

5.4.1. Pengenalan Kebutuhan

Proses Pengambilan keputusan konsumen terhadap produk atau jasa diawali dengan tahap pengenalan Kebutuhan, dimana konsumen melakukan proses pengenalan terhadap produk atau jasa yang mereka butuhkan hingga alasan yang mendorong mereka dalam mengonsumsi produk atau jasa tersebut. Menganalisis tahap pengenalan kebutuhan dalam proses pengambilan keputusan oleh wisatawan yang berkunjung di Kepulauan Derawan dilakukan dengan memberikan pertanyaan mengenai tujuan utama berkunjung dan manfaat utama apa yang dicari dari kegiatan berwisata di Kepulauan Derawan.

Tujuan utama wisatawan yang berkunjung di Kepulauan Derawan adalah untuk menikmati keindahan alam yaitu sebesar 44,44%. Tujuan utama wisatawan ini dapat memberikan ketenangan dan dapat menghilangkan kepenatan dari aktivitas rutin yang biasa dikerjakan.

Tujuan kedua terbanyak adalah melakukan kunjungan wisata di Kepulauan Derawan yaitu rekreasi sebesar 34,72%. Menurut Rahayu (2006), rekreasi adalah suatu istilah yang mempunyai makna kata sama dengan memanfaatkan waktu luang yang meliputi semua kegiatan yang berlangsung dan dapat muncul pada saat luang. Manfaat dari rekreasi adalah menambah pengalaman seseorang dengan inspirasi dan emosi setelah melakukan kegiatan tersebut. Sedangkan menikmati pemandangan alam adalah menikmati sebagian atau keseluruhan alam, baik sebagai gambaran keadaan setempat maupun sebagai motif pernyataan seni pribadi. Tujuan wisatawan lainnya dapat dilihat dalam Tabel 18.

Tabel 18. Tujuan Utama Berkunjung di Kepulauan Derawan

Tujuan Utama	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Menikmati Keindahan Alam	32	44,44
Menikmati Flora dan Fauna	2	2,78
Mengisi Waktu Luang	3	4,17
Rekreasi	25	34,72
Fotografi	5	6,94
Olahraga	1	1,39
Lainnya	4	5,56
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Tabel 19 menunjukkan bahwa sebesar 83,33% manfaat yang dicari ketika berwisata di Kepulauan Derawan adalah hiburan dan *refreshing*. Hal tersebut merupakan manfaat tertinggi dikarenakan wisatawan Kepulauan Derawan rata-rata merupakan karyawan swasta dan mahasiswa sehingga membutuhkan keseimbangan antara rutinitas dengan hiburan dan *refreshing* untuk menghindari stres. Menurut Antariksa (2013), wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata bertujuan untuk menghilangkan stres (kesehatan tubuh dan pikiran). Hal tersebut dilakukan dengan mengunjungi lingkungan yang berbeda dengan rutinitas sehari-hari.

Disamping itu, sebesar 13,89 % wisatawan mencari manfaat berkunjung di Kepulauan Derawan untuk menambah pengetahuan. Motivasi yang berkaitan dengan manfaat dalam menambah pengetahuan adalah rasa ingin tahu wisatawan terhadap destinasi pariwisata Kepulauan Derawan dari segi keunikan flora-fauna, Pantai, gugusan pulau, kebudayaan dan daya tarik lainnya. Berdasarkan kombinasi antara motivasi dan manfaat berwisata, maka dapat diambil kesimpulan bahwa belajar dan menambah pengetahuan mengenai wisata bahari telah menjadi kebutuhan bagi wisatawan. Tingginya tingkat pendidikan wisatawan menjadikan mereka membutuhkan suatu hiburan yang tidak hanya menarik tetapi juga menambah pengetahuan. Selanjutnya wisatawan mencari manfaat berwisata di Kepulauan Derawan untuk kesehatan dan Lainnya memiliki jumlah persentase

yang sama yaitu sebesar 1,39 %. Tidak terdapat wisatawan yang mencari manfaat berwisata untuk status sosial. Tabel 19 menampilkan manfaat wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata bahari di Kepulauan Derawan.

Tabel 19. Manfaat Berkunjung di Kepulauan Derawan

Manfaat yang Dicari	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Status Sosial	0	0
Kesehatan	1	1,39
Menambah Pengetahuan	10	13,89
Hiburan dan Refreshing	60	83,33
Lainnya	1	1,39
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

5.4.2 Pencarian Informasi

Setelah wisatawan melihat bahwa kebutuhannya dapat terpenuhi dengan membeli atau mengonsumsi barang maupun jasa, maka wisatawan mulai melakukan proses pencarian dalam pemenuhan kebutuhannya. Informasi yang diperoleh dapat berasal dari eskternal (informasi luar) maupun internal (ingatan). dalam tahap ini, media yang menjadi faktor penting didalam sumber informasi wisata bahari Kepulauan Derawan untuk mempengaruhi informasi konsumen untuk berkunjung di Kepulauan Derawan. Pada tahap ini dianalisis menggunakan pertanyaan dari mana sumber informasi dan fokus perhatian terhadap Kepulauan Derawan.

Berdasarkan Tabel 20 dapat dilihat bahwa sebesar 44,44% wisatawan memperoleh informasi mengenai wisata bahari Kepulauan Derawan dari sumber Keluarga dan teman. Sumber tersebut termasuk kedalam penyampaian informasi wisata melalui *word of moth* (mulut ke mulut) dan salah satu media promosi yang sangat efektif. Kemudian diikuti oleh wisatawan yang memperoleh informasi melalui Jejaring sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter sebesar 30,56 %. Kemudian sumber infomasi terendah adalah papan reklame yaitu sebesar 2,78%.

Adapun sumber informasi wisatawan mengenai Kepulauan Derawan lebih rinci dapat dilihat dalam Tabel 20.

Tabel 20. Sumber Informasi Wisatawan Mengenai Kepulauan Derawan

Sumber Informasi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Media Elektronik	3	4,17
Media Massa	5	6,94
Keluarga atau Teman	32	44,44
Jejaring Sosial	22	30,56
Papan Reklame	2	2,78
Lainnya	8	11,11
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Hal yang menjadi perhatian utama dari promosi yang didapatkan wisatawan di Kepulauan Derawan adalah wisata bahari yang menyuguhkan pemandangan pantai yaitu sebesar 41,67 %. Pantai di Kepulauan derawan memiliki pasir putih dengan dua tipe yaitu kasar yang tersusun oleh fragmen-fragmen karang dan tipe halus karena pengendapan pasir oleh gelombang. Selain itu, gradasi warna laut Hijau-biru membuat pantai di Kepulauan Derawan memiliki daya tarik wisata. Kemudian fokus utama wisatawan terhadap promosi wisata bahari Kepulauan Derawan adalah pemandangan taman bawah lautnya yaitu sebesar 33,33 %. Tabel 21 menyajikan hal yang menjadi fokus perhatian utama wisatawan terhadap Kepulauan Derawan secara terperinci.

Tabel 21. Fokus Utama Wisatawan dalam Promosi Kepulauan Derawan

Sumber Informasi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Pemandangan Pantai	30	41,67
Pemandangan Taman Bawah Laut	24	33,33
Flora dan Fauna	10	13,89
Fasilitas	0	0,00
Tempat Konservasi	7	9,72
Harga	1	1,39
Jumlah	72	

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

5.4.3 Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif merupakan tahap ketiga dari analisis proses pengambilan keputusan kunjungan wisatawan di Kepulauan Derawan. Pada tahap ini wisatawan melakukan evaluasi mengenai wisata yang akan diinginkannya. Selain itu, pada proses evaluasi alternatif sebelum melakukan kunjungan wisatawan melakukan perbandingan terhadap pilihan yang dapat memecahkan masalah dengan berbagai pertimbangan kriteria sehingga memutuskan memilih objek wisata yang akan dikunjungi.

Tabel 22 memperlihatkan sebesar 51,39% wisatawan di Kepulauan Derawan mempertimbangkan keindahan alam sebagai faktor utama dalam memilih suatu objek wisata bahari. *Trend* dan fasilitas yang ditawarkan memiliki jumlah terendah yang sama mengenai pemilihan pertimbangan utama yaitu sebesar 2,78 %. Keterangan lebih lanjut mengenai pertimbangan utama wisatawan untuk berkunjung di Kepulauan Derawan dapat dilihat secara terperinci pada Tabel 22.

Tabel 22. Pertimbangan Utama dalam Memilih Wisata Bahari Kepulauan Derawan

Pertimbangan Utama	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Lokasi yang Mudah Dijangkau	5	6,94
Harga	4	5,56
Keindahan Alam	35	51,39
Trend	2	2,78
Fasilitas yang Ditawarkan Banyak	2	2,78
Tempat yang Belum Pernah Dikunjungi	20	30,56
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Berdasarkan Tabel 22, wisatawan yang memilih Kepulauan Derawan sebagai prioritas utama jika dihadapkan pada berbagai pilihan objek wisata bahari di Indonesia adalah sebesar 91,67 %. Hal ini menunjukkan bahwa wisata bahari Kepulauan Derawan memiliki daya tarik bagi pengunjungnya. Selisih untuk

wisatawan yang tidak memilih wisata bahari Kepulauan Derawan sebagai pilihan untuk berwisata di Kepulauan Derawan terpaut jauh yaitu sebesar 8,33%.

Tabel 23. Prioritas Utama Wisatawan Kepulauan Derawan Sebagai Pilihan Wisata Bahari

Prioritas Utama	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Ya	66	91,67
Tidak	6	8,33
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

5.4.4 Keputusan Berkunjung

Komponen keputusan berkunjung terdiri dari alasan berkunjung, cara memutuskan untuk berkunjung, sumber utama yang mempengaruhi dalam berkunjung, kelancaran arus lalu lintas, alat transportasi yang digunakan, dermaga pemberangkatan, teman berkunjung, frekuensi berkunjung, biaya yang dikeluarkan selama berkunjung, objek wisata yang dikunjungi, dan kegiatan wisata bahari yang dilakukan selama berkunjung.

Tabel 24 menunjukkan bahwa wisatawan memutuskan untuk berkunjung ke Kepulauan Derawan dengan alasan Keindahan dan Keunikan Pantai, Flora, dan faunanya yaitu sebesar 47,27%. Tabel 24 memperlihatkan alasan wisatawan memutuskan berkunjung di Kepulauan Derawan pertama kali.

Tabel 24. Alasan Berkunjung di Kepulauan Derawan

Alasan Berkunjung Pertama Kali	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Dekat dengan Tempat Tinggal	6	8,33
Objek Wisata Terkenal	15	20,33
Keindahan dan Keunikan Pantai, Flora, dan Fauna	46	63,89
Fasilitas yang Ditawarkan Banyak	1	1,39
Aksesabilitas	3	4,17
Lainnya	1	1,39
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Sebagian besar wisatawan di Kepulauan Derawan menyatakan bahwa keputusan berkunjung pada wisata bahari Kepulauan Derawan dilakukan secara terencana yaitu sebesar 51%. Sebaran cara memutuskan untuk berwisata di Kepulauan Derawan dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 25. Cara Memutuskan Berkunjung di Kepulauan Derawan

Cara Memutuskan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Terencana	51	70,83
Mendadak	21	29,17
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Tabel 26 menjelaskan bahwa sebesar 49,09% yang paling mempengaruhi wisatawan dalam memutuskan berkunjung pada wisata bahari Kepulauan Derawan adalah teman. Dari data ini dapat dilihat bahwa cara promosi melalui *word of mouth* adalah salah satu cara yang efektif. Selanjutnya diikuti oleh pengaruh diri sendiri sebesar 36,11%. Sumber utama yang mempengaruhi wisatawan dalam melakukan kunjungan paling kecil adalah media massa. Hal ini menjadi pertimbangan pihak terkait dalam mempromosikan wisata Kepulauan Derawan agar memilih media yang paling tepat di dalam mempromosikan Kepulauan Derawan kepada publik. Secara lebih terperinci sebaran data tersebut dapat dilihat pada Tabel 26.

Tabel 26. Sumber Utama Mempengaruhi untuk Berkunjung Ke Kepulauan Derawan

Yang Mempengaruhi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Diri Sendiri	26	36,11
Teman	29	40,28
Media Elektronik	2	2,78
Media Sosial	9	12,50
Media Massa	1	1,39
Lainnya	5	6,94
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung di Kepulauan Derawan adalah arus lalu lintas. Berdasarkan data yang diperoleh, sebesar 63,89% wisatawan terpengaruh dengan kondisi arus lalu lintas untuk menuju lokasi wisata Kepulauan Derawan. Kondisi lalu lintas yang menghambat wisatawan untuk menuju Kepulauan Derawan sering dihadapi adalah gelombang dan jalanan rusak. Ketika pada musim penghujan (Oktober-Mei) mengakibatkan gelombang tinggi yang mengakibatkan wisatawan ragu-ragu untuk melakukan jelajah pulau di Kepulauan Derawan. Menurut Stanley, *et al.* (2004), Kondisi gelombang juga dipengaruhi Faktor oseanografi yaitu pergerakan arus musiman yang melewati Selat Makasar yaitu Arus Lintas Indonesia (Arlindo) dari Samudra Pasifik Menuju Samudra Hindia dan Arah angin di kawasan Kepulauan Derawan akan mengikuti musim yang ada di Indonesia, yaitu musim barat dan musim timur. Kecepatan angin terendah di Kepulauan Derawan terjadi pada bulan Oktober dan November yang mencapai 4,3 knot dengan arah rata-rata 330°. Kecepatan angin maksimum terjadi pada bulan Juli dan Agustus dengan arah 270°.

Tabel 27. Tanggapan Pengunjung Kelancaran Arus Lalu Lintas

Mempengaruhi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Ya	46	63,89
Tidak	26	36,11
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Tabel 28 memperlihatkan alat transportasi yang digunakan oleh wisatawan menuju Dermaga pemberangkatan ke Kepulauan Derawan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar pengunjung menggunakan jasa Mobil travel untuk menuju lokasi dermaga sebesar 61,11%. Selain menggunakan jasa mobil travel, transportasi terbanyak kedua yang digunakan adalah mobil pribadi yaitu sebesar 18,06%. Data selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 28.

Tabel 28. Alat Transportasi yang Digunakan Wisatawan Menuju Dermaga

Alat Transportasi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Sepeda Motor	10	13,89
Mobil Pribadi	13	18,06
Travel	44	61,11
Lainnya	5	6,94
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Sebesar 73,61 % wisatawan di Kepulauan Derawan menginformasikan bahwa tempat pemberangkatan dermaga untuk menuju lokasi Kepulauan Derawan adalah dari dermaga Tanjung Batu, Kabupaten Berau 73,61%. Dari hasil ini dapat menjadi masukan kepada para instansi dan pengelola Kepulauan Derawan agar menjadikan pemberangkatan awal menjadi satu pintu. Sehingga distribusi dari wisatawan yang berkunjung dapat dimasukan di Kabupaten Berau untuk pengembangan dermaga dan wisata khususnya di Kepulauan Derawan. Sebaran tempat pemberangkatan dermaga untuk menuju lokasi wisata di Kepulauan Derawan dapat dilihat pada tabel 28.

Tabel 29. Tempat Pemberangkatan Dermaga Menuju Kepulauan Derawan

Dermaga	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
(Tanjung Batu) Berau	53	73,61
Tarakan	19	26,39
Jumlah		

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Tabel 30 menunjukkan bahwa sebesar 72,77% wisatawan mengunjungi Kepulauan Derawan bersama teman-temannya. Jika dilihat dari jenis wisatanya, wisata bahari Kepulauan Derawan termasuk ke dalam jenis wisata masal dimana sebagian besar pengunjung yang datang lebih dari satu orang. Hal ini merupakan alasan mengapa sebagian besar pengunjung cenderung datang disertai dengan teman. Selain bersama teman, sebesar 16,67 % wisatawan bersama dengan

keluarga. Secara lebih terperinci sebaran data mengenai teman berkunjung di Kepulauan Derawan dapat dilihat pada Tabel 30.

Tabel 30. Teman Berkunjung ke Kepulauan Derawan

Teman Berkunjung	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Keluarga	12	16,67
Teman	52	72,77
Sendiri	1	1,39
Pasangan	6	8,33
Lainnya	1	1,39
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Berdasarkan Tabel 31, sebesar 69,44% wisatawan yang berkunjung pada wisata bahari Kepulauan Derawan adalah untuk pertama kalinya. Sehingga pihak pengelola dan instansi terkait bekerjasama dalam menjaga keindahan alam serta melengkapi sarana dan prasarana penunjang. Hal ini disebabkan karena wisatawan yang datang pertama merupakan calon media promosi bagi Kepulauan Derawan sebagai wisata bahari di Indonesia, jika puas selama melakukan kegiatan maka mereka akan menginformasikan teman atau keluarga mereka dan melakukan kunjungan ulang. Secara lebih terperinci sebaran data mengenai frekuensi berkunjung di Kepulauan Derawan dapat dilihat pada Tabel 31.

Tabel 31. Frekuensi Berkunjung Ke Kepulauan Derawan

Frekuensi Berkunjung	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Pertama Kali	50	69,44
2 Kali	5	6,94
3 Kali	1	1,39
4 Kali	3	4,17
Lebih Dari 4 Kali	13	18,06
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Dilihat dari besarnya pengeluaran selama berwisata di Kepulauan Derawan, sebesar 33,33% wisatawan menghabiskan uangnya antara

Rp.2.000.000 – Rp.4.000.000 dan hanya 9,72% wisatawan menghabiskan uangnya kurang dari Rp 500.000.

Tabel 32. Biaya Selama Berkunjung di Kepulauan Derawan

Pengeluaran Berwisata (Rp)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
≤ 500.000	7	9,72
500.000– 1.000.000	12	16,67
1.000.000 – 2.000.000	16	22,22
2.000.000 – 4.000.000	24	33,33
≥ 4.000.000	13	18,06
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Penelitian mengenai objek wisata yang dikunjungi wisatawan selama berada di Kepulauan Derawan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada 72 wisatawan dengan menjawab pertanyaan lebih dari satu. Tabel 32 menyebutkan bahwa objek wisata yang paling diminati oleh wisatawan adalah pantai. Kemudian diurutkan kedua adalah flora dan faun, ketiga taman bawah laut, dan terakhir adalah tempat konservasi penyu. Sebaran data objek wisata yang menjadi favorit di Kepulauan Derawan dapat dilihat pada Tabel 33.

Tabel 33. Objek Wisata Bahari yang Dikunjungi Selama di Kepulauan Derawan

Objek Wisata Bahari	Jumlah Responden (Orang)
Pantai	48
Flora dan Fauna	31
Taman Bawah Laut	30
Tempat Konservasi Penyu	16

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Pulau dengan destinasi pulau favorit di Kepulauan Derawan adalah Pulau Derawan. Pulau Derawan memiliki sarana dan prasarana yang lengkap jika dibandingkan pulau yang lain. Selain itu, Pulau Derawan memiliki jarak yang paling dekat dengan Dermaga Tanjung Batu. Sebaran data objek wisata yang menjadi favorit di Kepulauan Derawan dapat dilihat pada Tabel 34.

Tabel 34. Pulau yang Dikunjungi Selama di Kepulauan Derawan

Nama Pulau	Jumlah Responden (Orang)
Derawan	66
Sangkalaki	41
Kakaban	41
Maratua	38

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan selama berkunjung di Kepulauan Derawan beraneka ragam. Diantaranya *Snorkeling, diving*, berenang, fotografi, dan memancing. Sebesar 36,11% *snorkeling dan diving* merupakan jenis kegiatan wisata bahari yang paling banyak digemari oleh wisatawan. Kegiatan lain yang digemari wisatawan dapat dilihat pada Tabel 35.

Tabel 35. Kegiatan Wisata yang Dilakukan Wisatawan di Kepulauan Derawan

Pulau yang Dikunjungi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
<i>Snorkeling, Diving</i>	26	36,11
Jelajah Pulau	16	22,22
Bermain Air dan Berenang	21	29,17
Fotografi	7	9,72
Memancing	2	2,78
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

5.4.5 Evaluasi Pasca Berkunjung

Pada tahap pasca pembelian konsumen akan mengevaluasi alternatif setelah melakukan pembelian. Keyakinan dan sikap yang terbentuk pada tahap ini dapat langsung mempengaruhi niat pembelian masa datang, komunikasi lisan dan perilaku keluhan. Hasil dari evaluasi pasca pembelian adalah perasaan puas atau tidak puas setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa (Fitriyana,2009). Adapun proses dalam evaluasi pasca berkunjung yang dianalisis dalam penelitian ini adalah mengenai tingkat kesukaan dan kepuasan setelah melakukan kunjungan, niat untuk merekomendasikan serta mempromosikan wisata bahari Kepulauan Derawan kepada orang lain.

Tabel 36 menjelaskan bahwa sebagian besar wisatawan yang datang berkunjung sangat menyukai wisata bahari Kepulauan Derawan yaitu sebesar 52,78%, kemudian wisatawan yang berpendapat suka sebesar 43,06 % dan wisatawan yang merasa biasa saja sebesar 4,17%. Tabel 36 menunjukkan tingkat kesukaan wisatawan terhadap wisata bahari Kepulauan Derawan.

Tabel 36. Tingkat Kesukaan Wisatawan Terhadap Kepulauan Derawan

Tingkat Kesukaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Sangat Suka	38	52,78
Suka	31	43,06
Biasa Saja	3	4,17
Tidak Suka	0	0
Sangat Tidak Suka	0	0
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Setelah melakukan kunjungan ke tempat wisata maka akan timbul sikap tertentu yang akan berpengaruh terhadap pembelian jasa wisata selanjutnya. Sikap tersebut dapat dilihat melalui tingkat kepuasan yang mereka rasakan setelah melakukan wisata (Fitriyana, 2009). Tabel 37 menunjukkan tingkat kepuasan wisatawan bahwa sebagian besar wisatawan merasa puas setelah berwisata di Kepulauan Derawan yaitu sebesar 52,78%. Sementara 44,44% wisatawan sangat puas dan wisatawan yang merasa biasa saja setelah berwisata di Kepulauan Derawan adalah sebesar 2,78%. Kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengunjungi tempat wisata akan mempengaruhi perilaku wisatawan selanjutnya. Kepuasan akan mendorong wisatawan dalam melakukan kunjungan ulang atau merekomendasikan ke teman atau keluarganya. Sedangkan perasaan tidak puas akan menyebabkan wisatawan kecewa terhadap wisata yang dikunjungi. Tingkat kepuasan wisatawan dapat dilihat pada Tabel 37.

Tabel 37. Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Kepulauan Derawan

Tingkat Kepuasan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Sangat Puas	32	44,44
Puas	38	52,78
Biasa Saja	2	2,78
Tidak Puas	0	0
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Berdasarkan data pada Tabel 38 seluruh dari wisatawan Kepulauan Derawan akan menyarankan untuk berkunjung serta mempromosikan wisata bahari Kepulauan derawan kepada orang lain yaitu sebesar 100%. Hal ini memberikan dampak positif bagi Kepulauan Derawan karena apabila mereka bersedia untuk mempromosikannya kepada orang lain maka wisatawan yang hendak berwisata di Kepulauan Derawan akan semakin banyak. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pengelola untuk mempromosikan wisata bahari Kepulauan Derawan adalah dengan memberikan *leaflet* kepada wisatawan yang berkunjung mengenai informasi tentang keunggulan objek wisata bahari Kepulauan Derawan. Dengan cara ini diharapkan wisatawan yang datang akan menginformasikan Kepulauan Derawan kepada temannya sehingga mereka akan tertarik untuk berkunjung.

Tabel 38. Kesiediaan Wisatawan untuk Menyarankan Berkunjung dan Mepromosikan Kepulauan Derawan Kepada Orang Lain

Kesiediaan Wisatawan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Ya	72	100
Tidak	0	0
Jumlah	72	100

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Secara keseluruhan tahap proses pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung pada wisata bahari Kepulauan Derawan dapat dilihat pada Tabel 39.

Tabel 39. Hasil Rekapitulasi Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung

Tahap	Hasil
1. Pengenalan Kebutuhan - Tujuan utama berkunjung - Manfaat Berkunjung	- Menikmati Keindahan Alam (44,44%) - Hiburan dan Refreshing (83,33%)
2. Pencarian Informasi - Sumber informasi Wisatawan - Fokus perhatian Wisatawan dalam promosi Kepulauan Derawan	- Keluarga atau Teman (44,44%) - Pemandangan Pantai (41,67%)
3. Evaluasi Alternatif - Pertimbangan utama berkunjung - Prioritas utama wisatawan sebagai pilihan wisata bahari	- Keindahan Alam (51,39) - Ya (91,67%)
4. Keputusan Berkunjung - Alasan berkunjung - Cara memutuskan berkunjung - Sumber yang mempengaruhi Wisatawan - Pengaruh Kelancaran Arus Lalu Lintas - Alat Transportasi - Dermaga keberangkatan - Teman berkunjung ke Kepulauan Derawan - Frekuensi berkunjung - Biaya selama berkunjung - Objek yang dikunjungi - Pulau destinasi Favorit - Kegiatan wisata Bahari	- Keindahan dan Keunikan Pantai (63,89 %) - Terencana (70,83%) - Teman (40,28%) - Ya (63,89%) - Travel (61,11%) - Tanjung Batu (Berau) (73,61%) - Bersama Teman (72,22%) - Pertama kali (69,44%) - Rp. 2000.000 – Rp. 4000.000 (33,33%) - Pantai - Derawan - Snorkeling dan Diving (36,11%)
5. Pasca Berkunjung - Tingkat kesukaan - Tingkat kepuasan - Kesediaan konsumen untuk mempromosikan Kepulauan Derawan	- Sangat Suka (52,78%) - Puas (52,78%) - Ya (100%)

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

5.5 Analisis Variabel Wisata yang Mempengaruhi Preferensi Wisatawan

Analisis preferensi wisatawan Kepulauan Derawan terhadap atribut-atribut wisata yang dimilikinya dianalisis menggunakan analisis faktor. Analisis Faktor

digunakan dalam mereduksi sejumlah variabel yang akan membentuk sejumlah faktor yang lebih sedikit dari variabel sebelumnya. Data yang digunakan untuk analisis ini didapatkan dari tingkat kepentingan wisatawan yang sedang berkunjung di Kepulauan Derawan terhadap masing-masing atribut. Adapun tahap-tahap dalam menentukan faktor preferensi wisatawan terhadap wisata bahari di Kepulauan Derawan adalah sebagai berikut:

a. *KMO and Bartlett's Test*

Pengujian korelasi antar variabel dalam preferensi wisatawan yang dilakukan dengan menggunakan metode *Barlett test of sphericity* dan pengukuran *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (MSA). KMO merupakan pembandingan besarnya koefisien korelasi dengan besarnya koefisien korelasi parsial. Sedangkan MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) menentukan apakah dalam proses pengambilan sampel telah memadai atau tidak. Hasil pengujian korelasi antar variabel dengan analisis faktor dapat dilihat pada Tabel 40.

Tabel 40. Hasil Analisis KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.740
Bartlett's Test of Sphericity	Approx Chi-Square	378.647
	df	120
	Sig.	.000

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2016)

Tabel 40 Berdasarkan hasil analisis data menghasilkan ukuran kecukupan sampling pada penelitian ini menghasilkan nilai 0,740 dengan signifikan sebesar 0,000. Nilai MSA yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa nilai kecukupan sampel variabel keseluruhan dengan melihat ketentuan Ukuran Ketepatan KMO adalah sedang (lebih dari cukup) dan signifikan jauh di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$)

sehingga penelitian dapat dilanjutkan dan layak dalam menggunakan analisis faktor.

b. *Anti-Image Matrices*

Setelah dilakukan pengecekan terhadap *KMO and Barlett Test*, maka langkah selanjutnya adalah mengetahui apakah variabel-variabel secara parsial layak untuk dianalisis dan tidak dikeluarkan dalam pengujian. Berdasarkan Hasil pengujian *Anti Image Matrices* (Lampiran 2.) dari 16 variabel yang dianalisis, tidak terdapat variabel yang memiliki *MSA* (Output yang bertanda a pada kolom *Anti-Image Correlation*) $< 0,5$. Sehingga 16 variabel dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis faktor.

c. *Comunalities*

Initial atau nilai awal yang digunakan dalam mengetahui varian variabel sebelum dilakukan ekstrak. Semua *initial* memiliki nilai 1 karena sebelum dilakukan ekstraksi variabel yang ditentukan 100% membentuk faktor tersebut atau faktor sebelum diekstraksi sama dengan variabel yaitu sebanyak 16 faktor.

Comunalities pada dasarnya adalah jumlah varians dari suatu variabel mula-mula yang dapat dijelaskan oleh faktor yang ada. Nilai *comunalities* menunjukkan seberapa baik tiap-tiap variabel dijelaskan atau diwakili oleh faktor yang terbentuk (Rahayu, 2006). Nilai ekstraksi yang terdapat pada Tabel 41 memiliki 15 variabel yang memiliki nilai rata-rata lebih besar dari 0,5 dan terdapat satu variabel (F3) yang memiliki nilai ekstraksi kurang dari lima. Nilai ekstraksi tersebut menjelaskan bahwa semakin besar nilai *communalities* menunjukkan semakin kuat korelasi dengan faktor yang akan terbentuk. Sebagai contoh, Keeratan hubungan variabel F1 terhadap faktor yang terbentuk sebesar 0,719 artinya hubungan variabel F1 terhadap faktor yang terbentuk erat dan dapat dikatakan kontribusi variabel F1 terhadap faktor yang terbentuk adalah sebesar

71,9 %. Kemudian, keeratan hubungan variabel F3 terhadap faktor yang terbentuk sebesar 0,355 artinya hubungan variabel F3 terhadap faktor yang terbentuk tidak erat karena kontribusi variabel F3 terhadap faktor yang terbentuk adalah sebesar 35,5%.

Tabel 41. Nilai Komunalitas (*Comunalities*)

	Communalities	
	Initial	Extraction
F1	1.000	.719
F2	1.000	.672
F3	1.000	.355
F4	1.000	.769
F5	1.000	.714
F6	1.000	.793
F7	1.000	.850
F8	1.000	.684
F9	1.000	.532
F10	1.000	.515
F11	1.000	.679
F12	1.000	.725
F13	1.000	.572
F14	1.000	.570
F15	1.000	.567
F16	1.000	.627

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2016)

d. *Total Variance Explained*

Berdasarkan hasil pengolahan analisis faktor dapat disimpulkan bahwa dari 16 variabel yang dianalisis dapat diekstraksi menjadi lima faktor utama. Hal ini dapat dilihat pada tabel *Total Variance Explained* yang menjelaskan dasar jumlah faktor yang didapat dengan perhitungan angka (Tabel 42). Susunan *eigenvalue* selalu diurutkan dari nilai terbesar sampai terkecil dengan kriteria bahwa angka *eigenvalue* dibawah satu tidak digunakan dalam menghitung jumlah faktor yang terbentuk. Hasil dari penelitian ini terbentuk lima faktor dimana rata-rata memiliki nilai *eigenvalue* diatas satu. Kolom *Cumulative %* menunjukkan persentase kumulatif dari varians yang dapat dijelaskan oleh faktor yang besar keragamannya.

Faktor pertama menghasilkan nilai sebesar 4,587; faktor kedua menghasilkan nilai sebesar 2,071; faktor ketiga menghasilkan nilai sebesar 1,467; faktor keempat menghasilkan nilai sebesar 1,194, dan faktor kelima sebesar 1,022. Berdasarkan hasil perhitungan nilai persentase dari ragam (*percentage of variance*) secara berurutan 28,67; 41,613; 50,785; 58,24, dan 64,63%. Total persentase dari lima faktor secara keseluruhan sebesar 64,63%. Kelima faktor yang memiliki nilai *eigen value* lebih dari satu memiliki kumulatif sebesar 64,63% dari total keragaman (*varians*) data. Dapat diartikan bahwa penelitian ini dapat menjelaskan faktor-faktor preferensi wisatawan terhadap atribut wisata bahari Kepulauan derawan sebanyak 64,63% dari total keseluruhan faktor-faktor yang dipertimbangkan, dan sebanyak 35,37% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini. Hasil pengujian *total variance explaine*d dengan analisis faktor dapat dilihat pada Tabel 42.

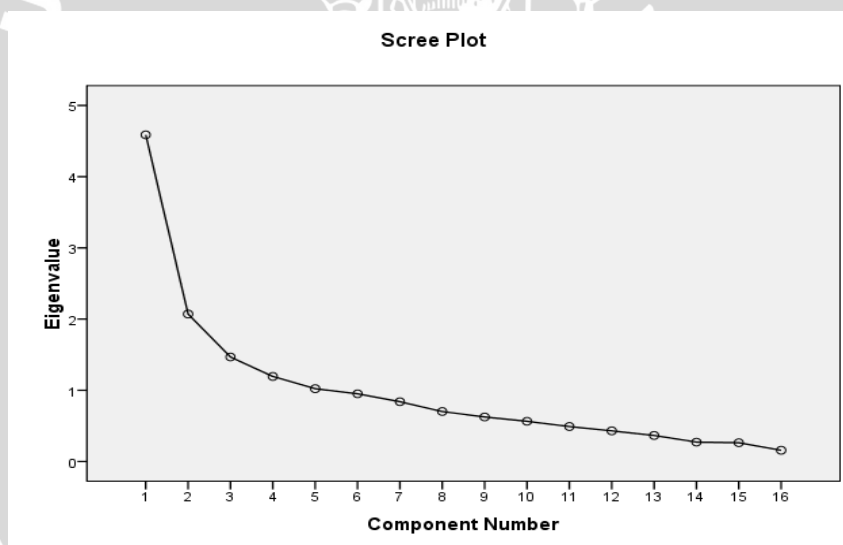
Tabel 42. *Total Variance Explaine*d

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.587	28.671	28.671
2	2.071	12.942	41.613
3	1.467	9.172	50.785
4	1.194	7.462	58.247
5	1.022	6.388	64.635
6	.951	5.941	70.576
7	.839	5.246	75.822
8	.702	4.385	80.207
9	.625	3.904	84.111
10	.564	3.526	87.637
11	.490	3.065	90.702
12	.430	2.688	93.389
13	.365	2.283	95.672
14	.272	1.700	97.373
15	.263	1.646	99.019
16	.157	.981	100.000

Sumber: Data Diolah dengan SPSS (2016)

e. *Scree Plot*

Scree plot merupakan salah satu alternatif yang digunakan dalam menentukan banyaknya faktor terbentuk. Bila kurva masih curam maka petunjuk selanjutnya adalah menambahkan jumlah faktor. Kemudian jika kurva telah landai, petunjuk selanjutnya adalah menghentikan penambahan komponen atau faktor. Dari Gambar 12 dapat dilihat bahwa saat satu faktor terbentuk, kurva masih menunjukkan kecuraman, begitu juga pada saat titik 2,3,dan 4. Kemudian pada titik 5 kurva masih tajam namun sedikit berbeda dari pola garis sebelumnya. Setelah melewati titik 5 garis kurva sudah mulai landai, semakin kekanan akan terlihat landai. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat lima faktor yang terbentuk.



Gambar 12. *Scree Plot*
Sumber: Data Diolah dengan SPSS 16 for Windows (2016)

f. *Table Component Matrix*

Table component matrix menunjukkan besarnya korelasi pada setiap variabel dalam faktor yang terbentuk. Nilai-nilai koefisien korelasi antara variabel dengan faktor-faktor yang terbentuk (*Loading Factor*) dapat dilihat dalam Tabel 40.

Tabel 43. *Component Matrix*

	Component				
	1	2	3	4	5
F1	.189	.548	.337	.063	.515
F2	.208	.481	.564	-.137	.245
F3	.322	.319	.331	.198	.024
F4	.606	.411	.212	-.270	-.339
F5	.563	.239	.122	-.417	-.389
F6	.569	-.510	.137	-.396	.184
F7	.573	-.617	.266	-.223	.142
F8	.567	-.560	.184	.098	.067
F9	.509	-.096	.173	.200	-.440
F10	.477	-.017	-.310	-.330	.288
F11	.721	.098	-.386	.033	.007
F12	.780	.112	-.277	.117	.113
F13	.557	.274	-.417	.082	.075
F14	.638	.261	-.186	.207	-.131
F15	.557	-.116	-.091	.437	.212
F16	.325	-.260	.418	.514	-.120

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 16 for Windows (2016)

Tabel 43 menjelaskan bahwa untuk mendistribusikan variabel-variabel yang telah diekstrak ke dalam 5 faktor telah terbentuk dengan cara memasukan nilai *factor loading* (tingkat keeratan suatu variabel terhadap variabel terbentuk). Menurut Fattah, *et al.* (2015), Semakin besar *factor loading* atau lebih besar 0,4 maka semakin nyata variabel dimasukkan ke dalam salah satu dari hasil faktor yang terbentuk.

Tabel 40 menunjukkan bahwa nilai *factor loading* yang sesuai dengan ketentuan ($>0,4$) adalah F1, F2, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10, F11, F12, F13, F14, dan F16. Untuk F3 tidak memenuhi ketentuan sehingga direduksi dari faktor. Namun dari hasil perhitungan matrik komponen (*component matrix*) menghasilkan penyebaran nilai *factor loading* variabel ke dalam faktor yang terbentuk masih belum merata sehingga perlu dilakukan rotasi.

g. Rotasi Faktor

Proses rotasi dalam pengolahan data penelitian ini menggunakan rotasi varimax. Metode varimax bertujuan untuk merotasi faktor awal hasil ekstraksi sehingga pada akhirnya diperoleh hasil rotasi dimana dalam satu kolom nilai yang ada sebanyak mungkin mendekati nol. Dari hasil proses rotasi didapat *Rotated Component Matrix* yang memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Seluruh variabel tersebut mengelompok pada lima faktor berdasarkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor yang terbentuk. Hal ini ditunjukkan oleh nilai loading yang dihasilkan masing-masing variabel. Besarnya nilai loading dapat dilihat pada Tabel 44.

Tabel 44. *Rotated Component Matrix*

	Component				
	1	2	3	4	5
F12	0,788				
F11	0,772				
F13	0,740				
F14	0,647				
F15	0,557				
F10	0,491				
F7		0,891			
F6		0,865			
F8		0,683			
F5			0,792		
F4			0,777		
F9			0,414		
F1				0,826	
F2				0,776	
F3				0,454	
F16					0,759

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 16 for Windows (2016)

Hasil rotasi dengan metode *Varimax* (Tabel 41) menghasilkan nilai *factor loading* ke dalam setiap faktor/komponen yang lebih merata dan terlihat semakin jelas. Penyebaran tersebut menghasilkan lima faktor, meliputi: faktor pertama yang terbentuk dari hasil rotasi yaitu F12, F11, F13, F14, F15, dan F10. Faktor kedua yang terbentuk dari hasil rotasi yaitu F7, F6, dan F8. Faktor ketiga yang

terbentuk dari hasil rotasi yaitu F5, F4, dan F9. Faktor keempat yang terbentuk dari hasil rotasi yaitu F1, F12, dan F3. Faktor kelima yang terbentuk dari hasil rotasi yaitu F16. Berdasarkan nilai analisis faktor maka dapat disimpulkan bahwa terdapat lima faktor utama yang dianggap paling penting oleh wisatawan yang berkunjung pada wisata bahari Kepulauan derawan. Adapun kelima komponen baru yang menjadi variabel dalam faktor dalam preferensi wisatawan terhadap atribut wisata bahari di Kepulauan Derawan dapat dilihat dalam Tabel 45.

Tabel 45. Faktor Preferensi Wisatawan Terhadap Wisata Bahari Kepulauan Derawan

Faktor	<i>Eigen Value</i>	Variabel	<i>Factor Loading</i>
1. Faktor Pertama (Sarana dan Prasarana)	4,587	1) Prasarana(12)	0,788
		2) Sarana (11)	0,772
		3) Kelayakan Air Minum untuk Dikonsumsi (F13)	0,740
		4) Kenyamanan (F14)	0,647
		5) Sarana Penyampaian Informasi(F15)	0,557
		6) Pengaruh Cuaca Terhadap Waktu Kunjungan (F10)	0,491
2. Faktor Kedua (Aksesibilitas)	2,071	1) Waktu tempuh dari Kabupaten/Kota (F7)	0,891
		2) Kondisi dan Jarak Tempuh dari Kabupaten/Kota (F6)	0,865
		3) Frekuensi Kendaraan (F8)	0,683
3. Faktor Ketiga (Pengelolaan Lokasi Wisata)	1,467	1) Keamanan (F5)	0,792
		2) Kebersihan Lokasi (F4)	0,777
		3) Pengelolaan Kawasan (F9)	0,414
4.Faktor Keempat (Daya Tarik Wisata)	1,194	1) Keunikan Sumberdaya Alam (F1)	0,826
		2) Keindahan Alam (F2)	0,776
		3) Jenis Kegiatan Wisata Bahari (F3)	0,454
5. Faktor Kelima (Pemasaran)	1,022	1) Promosi Wisata (F16)	0,759

Sumber: Data Diolah (2016)

Serangkaian hasil proses analisis faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan terhadap wisata bahari di Kepulauan Derawan ini adalah sebagai berikut :

a. Faktor Pertama: Sarana dan Prasarana

Faktor pertama yang terbentuk melalui hasil analisis faktor adalah sarana dan prasarana yang terdiri dari variabel prasarana, sarana, kelayakan air minum, kenyamanan, penyampaian informasi, dan pengaruh cuaca terhadap waktu kunjungan. Kelima variabel yang terbentuk dapat menjelaskan keragaman data sebesar 28,67 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 28,67% kriteria wisatawan terhadap ketertarikan pada atribut yang terdapat pada wisata bahari Kepulauan Derawan mempertimbangkan faktor sarana dan prasarana.

Menurut Fajariah dan Massadun (2014), sarana dan prasarana sangatlah penting dalam menunjang kegiatan pariwisata. Sarana dan prasarana memiliki dua sisi kepentingan yaitu sebagai alat memenuhi kebutuhan wisata dan sebagai pengendali dalam rangka memelihara keseimbangan lingkungan. Sarana dan prasarana wisata merupakan pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya.

Sarana dan prasarana merupakan komponen penting dalam menentukan dan menyukseskan penyelenggaraan wisata khususnya di wisata bahari. Kelengkapan sarana dan prasarana memberikan kepastian suatu kenyamanan bagi wisatawan dan akan menjadi pertimbangan dalam memilih wisata ketika menghadapi objek wisata sejenis. Begitu pula halnya dengan wisata bahari yang terdapat pada Kepulauan Derawan perlu memperhatikan ketersediaan sarana dan prasaran untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berwisata ke tempat tersebut.

Dari Tabel 42 nilai tertinggi dari faktor sarana dan prasana adalah Prasarana (0,788) yang menjadi perhatian wisatawan di Kepulauan Derawan

adalah jalan, jembatan, listrik, jaringan telepon, dermaga, ketersediaan air minum, dan bandara yang terdapat di pulau maratua. Selanjutnya adalah sarana (0,772) fasilitas pelayanan kepada wisatawan seperti penyampaian informasi, Sarana pokok hotel, *cottage*, *restaurant*, *cafe*, Sarana pelengkap kepariwisataan *banana boat*, *donut boat*, dan lain-lain.

Wisata bahari Kepulauan Derawan merupakan wisata alam terbuka sehingga hal yang perlu diperhatikan oleh pemasar didalam penyedia sarana dan prasarana dengan memperhatikan keadaan cuaca (0,419). Sarana dan prasarana tersebut diantaranya penambahan jumlah pondok ditepi pantai selain untuk berteduh dari sinar matahari dan hujan, pondok dapat membuat wisatawan dapat melihat pantai dan melakukan aktivitas wisata. selain itu juga, disediakannya tempat berjemur untuk melakukan *sunbathe*.

Nilai korelasi variabel-variabel yang termasuk ke dalam sarana dan prasarana seluruhnya bernilai positif. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa semakin lengkap sarana dan prasarana yang tersedia bagi wisatawan yang berkunjung di Kepulauan Derawan, maka wisatawan semakin tertarik untuk melakukan kunjungan tersebut.

b. Faktor Kedua: Aksesibilitas

Faktor kedua yang menjadi preferensi wisatawan terhadap atribut yang terdapat pada wisata bahari di Kepulauan Derawan adalah faktor aksesibilitas yang terdiri dari kondisi dan jarak jalan darat dari pusat kota, waktu tempuh dari pusat kota menuju lokasi wisata, dan frekuensi kendaraan dari pusat informasi ke objek wisata. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan keragaman sebesar 12,94%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 12,94 % kriteria wisatawan yang melakukan wisata di Kepulauan Derawan mempertimbangkan variabel yang terdapat pada faktor aksesibilitas. Menurut Himawan dan Rahmawati (2013), suatu pengembangan kawasan wisata sangat penting dalam memperhatikan faktor

aksesibilitas sebagai salah satu komponen dalam pariwisata. Aksesibilitas merupakan keadaan mudah tidaknya suatu lokasi dapat dicapai oleh wisatawan dari tempatnya.

Romani (2006) menyatakan bahwa aksesibilitas merupakan syarat yang penting untuk obyek wisata. Tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin suatu obyek mendapat kunjungan wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata dan harus mudah dicapai dan dengan sendirinya juga mudah ditemukan. Oleh karena itu harus selalu ada jalan menuju obyek wisata.

Tabel 42 menjelaskan bahwa variabel waktu tempuh dari Kabupaten/kota (0,891) merupakan hal yang paling penting untuk diperhatikan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa perjalanan wisata menuju Kepulauan Derawan harus memenuhi syarat aksesibilitas dimana kondisi dan jarak tempuh dari Kabupaten/kota (0,865). Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesabilitas suatu objek wisata. Kemudian frekuensi kendaraan memiliki nilai *factor loading* terendah (0,683) yang artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap preferensi wisatawan yang cukup di pentingkan .

Nilai korelasi dari variabel-variabel yang termasuk dalam faktor aksesibilitas mempunyai korelasi keseluruhan yang positif. Artinya bahwa semakin baik aksesibilitas yang tersedia untuk wisatawan maka semakin tinggi pula preferensi wisatawan dalam memilih Kepulauan Derawan sebagai tempat tujuan wisata.

c. Faktor Ketiga: Pengelolaan Lokasi Wisata

Faktor ketiga terdiri dari tiga variabel yang berpengaruh diantaranya variabel kemanan, kebersihan lokasi, dan pengelolaan wisata. Variabel yang terdapat pada faktor ketiga ini erat kaitannya dengan pengelola tempat wisata terhadap wisatawan. Oleh karena itu faktor ini dinamakan faktor pengelolaan

lokasi wisata. Menurut Rahayu (2006), kepuasan pengunjung wisata dipengaruhi oleh kegiatan pengelolaan dan pelayanan yang diberikan oleh suatu objek wisata kepada wisatawan. Walaupun dalam suatu objek wisata memiliki potensi wisata dan fasilitas yang lengkap, bila tanpa pengelolaan dan pelayanan yang baik maka potensi tersebut tidak akan dapat dimanfaatkan secara optimal.

Faktor pelayanan dan pengelolaan ini memiliki variansi sebesar 9,71%. Maka ditarik kesimpulan bahwa besarnya preferensi wisatawan terhadap wisata bahari Kepulauan Derawan karena penyediaan pelayanan dan pengelolaan lokasi sebesar 9,71%. Keseluruhan variabel yang termasuk ke dalam faktor pengelolaan berkorelasi positif. Hal ini berarti semakin baik pengelolaan yang diberikan oleh perusahaan, maka preferensi konsumen terhadap wisata bahari di Kepulauan Derawan semakin besar.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis faktor, nilai yang paling penting keberadaanya dalam menentukan preferensi wisatawan di Kepulauan Derawan adalah Kemanan (0,792). Kemudian kebersihan lokasi wisata baik didarat maupun di perairan (0,777). Variabel pengelolaan kawasan (0,414) merupakan variabel yang terendah dalam membentuk faktor pengelolaan lokasi wisata. Ini dikarenakan wisatawan lebih mementingkan keamanan daripada pengelolaan kawasan saat berwisata.

Supaya pengunjung tetap tertarik untuk melakukan wisata ke Kepulauan Derawan maka pihak pengelola sebaiknya memperhatikan pengelolaan lokasi wisata yang khususnya dalam hal kemanan dan kebersihan lokasi, tetap merawat dan menjaga kelestarian alam yang ada, memperhatikan kelengkapan sarana penyampaian informasi sarana dan prasarana, dan lain-lain.

d. Faktor Keempat: Daya Tarik Wisata

Faktor keempat dinamakan daya tarik wisata yang terdiri dari keunikan sumber daya alam, keindahan alam, dan jenis kegiatan wisata. Variabel yang dimiliki faktor daya tarik wisata ini penting dimiliki oleh suatu objek wisata bahari karena merupakan faktor yang dapat menarik minat wisatawan untuk melakukan wisata. Menurut Romani (2006), daya tarik wisata merupakan suatu bentukan dan/atau aktivitas dan fasilitas yang berhubungan serta dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah/tempat tertentu. Daya tarik merupakan faktor yang membuat orang berkeinginan untuk mengunjungi dan melihat secara langsung ke tempat yang mempunyai daya tarik tersebut.

Hasil perhitungan analisis faktor, diperoleh nilai yang paling penting keberadaanya dalam menentukan preferensi wisatawan adalah Keunikan sumberdaya alam (0,826). Keunikan sumber daya alam merupakan objek-objek yang memiliki ciri khas sumberdaya dalam suatu lokasi yang tidak dimiliki oleh lokasi lain. Kepulauan Derawan memiliki keunikan berupa ubur-ubur jenis *cassiopea* yang tidak memiliki sengat, sehingga wisatawan dapat bermain bersama ubur-ubur jenis tersebut. Selain itu, keberadaan Kepulauan Derawan dengan biodiversitas ekosistem terumbu karang yang tinggi, jalur migrasi kawanan Pari Manta dan Hiu Pas, keunikan pulaunya yang terbentuk dari sebuah atol yang mengalami pengangkatan jutaan yang lalu sehingga terdapat laguna yang memiliki danau air payau ditengahnya (Pulau Kakaban) dan gua yang berhubungan dengan laut (Pulau Maratua).

Selanjutnya keindahan alam (0,776) yang dimiliki Kepulauan Derawan adalah lingkungan alam yan berupa pantai berpasir, terumbu karang, gugusan pulau, ikan karang, biota laut eksotik yang lain seperti *nudibrach*, manta, penyu hijau, dan hius paus. Sedangkan jenis kegiatan wisata bahari merupakan variabel yang memiliki nilai factor loading terkecil yaitu 0,454. Kegiatan-kegiatan wisata

ditawarkan pada Kepulauan Derawan yang dapat menarik minat wisatawan untuk berwisata seperti berenang, snorkeling, diving, *banana boat*, *donut boat*, jelajah pulau, *hiking*, *fishing*, dan lain-lain.

Besarnya nilai variansi pada faktor daya tarik wisata ini sebesar 7,462 %. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria wisatawan dalam memutuskan berkunjung karena faktor ini sebesar 7,462 %. Nilai korelasi daya tarik wisata selurunya positif artinya semakin tinggi daya tarik yang dimiliki oleh Kepulauan Derawan maka wisatawan akan semakin tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.

e. Faktor Kelima: Pemasaran

Faktor kelima dinamakan pemasaran yang terdiri dari variabel promosi wisata. Variabel yang dimiliki faktor pemasaran ini penting dimiliki oleh suatu kegiatan pariwisata agar dapat memperkenalkan keunggulan yang dimiliki Kepulauan Derawan. Menurut Romani (2006), Kegiatan pemasaran/promosi merupakan faktor pendukung produk wisata dengan tujuan untuk menarik wisatawan dalam melakukan kunjungannya. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan cara publikasi melalui media cetak maupun elektronik.

Kegiatan promosi untuk memperkenalkan Kepulauan Derawan yang telah dilakukan adalah promosi distasiun televisi RCTI, TranSTV, Trans7, dan Tvone, media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook, Media Cetak, kerja sama dengan maskapai Sriwijaya Airlines, festival Jaz Maratua, dan terakhir melakukan penyuluhan dan sosialisasi kepada warga setempat serta pelaku bisnis wisata.

Besarnya nilai variansi pada faktor pemasaran sebesar 6,38 %. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria wisatawan dalam memutuskan berkunjung karena faktor ini sebesar 6,38 %. Nilai korelasi daya tarik wisata selurunya positif artinya semakin tinggi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah serta pelaku bisnis pada Kepulauan Derawan maka wisatawan akan semakin tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.

5.6 Upaya-upaya yang Sebaiknya Dilakukan dalam Pengelolaan Wisata Bahari Kepulauan Derawan

Berdasarkan hasil analisis proses pengambilan keputusan berkunjung dan preferensi wisatawan terhadap objek wisata bahari di Kepulauan Derawan, diketahui bahwa pentingnya mempelajari wisatawan untuk mengetahui karakteristik wisatawan, proses pengambilan keputusan berkunjung, dan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan dalam memilih tempat wisata khususnya pada wisata bahari.

Karakteristik wisatawan yang berkunjung pada Kepulauan Derawan beragam dan memiliki preferensi yang berbeda-beda terhadap jasa yang ditawarkan. Semakin beragamnya keinginan wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Derawan ini akan memungkinkan didalam pengelolaan mengambil isyarat-isyarat penting bagaimana memenuhi kebutuhan wisatawan dan dapat merancang pengembangan wisata. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan wisata bahari Kepulauan Derawan dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan jasa yang ditawarkan. Langkah-langkah yang dapat ditempuh diantaranya:

a. Menjaga Keindahan dan Kelestarian Sumberdaya Alam

Sebagian besar tujuan utama wisatawan yang berkunjung di Kepulauan Derawan adalah untuk menikmati keindahan alam. Berdasarkan faktor terbentuk daya tarik wisata memiliki peran vital terhadap preferensi wisatawan terhadap wisata bahari Kepulauan Derawan. Upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah dalam menjaga keindahan dan kelestarian sumberdaya alam adalah menjalankan program TPKD dengan konsisten, membuat kebijakan penataan ruang, dan sanksi tegas yang diberlakukan kepada pihak-pihak yang melakukan *vandalisme* atau perusakan terhadap sumberdaya alam di Kepulauan Derawan.

Sektor pengelola swasta dalam menjaga keindahan alam di Kepulauan Derawan juga dapat menjaga kebersihan lingkungan seperti menyediakan tempat

sampah di tepi pantai, adanya papan informasi mengenai larangan-larangan bagi wisatawan saat di darat dan di laut yang dapat membuat kerusakan bagi lingkungan.

b. Memperbaiki Aksesabilitas untuk Menuju Lokasi Wisata

Salah satu faktor yang mempengaruhi keinginan pengunjung wisatawan untuk berwisata di Kepulauan Derawan adalah aksesabilitas untuk menuju lokasi tersebut. Waktu tempuh dari Kabupaten/kota merupakan salah satu variabel yang sangat penting bagi wisatawan untuk menuju lokasi wisata.

Oleh karena itu, pemerintah memiliki peran strategis dan bertanggung jawab terhadap aksesabilitas terutama kondisi jalan yang rusak dari Kabupaten Berau menuju Dermaga Tanjung Batu. Pemerintah hendaknya melakukan beberapa upaya diantaranya memperbaiki jalan rusak atau akses untuk menuju lokasi objek wisata Kepulauan Derawan. Selain itu upaya yang dilakukan antara lain pembuatan bandara pulau yang terletak di Pulau Maratua sangat tepat, sehingga meningkatkan jumlah kunjungan wisata, memangkas waktu tempuh perjalanan dari pusat kota, dan ketika kondisi cuaca buruk (gelombang dan hujan) tidak menyurutkan langkah wisatawan untuk berwisata di Kepulauan Derawan

c. Menambah fasilitas dan Kegiatan Wisata yang Lebih Bervariasi terutama pada Lokasi Pantai

Pelaku bisnis swasta di Kepulauan Derawan perlu melakukan upaya dalam meningkatkan pelayanan kepada wisatawan sehingga mereka merasa puas setelah berkunjung di Kepulauan Derawan. Sebagian besar wisatawan yang berwisata di Kepulauan Derawan mengunjungi objek pantai. Oleh karena itu, pihak swasta sebaiknya memperhatikan dan menambah kegiatan wisata yang lebih bervariasi di objek pantai misalnya menambah jumlah gazebo dan tempat bersantai/ *sunbathing*. Selain itu, menambah kegiatan wisata yang lebih bervariasi di daerah pantai seperti penyediaan rakit, kano, dan lain-lain.

d. Meningkatkan Kegiatan Promosi

Sumber informasi yang paling mempengaruhi wisatawan dalam memutuskan berwisata ke Kepulauan Derawan adalah teman. Berdasarkan kondisi tersebut pengelola dapat melakukan promosi dengan cara memberikan *brosur/leaflet* yang berisi informasi lengkap tentang Kepulauan Derawan kepada setiap wisatawan yang datang. Dengan cara ini diharapkan wisatawan yang datang akan mudah menginformasikan wisata bahari Kepulauan Derawan kepada temannya sehingga mereka akan tertarik untuk melakukan wisata.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau selaku instansi terkait dalam mempromosikan melalui media promosi lain seperti pameran wisata, festival, media sosial, media elektronik, media massa yang sudah dijalankan lebih terkonsep agar promosi dapat berjalan secara berkala dan efektif.

e. Pengelolaan Lokasi Wisata

Pengelolaan lokasi wisata yang sangat mempengaruhi preferensi wisatawan ketika berwisata di Kepulauan Derawan adalah keamanan. Pelaku bisnis di Kepulauan Derawan dapat menerapkan sistem pengelolaan dan pelayanan wisata yang efektif yaitu dengan membagi area pelayanan kepada masing-masing karyawan agar seluruh wisatawan saat berkunjung dapat terlayani dengan baik dan aman ketika berwisata. Selain itu untuk mengatasi tingginya jumlah wisatawan yang datang pada hari libur pihak swasta di Kepulauan Derawan dapat merekrut penduduk lokal sebagai karyawan honorer sehingga pelayanan serta keamanan terhadap wisatawan di Kepulauan Derawan dapat diberikan dengan baik.

5.7 Pengembangan Kepulauan Derawan untuk Mendukung Wisata Bahari yang Berkelanjutan

a. Aspek Sosial

Bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung di Kepulauan Derawan setiap tahunnya membuat penduduk asli di Kepulauan Derawan sudah banyak

berinteraksi dengan masyarakat dan budaya luar yang menjadikan mereka lebih terbuka dan beranjak memasuki kehidupan yang lebih modern. Masyarakat di Kepulauan Derawan saat ini juga telah menyadari akan pentingnya pendidikan dan pengetahuan bagi kelangsungan hidup mereka. Dalam pengembangan wisata bahari diharapkan penduduk asli dapat memanfaatkan serta meningkatkan pengetahuan, kesadaran akan pemeliharaan lingkungan.

Pengembangan pariwisata di Kepulauan Derawan dilakukan dengan melibatkan partisipasi masyarakat, karena saat ini masyarakat tidak lagi ditempatkan sebagai objek yang hanya menerima apa yang diputuskan dari atas (pemerintah). Tetapi, masyarakat dilibatkan sebagai subjek dalam kerangka pengembangan pariwisata sehingga menimbulkan rasa memiliki dan rasa ingin turut memelihara potensi pariwisata yang berada di Kepulauan Derawan.

b. Aspek Ekonomi

Obyek wisata yang paling banyak di kunjungi selama berkunjung di Kepulauan Derawan adalah Pantai. Kemudian salah satu tujuan utama wisatawan berkunjung di Kepulauan Derawan adalah menambah pengetahuan mengenai wisata bahari. Pengembangan wisata Kepulauan Derawan dapat dilakukan dengan menerapkan wisata obyek pantai yang mengacu pada eduwisata. Konsep ini menggabungkan antara layanan wisata yang melibatkan masyarakat lokal dengan disisipi berbagai nilai pendidikan. Pada dasarnya konsep eduwisata, wisatawan di ajak untuk menikmati keindahan alam pantai dan laut sembari menambah pengetahuan ekosistem dan alam di sekitar obyek wisata seperti belajar pembuatan cinderamata, penanaman dan mengenal jenis mangrove, pelepasan tukik, adopsi karang (penanaman karang), dan pemberian makan ikan karang. Hasil dari keterlibatan masyarakat dalam eduwisata di Kepulauan Derawan menimbulkan peningkatan Perekonomian masyarakat sebelum adanya pengembangan ekowisata sebagian besar adalah nelayan dan terdapat beberapa

mata pencaharian dari masyarakat ini dianggap merusak ekosistem yang ada seperti penangkapan ikan menggunakan potassium dan pengambilan telur-telur penyu, dan cinderamata berbahan dasar karang dan sisik penyu. Sehingga dengan keterlibatan masyarakat dalam eduwisata, diharapkan kegiatan merusak ekosistem dapat dikurangi.

c. Aspek Lingkungan

Kegiatan pariwisata cenderung merusak kelestarian lingkungan alam, oleh karenanya perlu dijaga agar terhindar dari dampak negatif dengan pengawasan dan pengendalian yang ketat, memperhatikan dan mencerminkan ciri budaya setempat yang khas. Dengan demikian, pengembangan pariwisata di harapkan dapat mendukung wisata bahari dan bisa meminimalisir pencemaran lingkungan yang terjadi. Selain itu, konsep eduwisata sebaiknya dapat diterapkan mengingat Kepulauan Derawan memiliki ekosistem karang, lamun, dan mangrove. Sehingga wisatawan diajak untuk menikmati keindahan alam sekaligus belajar mengenai ekosistem yang terdapat di Kepulauan Derawan.

d. Aspek Kelembagaan

Penguatan lembaga untuk menjaga kelestarian sumberdaya alam perlu dijalankan dengan konsisten agar menjadikan wisata bahari di Kepulauan Derawan yang berkelanjutan. Penguatan lembaga dari masyarakat juga dapat membentuk sebuah aturan lokal yang mengikat seperti denda terhadap perilaku perusakan lingkungan seperti buang sampah dan merusak karang.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari Penelitian yang berjudul “Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung dan Preferensi Wisatawan Terhadap Wisata Bahari Kepulauan Derawan di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur” adalah:

1. Karakteristik wisatawan yang berkunjung pada wisata bahari Kepulauan Derawan sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 63,89% dengan usia berkisar antara 24 tahun hingga 30 tahun sebesar 44,44%. Status pernikahan wisatawan sebagian besar belum menikah sebesar 56,94%. Daerah asal kedatangan wisatawan mayoritas berasal dari Jakarta yaitu sebesar 31,94%. Tingkat pendidikan terakhir dari wisatawan sebagian besar adalah lulusan S1 sebesar 47,22% dan memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebesar 40,28%. Pendapatan terbanyak wisatawan lebih dari Rp.5.000.000 per bulan sebesar 40,28%.
2. Proses pengambilan keputusan berkunjung pada Kepulauan Derawan oleh wisatawan diawali dengan pengenalan kebutuhan dengan tujuan utama wisatawan adalah menikmati keindahan alam yaitu sebesar 44,44%. Kedua, proses pencarian informasi mengenai wisata bahari Kepulauan Derawan berasal dari Keluarga dan teman yaitu sebesar 44,44%. Ketiga, evaluasi alternatif wisatawan mempertimbangkan keindahan alam sebagai faktor utama dalam memilih suatu objek wisata bahari yaitu sebesar 51,39% dengan prioritas utama jika dihadapkan pada berbagai pilihan objek wisata bahari di Indonesia, wisatawan memilih Kepulauan Derawan adalah sebesar 91,67 %. Keempat, keputusan berkunjung oleh wisatawan diawali dilakukan dengan terencana yaitu sebesar 51%. Kelima, evaluasi pascaberkunjung sebagian besar wisatawan yang berkunjung sangat menyukai wisata bahari Kepulauan

Derawan yaitu sebesar 52.78%. Berdasarkan tingkat kepuasan, sebagian besar wisatawan merasa puas setelah berwisata di Kepulauan Derawan yaitu sebesar 52,78%.

3. Hasil analisis faktor terhadap 16 variabel, maka terbentuk lima faktor preferensi wisatawan terhadap wisata bahari Kepulauan Derawan yaitu; (1) faktor Sarana dan prasarana (4,587) yang terdiri dari variabel prasarana, sarana, kelayakan air minum, kenyamanan, sarana penyampaian informasi, dan pengaruh cuaca terhadap waktu kunjungan; (2) faktor aksesibilitas (2,071) terdiri dari variabel waktu tempuh, kondisi dan jarak tempuh, dan frekuensi kendaraan; (3) faktor pengelolaan lokasi wisata (1,467) terdiri dari variabel keamanan, kebersihan lokasi, dan pengelolaan kawasan; (4) faktor daya tarik wisata (1,194) terdiri dari variabel keunikan sumberdaya alam, keindahan alam, dan jenis kegiatan wisata bahari; (5) faktor Pemasaran (1,022) terdiri dari variabel promosi wisata.

6.2 Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Pemerintah

Pemerintah sebaiknya memperhatikan dan memperbaiki jalan atau akses menuju lokasi wisata bahari Kepulauan Derawan, menjadikan akses pintu masuk Kepulauan Derawan menjadi satu pintu (Dermaga Tanjung Batu), dan mengikutsertakan pemberdayaan penduduk dalam pengawasan Kepulauan Derawan. Untuk keberlanjutan wisata bahari Kepulauan Derawan pemerintah dapat menerapkan konsep eduwisata.

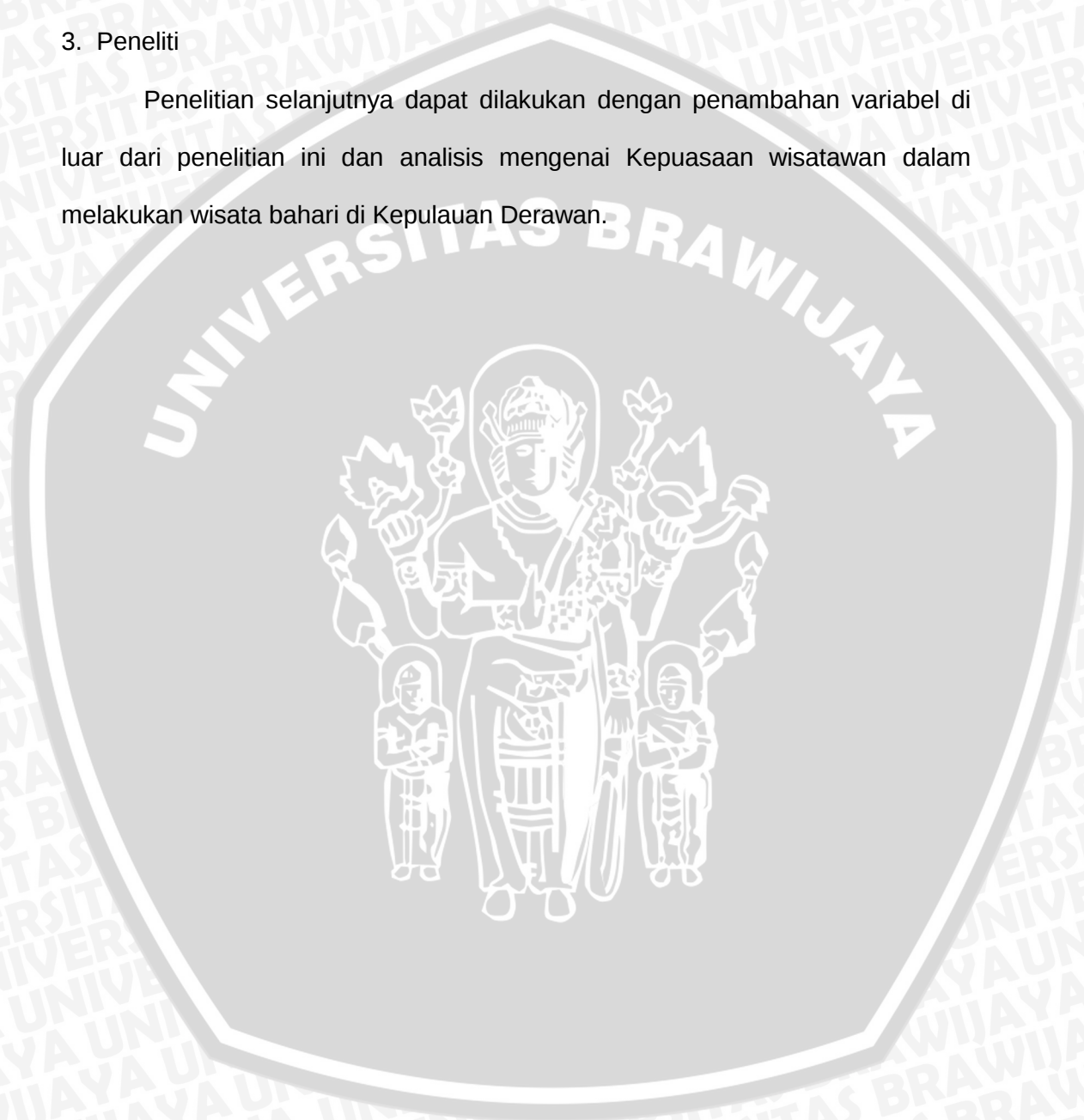
2. Pihak Swasta

Pihak swasta sebaiknya memperhatikan sarana dan prasarana seperti menambah jumlah gazebo dan tempat bersantai/*sunbathing* dan melakukan promosi dengan cara menitipkan brosur atau *leaflet* yang berisi informasi lengkap

tentang objek wisata bahari di Kepulauan Derawan kepada wisatawan. Dalam upaya memberikan pelayanan yang baik, pihak pengelola dapat menerapkan sistem pelayanan dengan membagi area pelayanan pada masing-masing karyawan atau menambah tenaga kerja honorer pada hari libur.

3. Peneliti

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan penambahan variabel di luar dari penelitian ini dan analisis mengenai Kepuasan wisatawan dalam melakukan wisata bahari di Kepulauan Derawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, N.S., Ati.A.N., Daulat, A., Heriati,A., dan Kusuma, M. 2015. Program Inisiatif *Blue Carbon* Kepulauan Derawan, Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumberdaya Laut dan Pesisir, Kementrian Kelautan dan Perikanan. Jakarta. 119 hlm.
- Agung, A.A.P. 2012. Metodologi Penelitian Bisnis. UB Press. Malang. 194 hlm.
- Awaludin, E.T. 2003. *Persepsi dan Sikap Pengunjung Terhadap Atribut Objek Wisata Pantai Pondok Bali, Kabupaten Subang, Jawa Barat*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis dan Ekonomi Perikanan-Kelautan, Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Badan Pusat Statistik Kab. Berau. 2015. Berau dalam Angka *in Figures*. Badan Pusat Statistik Kab. Berau. Kab. Berau. 307 hlm.
- Bangun, P., Kembaren, C.S., dan Sitepu, R. 2014. Preferensi Wisatawan Terhadap Kunjungan Wisata Pulau Samosir dengan Analisis Konjoin. *Saintia Matematika*. **Vol. 02**, No. 03, pp. 267-275.
- Djou, J.A.G. 2013. Pengembangan 24 Destinasi Wisata Bahari Kabupaten Ende. *Kawistara*. **Vol. 3**, No.1, pp. 1-116.
- Disbudpar. 2016. Pariwisata Unggulan Kaltim. www.disbudpar.kaltimprov.go.id
<http://www.disbudpar.kaltimprov.go.id/beritamenu664.html#ixzz42tMnVMpa>. Di akses pada 14 Maret 2016. Pukul 22:36
- Dwiputra, R. 2013. Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. **Vol. 24**, No.1 : 35-48.
- Fajriah, S.D dan Massadum.2014. Pengembangan Sarana dan Prasarana untuk Mendukung Pariwisata Pantai yang Berkelanjutan (Studi Kasus: Kawasan Pesisir Pantai Wonokerto Kabupaten Pekalongan). *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*. **Vol. 10**, No. 2, pp 218-233
- Fauzia, M.W. 2015. *Persepsi Mahasiswa Akuntansi tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi dalam Pemilihan Karir sebagai Akuntan Publik dan Non Akuntan Publik (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi S1 Universitas Brawijaya)*. Skripsi pada Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang.
- Fauziah, S. 2012. Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Ekowisata Kepulauan Seribu dengan Pendekatan Analisis Konjoin (Studi Kasus Pulau Pramuka). Abstrak.
- Firdaus, H. 2015. Pariwisata Ditargetkan Sumbang Devisa Terbesar. *Harian Kompas*. 16 Juni 2015

- Fitriyana, D. 2009. *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Dan Preferensi Konsumen Terhadap Objek Wisata Pemancingan "Fishing Valley" Bogor*. Skripsi pada Program Sarjana Manajemen Penyelenggaraan Khusus, Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Gautama, I.G.A.G.O. 2011. *Evaluasi Perkembangan Wisata Bahari Di Pantai Sanur*. Tesis pada Program Studi Kajian Pariwisata, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, Denpasar
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. 447 hlm.
- Harahab, N dan Setiawan. 2013. Analisis Motivasi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Olahan *Seafood*. *Jurnal ECSOFiM*. **Vol. 1**, No 1.
- Herdiansyah, H. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Salemba Humanika. Jakarta. 206 hlm.
- Himawan, N.A dan Rahmawati, D. 2013. Analisis Zona Pengemabgan Kawasan Wisata Pantai Watu Ulo di Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. *Jurnal Teknis POMITS*. **Vol. 2**, No.1, ISSN: 2337-3539
- Indahwati. 2010. Aplikasi Regresi Logistik Ordinal Multilevel untuk Permodelan dan Klasifikasi Huruf Mutu Mata Kuliah Metode Statistika. *Jurnal Forum Statistika dan Komputasi*, **Vol. 5**, No. 2.
- Indriantoro, N dan Supomo, B. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis unuk Akuntansi dan Manajemen (Eds.1)*. BPFE. Yogyakarta. 276 hlm.
- Kartika, E. 2008. *Analisis Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Mobil Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia di Medan*. Tesis pada Sekolah Pascasarjana, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2012. *Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan Green Jobs untuk Indonesia*. 150 hlm.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Eds.12)*. Jilid 2. Erlangga. Jakarta. 373 hlm.
- _____ dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran (Eds. 12)*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta. 366 hlm.
- _____ dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran (Eds.13)*. Erlangga. Jakarta. 412 hlm.
- Lovelock, W., Mussry, J., dan Wirtz, C. 2010. *Pemasaran Jasa (Eds. 7)*. Erlangga. Jakarta. 423 hlm.
- Mahendra, A.R. 2013. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Pengelola Keuangan Daerah (SIPKD) (Studi Kasus pada*

Pemerintah Kota Blitar). Skripsi pada Program Sarjaa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang.

Mustafidah, H dan Taniredja, T. 2011. Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar). Alfabeta. Bandung. 262 hlm.

Nasution, R. 2003. Teknik Sampling. USU Digital Library. Medan

Stanley, S.A., Susanto, Wiryawan, S., dan Yulianto. 2004. Profil Kepulauan Derawan. TNC. Kabupaten Berau. 60 hlm.

Rochaety, E dan Tresnati, R. 2005. Kamus Istilah Ekonomi. PT Bumi Aksara. Jakarta. 370 hlm

Romani, S. 2006. Penilaian Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Serta Alternatif Perencanaannya di Taman Nasional Bukit Duabelas Provinsi Jambi. Skripsi pada Fakultas Kehutanan, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung. 540 hlm.

_____. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung. 334 hlm.

Sumarwan, U., Wardhani, W, dan Yuliaty, L.N. 2015. Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol VI, No 1.

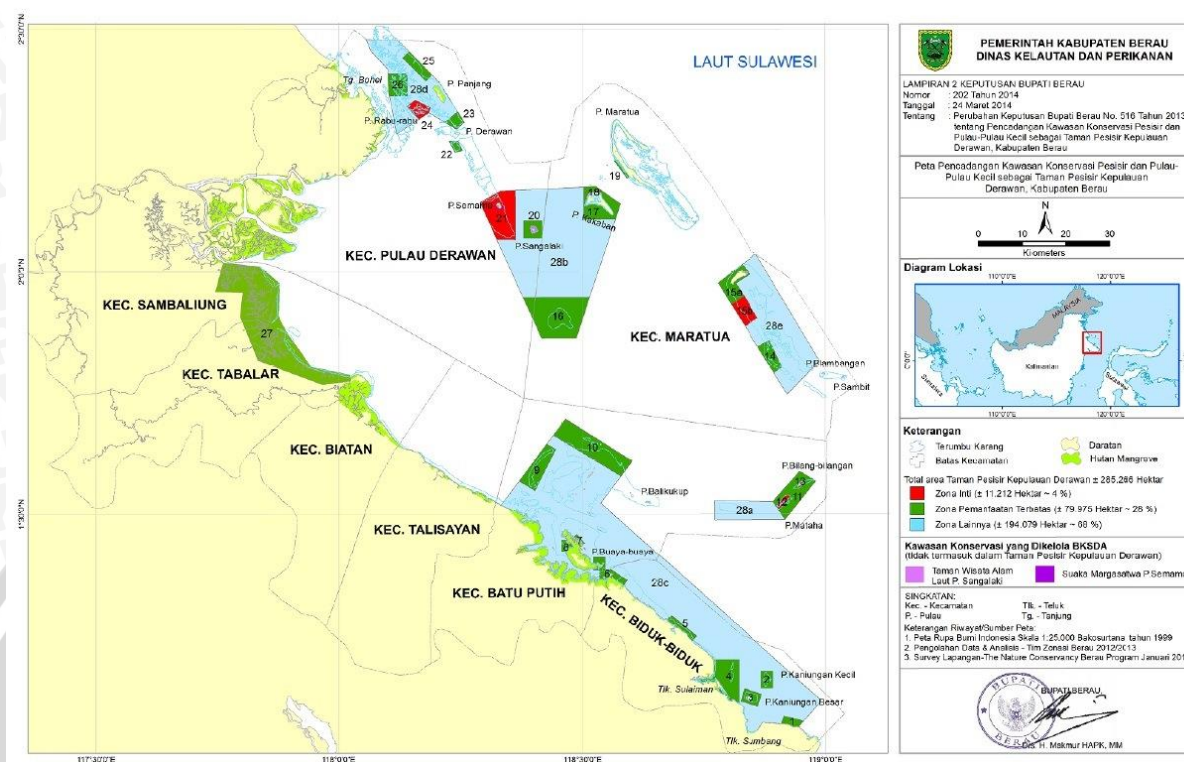
Suliyanto. 2005. Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.

Vicarosari, W.T. 2009. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Telekomunikasi (Studi Pada PT Telkom Kandatel Malang)*. Skripsi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Brawijaya

Waskito, A. 2013. Dampak Investasi Asing Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat di Kepulauan Derawan. *Ejournal Ilmu Hubungan Internasional FISIP UNMUL*. 1 (1) : 15:24

World Tourism Organization. 2013. Sustainable Tourism Governance and Management in Coastal Areas of Africa. UNWOTO. Madrid. 102 hlm.

Lampiran 1. Peta Lokasi Penelitian



Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Berau (2014)

Lampiran 2. Anti Image Matrics

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16
Anti-image Covariance																
F1	.702	-.265	-.170	-.009	.044	-.050	.026	.097	.049	.046	-.059	-.034	-.096	.084	.004	-.080
F2	-.265	.697	-.029	-.116	-.038	.050	-.070	.051	.051	.012	.036	.017	.074	-.087	-.012	-.015
F3	-.170	-.029	.740	-.107	.056	.090	.000	-.141	-.128	-.074	.075	-.038	.014	-.068	.033	.071
F4	-.009	-.116	-.107	.444	-.256	-.108	.095	.002	-.100	-.007	.028	-.066	-.028	-.047	.040	-.034
F5	.044	-.038	.056	-.256	.553	.034	-.070	.027	.033	-.051	-.024	-.013	-.043	-.026	.044	-.032
F6	-.050	.050	.090	-.108	.034	.355	-.206	-.029	.020	-.053	-.049	.048	-.011	.020	-.044	.076
F7	.026	-.070	.000	.095	-.070	-.206	.282	-.134	-.106	-.023	.053	-.045	.040	-.006	-.008	-.008
F8	.097	.051	-.141	.002	.027	-.029	-.134	.436	.063	.014	-.058	-.039	-.046	.045	.020	-.215
F9	.049	.051	-.128	-.100	.033	.020	-.106	.063	.669	.147	-.154	.022	.033	-.036	-.017	-.093
F10	.046	.012	-.074	-.007	-.051	-.053	-.023	.014	.147	.752	-.107	-.042	-.003	-.033	-.020	.028
F11	-.059	.036	.075	.028	-.024	-.049	.053	-.058	-.154	-.107	.406	-.171	-.089	-.100	.064	.032
F12	-.034	.017	-.038	-.066	-.013	.048	-.045	-.039	.022	-.042	-.171	.376	-.066	-.024	-.179	.061
F13	-.096	.074	.014	-.028	-.043	-.011	.040	-.046	.033	-.003	-.089	-.066	.637	-.117	-.041	.064
F14	.084	-.087	-.068	-.047	-.026	.020	-.006	.045	-.036	-.033	-.100	-.024	-.117	.593	-.120	-.054
F15	.004	-.012	.033	.040	.044	-.044	-.008	.020	-.017	-.020	.064	-.179	-.041	-.120	.622	-.174
F16	-.080	-.015	.071	-.034	-.032	.076	-.008	-.215	-.093	.028	.032	.061	.064	-.054	-.174	.688
Anti-image Correlation																
F1	.553*	-.378	-.235	-.016	.071	-.100	.059	.175	.071	.064	-.111	-.067	-.144	.130	.006	-.116
F2	-.378	.607*	-.040	-.208	-.062	.100	-.158	.093	.074	.017	.068	.033	.112	-.136	-.018	-.021
F3	-.235	-.040	.613*	-.187	.088	.175	.000	-.248	-.181	-.099	.136	-.071	.020	-.102	.049	.099
F4	-.016	-.208	-.187	.709*	-.516	-.272	.267	.003	-.184	-.011	.066	-.161	-.053	-.092	.076	-.061
F5	.071	-.062	.088	-.516	.761*	.077	-.176	.055	.054	-.079	-.050	-.029	-.073	-.046	.075	-.052
F6	-.100	.100	.175	-.272	.077	.680*	-.652	-.075	.041	-.103	-.128	.133	-.022	.043	-.094	.153
F7	.059	-.158	.000	.267	-.176	-.652	.652*	-.383	-.244	-.049	.157	-.137	.094	-.014	-.020	-.019
F8	.175	.093	-.248	.003	.055	-.075	-.383	.744*	.116	.024	-.138	-.097	-.088	.088	.038	-.392
F9	.071	.074	-.181	-.184	.054	.041	-.244	.116	.731*	.207	-.295	.043	.050	-.057	-.027	-.138
F10	.064	.017	-.099	-.011	-.079	-.103	-.049	.024	.207	.855*	-.194	-.079	-.004	-.049	-.030	.039
F11	-.111	.068	.136	.066	-.050	-.128	.157	-.138	-.295	-.194	.778*	-.438	-.175	-.204	.128	.061
F12	-.067	.033	-.071	-.161	-.029	.133	-.137	-.097	.043	-.079	-.438	.820*	-.135	-.051	-.371	.120
F13	-.144	.112	.020	-.053	-.073	-.022	.094	-.088	.050	-.004	-.175	-.135	.873*	-.190	-.065	.097
F14	.130	-.136	-.102	-.092	-.046	.043	-.014	.088	-.057	-.049	-.204	-.051	-.190	.874*	-.197	-.085
F15	.006	-.018	.049	.076	.075	-.094	-.020	.038	-.027	-.030	.128	-.371	-.065	-.197	.778*	-.266
F16	-.116	-.021	.099	-.061	-.052	.153	-.019	-.392	-.138	.039	.061	.120	.097	-.085	-.266	.591*



Lampiran 3.

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu/Saudara/i yang terhormat, Terima kasih atas partisipasi Anda menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Nama saya Khairullah (125080400111054), mahasiswa Program Studi Agrobisnis Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, pada saat ini sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung dan Preferensi Wisatawan Terhadap Wisata Bahari yang Berkelanjutan di Kepulauan Derawan, Kabupaten Berau, Kalimantan Timur**. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar agar informasi ilmiah yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan dan tercapainya hasil yang diinginkan. Informasi yang diterima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
 Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
 Usia :
 Status : Menikah/Belum menikah
 Asal (Berau, Samarinda, dll) :
 Pendidikan Terakhir : a) SD/SLTP d) S1
 b) SMU/SMK e) S2
 c) Diploma f) S3
 Pekerjaan : a) Mahasiswa d) Wiraswasta
 b) Pelajar e) Pegawai Negeri
 c) Pegawai Swasta f) Petani
 Lain-lain.....

Rata-rata pendapatan anda perbulan:

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000
- Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
- > Rp 5.000.000

II. Proses Pengambilan Keputusan

Petunjuk Umum : Isilah/berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih

1. Pengenalan Kebutuhan

1. Tujuan utama Anda berkunjung di Kepulauan Derawan adalah:
- | | |
|------------------------------|-----------------|
| a. Menikmati keindahan alam | e. Fotografi |
| b. Menikmati flora dan fauna | f. Olahraga |
| c. Mengisi waktu luang | g. Lainnya..... |
| d. Rekreasi | |

2. Manfaat apa yang anda cari ketika berkunjung di Kepulauan Derawan?
- a. Status Sosial e. Lainnya.....
- b. Kesehatan
- c. Menambah Pengetahuan
- d. Hiburan dan *Refreshing*

2. Pencarian Informasi

3. Dari mana anda mengetahui informasi mengenai Kepulauan Derawan?
- | | |
|---|---|
| a. Media Elektronik (Televisi dan Radio) | d. Jejaring Sosial (Facebook, twitter, dsb) |
| b. Media Massa (koran, majalah, buletin, dsb) | e. Papan Reklame |
| c. Keluarga atau teman | f. Lainnya..... |

4. Jika Anda mendengar/melihat promosi tentang Kepulauan Derawan, maka yang menjadi perhatian utama Anda adalah :

- | | |
|--|---------------------------------------|
| a. Pemandangan Pantai yang lepas dan indah | d. Fasilitas |
| b. Pemandangan Taman Bawah laut | e. Tempat konservasi penyu dan karang |
| c. Flora dan fauna (ubur-ubur, manta ray, dsb) | f. Harga |

3. Evaluasi Alternatif

5. Pertimbangan apa yang Anda gunakan dalam memilih objek wisata yang akan dikunjungi?

- | | |
|--------------------------------|--|
| a. Lokasi yang mudah dijangkau | d. Trend |
| b. Harga | e. Fasilitas yang ditawarkan banyak |
| c. Keindahan alam | f. Tempat yang belum pernah dikunjungi |

6. Ketika Anda dihadapkan pada berbagai pilihan objek wisata bahari, apakah kepulauan Derawan menjadi pilihan anda ?

- | | |
|-------|----------|
| a. Ya | b. Tidak |
|-------|----------|

4. Keputusan Pembelian

7. Hal-hal apakah yang membuat Anda pertama kali memutuskan untuk mencoba berkunjung di Kepulauan Derawan?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| a. Dekat dengan tempat tinggal | d. Fasilitas yang ditawarkan banyak |
| b. Objek wisata yang terkenal | e. aksesabilitas |
| c. Keindahan dan keunikan pantai, flora, dan fauna | f. Lainnya..... |

8. Cara memutuskan untuk mengunjungi Kepulauan Derawan:

- | |
|--|
| a. terencana (sudah direncanakan dari rumah) |
| b. mendadak |

9. Siapakah yang mempengaruhi Anda berkunjung ke Kepulauan Derawan?

- | | |
|-----------------|---|
| a. Diri sendiri | c. Media Elektronik (TV, Radio) |
| b. Teman | d. Media Sosial (instagram, path, Facebook) |
| | e. Media Massa (koran, majalah, buletin, dsb) |
| | f. Lainnya..... |

10. Apakah kondisi lancar tidaknya arus lalu lintas mempengaruhi keinginan Anda untuk berkunjung ke Kepulauan Derawan?

- | | |
|-------|----------|
| a. Ya | b. Tidak |
|-------|----------|

11. Untuk mencapai lokasi Dermaga, kendaraan apa yang Anda gunakan?

- | | |
|------------------|-----------------|
| a. Bus | d. Travel |
| b. Sepeda Motor | e. Lainnya..... |
| c. Mobil Pribadi | |

12. Untuk mencapai lokasi Kepulauan Derawan, dari dermaga mana anda berangkat?

- | | |
|-------------------------|------------|
| a. Berau (tanjung Batu) | b. tarakan |
|-------------------------|------------|

13. Bersama siapakah Anda berkunjung ke Kepulauan Derawan ?

- | | |
|-------------|-----------------|
| a. Keluarga | d. Pasangan |
| b. Teman | e. Lainnya..... |
| c. Sendiri | |

14. Berapa kali Anda berkunjung ke kawasan ini?

- | | |
|-----------------|----------------------|
| a. Pertama kali | d. 4 kali |
| b. 2 kali | e. Lebih dari 4 kali |
| c. 3 kali | |

15. Berapa besar pengeluaran yang anda keluarkan selama berkunjung ke Kepulauan Derawan?

- a. ≤ 500 ribu
- b. 500 ribu – 1 juta
- c. 1 juta – 2 juta
- d. 2 juta – 4 juta
- e. ≥ 4 juta

16. Objek wisata bahari apa saja yang anda kunjungi/ikuti selama di Kepulauan Derawan? (jawaban boleh dari satu)

- a. Pantai
- b. Fauna (ubur-ubur, penyu, dsb)
- c. Taman Bawah laut
- d. Tempat konservasi penyu
- e. Lainnya.....

17. Pulau apa saja yang anda kunjungi selama di Kepulauan Derawan? (jawaban boleh dari satu)

- a. Derawan
- b. Sangalaki
- c. Kakaban
- d. Maratua

18. Kegiatan wisata apa saja yang Anda lakukan selama berkunjung ke Kepulauan Derawan?

- a. *Snorkeling* dan diving
- b. Jelajah pulau
- c. Bermain air dan berenang
- d. Fotografi
- e. Memancing
- f. Lainnya.....

5. Evaluasi Pasca Pembelajaran

18. Apakah Anda benar – benar menyukai wisata bahari Kepulauan derawan ?

- a. Sangat suka
- b. suka
- c. Biasa saja
- d. Tidak suka
- e. Sangat tidak suka

19. Apakah Anda merasa puas setelah berkunjung ke Kepulauan Derawan?

- a. Sangat puas
- b. Puas
- c. Biasa saja
- d. Tidak puas

20. Setelah Anda berkunjung ke objek wisata bahari Kepulauan derawan, apakah Anda menyarankan untuk berkunjung dan mempromosikan Kepulauan Derawan kepada orang lain?

- a. Ya
- b. Tidak

21. Menurut Anda, apa keunggulan objek wisata bahari Kepulauan Derawan? (jawaban boleh lebih dari satu)

- a. Pantai
- b. Taman Bawah laut
- c. Gugusan pulau
- d. Fauna (ubur-ubur, penyu, manta ray, dsb)
- e. Budaya setempat

22. Apakah anda merasa puas dengan total uang yang anda keluarkan untuk menikmati keindahan Kepulauan Derawan ?

- a. Sangat puas
- b. puas
- c. Biasa saja
- d. Tidak puas

BAGIAN III. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Wisatawan

Pertanyaan : Seberapa penting faktor - faktor ini mempengaruhi preferensi Anda untuk berkunjung ke objek wisata bahari Kepulauan Derawan ?

Petunjuk : Mohon diisi dengan memberi tanda (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat Anda

Ket :

- 5 = Sangat Penting
- 4 = Penting
- 3 = Cukup Penting
- 2 = Tidak Penting
- 1 = Sangat Tidak penting

No	Atribut Wisata Alam					
		5	4	3	2	1
	Daya Tarik					
1.	Keindahan Alam					
2.	Keunikan Sumberdaya Alam					
3.	Jenis Kegiatan wisata bahari (<i>Snorkeling, diving, fishing, dll</i>)					
4.	Kebersihan lokasi					
5.	Keamanan					
	Aksesabilitas					
6.	Kondisi dan jarak tempuh dari Kabupaten/kota					
7.	Waktu tempuh dari Kabupaten/kota					
8.	Frekuensi Kendaraan					
	Pengelolaan					
9.	Pengelolaan Kawasan					
	Pengaruh Iklim terhadap waktu kunjungan					
10.	Pengaruh cuaca terhadap waktu Kunjungan					
	Sarana dan Prasarana					
11.	Sarana (<i>restaurant, resort, cottage, banana boat, tempat ibadah,</i>)					
12.	Prasarana (Jalan, jembatan, listrik, air minum, jaringan telpon, dermaga, bandara)					
	Ketersediaan air bersih					
13.	Kelayakan air minum untuk dikonsumsi					
	Pengaturan Pengunjung					
14.	Kenyamanan					
	Pemasaran					
15.	Sarana dan Penyampaian Informasi					
16.	Promosi wisata					