

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG DAN
PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP WISATA PANTAI KECAMATAN
WATULIMO KABUPATEN TRENGGALEK, JAWA TIMUR**

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

Oleh:

SAIDA AMELLIA

NIM. 135080400111065



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2017

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG DAN
PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP WISATA PANTAI KECAMATAN
WATULIMO KABUPATEN TRENGGALEK, JAWA TIMUR**

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

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

Oleh:
SAIDA AMELLIA
NIM. 135080400111065



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI
ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG DAN PREFERENSI
WISATAWAN TERHADAP WISATA PANTAI KECAMATAN WATULIMO KABUPATEN
TRENGGALEK, JAWA TIMUR

Oleh :

SAIDA AMELLIA
NIM. 135080400111065

telah dipertahankan didepan penguji
pada tanggal 22 Maret 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No. : _____
Tanggal : _____

Dosen Penguji I



(Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP)
NIP.19660604 199002 2 002
Tanggal: 18 APR 2017

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I



(Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP)
NIP. 19640226 198903 2 003
Tanggal: 18 APR 2017

Dosen Penguji II



(Tiwi Nuriannati Utami, S.Pi., MM)
NIP.19750322 200604 2 002
Tanggal: 18 APR 2017

Dosen Pembimbing II



(Erlinda Indrayani, S.Pi., M.Si)
NIP. 19740220 200312 2 001
Tanggal: 18 APR 2017



Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK

Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal: 18 APR 2017

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, 15 Maret 2017
Mahasiswa

Saida Amellia
NIM 135080400111065



RINGKASAN

SAIDA AMELLIA. Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung dan Preferensi Wisatawan terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek, Jawa 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 obyek wisata unggulan di Indonesia adalah wisata pantai. Kecamatan Watulimo merupakan sentra perikanan dan pariwisata yang berpotensi di Kabupaten Trenggalek. Di sektor pariwisata, memiliki obyek wisata pantai yang menjadi daya tarik bagi wisatawan diantaranya Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis deskripsi dari keindahan masing-masing pantai Kecamatan Watulimo, karakteristik wisatawan, proses pengambilan keputusan berkunjung, faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan untuk berkunjung serta upaya pengembangan terhadap wisata pantai di Kecamatan Watulimo secara berkelanjutan.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober-November 2016 di Kecamatan Watulimo khususnya di Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas. 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 kuesioner, observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode penentuan jumlah sampel menggunakan *Linear Time Function* diperoleh jumlah responden sebanyak 75 orang dengan masing-masing pantai diambil 19 responden. Sedangkan untuk pengambilan sampel dengan *Insidental sampling*.

Variabel yang digunakan dalam analisis preferensi wisatawan yaitu keindahan alam (F1), kebersihan lokasi (F2), jenis kegiatan wisata pantai (F3), keamanan (F4), kondisi dan jarak tempuh dari Kabupaten/Kota (F5), waktu tempuh dari Kabupaten/Kota (F6), frekuensi kendaraan (F7), pengelolaan kawasan (F8), keberadaan jumlah pedagang (F9), pelayanan pengunjung (F10), pengaruh cuaca terhadap waktu kunjungan (F11), sarana (F12), prasarana (F13), kenyamanan (F14), sarana dan penyampaian informasi (F15), promosi wisata (F16) dan tarif/harga terjangkau (F17).

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 dan tabulasi silang. Sedangkan analisis preferensi wisatawan terhadap atribut wisata pantai Kecamatan Watulimo dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis faktor.

Berdasarkan pengolahan data dengan analisis deskriptif, karakteristik wisatawan yang berkunjung pada wisata pantai Kecamatan Watulimo sebagian besar berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 60% dengan usia berkisar 17 tahun hingga 24 tahun sebesar 60%. Status pernikahan wisatawan sebagian besar belum menikah sebesar 69,3%. Daerah asal kedatangan wisatawan mayoritas berasal dari Tulungagung yaitu sebesar 48%. Tingkat pendidikan dari wisatawan sebagian besar adalah SMA sebesar 45,3% dan memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 52%. Pendapatan terbanyak wisatawan Rp 500.000-Rp 2.000.000 per bulan sebesar 42,7% dan pengeluaran per bulan terbanyak wisatawan Rp 500.000-Rp1.000.000 sebesar 45%.

Proses pengambilan keputusan berkunjung pada wisata pantai Kecamatan Watulimo oleh wisatawan diawali dengan pengenalan kebutuhan dengan tujuan utama wisatawan adalah menikmati keindahan alam sebesar 66,7%. Kedua,

proses pencarian informasi mengenai wisata pantai tersebut dari sumber keluarga/teman sebesar 70,7%. Ketiga, evaluasi alternatif wisatawan mempertimbangkan keindahan pemandangan alam sebagai faktor utama dalam memilih suatu obyek wisata pantai yaitu sebesar 60% dengan prioritas utama jika dihadapkan pada berbagai pilihan obyek wisata pantai di Kecamatan Watulimo, wisatawan memilih Pantai Pasir Putih (Karanggongso) sebesar 74,7%. Keempat, keputusan berkunjung oleh wisatawan dilakukan dengan terencana sebesar 60%. Kelima, evaluasi pasca berkunjung sebagian besar wisatawan merasa puas setelah berwisata yaitu sebesar 80% dan akan tetap mengunjungi wisata pantai tersebut meskipun terdapat kenaikan harga tiket sebesar 94,7%.

Berdasarkan pengolahan data dengan tabulasi silang didapatkan hubungan antara status pernikahan dengan usia, asal kedatangan dengan pengeluaran, usia dengan tingkat pendidikan, tingkat pendidikan dengan pekerjaan, rata-rata pendapatan dengan pekerjaan, rata-rata pendapatan dengan rata-rata pengeluaran, pekerjaan dengan tujuan berkunjung, usia dengan sumber informasi, dan jenis kelamin dengan pertimbangan dalam berkunjung.

Hasil analisis faktor terhadap 17 variabel, kecukupan sampling pada penelitian ini menghasilkan nilai 0,678 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa nilai kecukupan sampel variabel keseluruhan dengan melihat ketentuan ukuran ketepatan KMO (*Keiser Meyer Olkin*) adalah sedang (lebih dari cukup). Proses rotasi dalam pengolahan data penelitian ini menggunakan rotasi *varimax* maka terbentuk enam faktor preferensi wisatawan terhadap wisata pantai Kecamatan Watulimo yaitu faktor aksesabilitas sebesar 21,004%, daya tarik sebesar 15,845%, pelayanan pengunjung 11,940%, sarana dan prasarana 8,058%, pengelolaan 7,181% dan pemasaran/promosi 7,083%.

Upaya yang dapat diterapkan dalam pengelolaan guna meningkatkan pengembangan yaitu dengan cara memperbaiki aksesabilitas menuju lokasi, menjaga keindahan dan kelestarian pantai, melakukan promosi terhadap wisata pantai, menjaga dan memperbaiki sarana dan prasarana, menambah atraksi yang lebih bervariasi, serta peningkatan kerjasama antar *stake holder*. Adapun prinsip dalam pengembangan berkelanjutan yang dapat diterapkan yaitu layak secara ekonomi, lingkungan, sosial, kelembagaan dan tepat guna secara teknologi.



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 Pantai Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek, Jawa 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 Kecamatan Watulimo.

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 dilaksanakan 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 Kecamatan Watulimo selanjutnya. Semoga Laporan ini dapat bermanfaat.

Malang, 15 Maret 2017

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses pelaksanaan dan penyusunan laporan ini banyak pihak yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bimbingan, motivasi, atau fasilitas pendukung lainnya. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Laporan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga dapat terselesaikannya Laporan Skripsi ini.
3. Ibu Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP selaku dosen pembimbing pertama yang telah banyak memberikan penghargaan dan bimbingan sejak penyusunan usulan penelitian sampai dengan selesainya penyusunan laporan ini.
4. Ibu Erlinda Indrayani, S.Pi.,M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak memberikan penghargaan dan bimbingan sejak penyusunan usulan penelitian sampai dengan selesainya penyusunan laporan ini.
5. Ibu Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP selaku dosen Penguji pertama yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan evaluasi dan masukan terhadap skripsi saya.
6. Ibu Tiwi Nurjannati, S.Pi.,MM selaku dosen Penguji kedua yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan evaluasi dan masukan terhadap skripsi saya.
7. Pak Maftuch, Pak Imam, Bu Jarti, dan masyarakat Desa Karanggandu yang telah menampung saya selama penelitian disana serta yang telah memberikan masukan informasi mengenai wisata pantai di Kecamatan Watulimo.
8. Keluarga Cemara di Lembaga Tinggi Pesantren Luhur Malang (Mbak Susinta L, Mbak Siti Nur A, Mbak C Fuadati, Mbak Siti Nur H, Lina Nur C, Anifatul H, Rosifah) yang selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya laporan ini.
9. Friends (umaya, Lastri, Wiwin dan Idhoh) yang merasakan suka duka bersama dan memberikan motivasi sehingga dapat terselesaikan laporan skripsi ini.
10. Keluarga Dugong (Alfi, Aan, Muchlis, Kiki, Mujib, Ana, Kholiq, Lita, Intan, Ubay, dll) LTPLM yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

11. Keluarga Himaraya (Hamidah, Puput, Khusnul, Shofi, Nana) yang memberi dukungan dan semangat.
12. Wanita Sholihah (Mbak Tazki, Mbak Bela, Mbak Uly, Anip, Lina, Cipa, Ana, Ifa, Nurin) yang telah memberikan dukungan dan semangat.
13. Teman-teman AP 2013 yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

Malang, 15 Maret 2017

Penulis



DAFTAR ISI

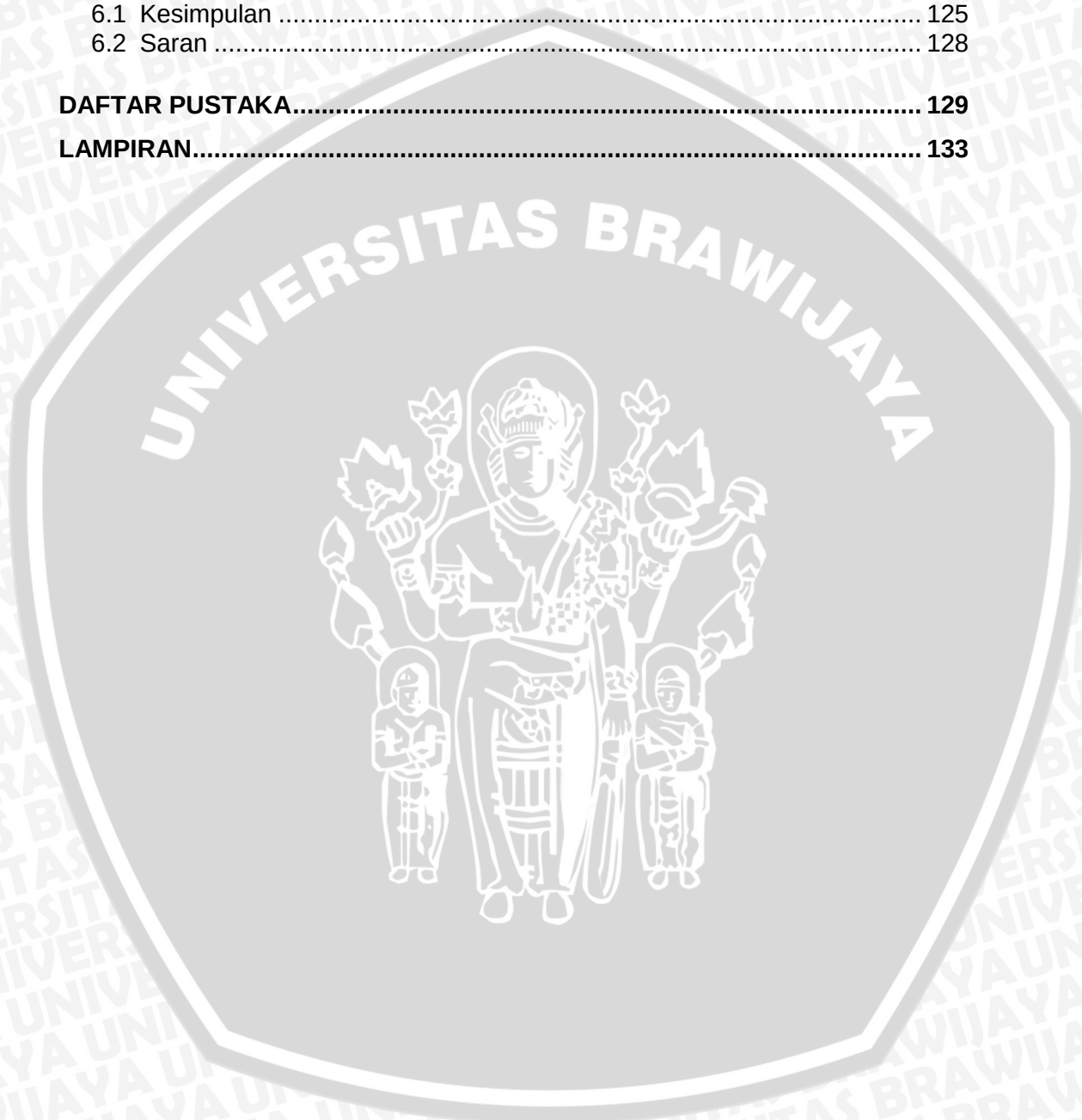
SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat	4
2 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.2 Jasa	6
2.2.1 Klasifikasi Jasa.....	6
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	7
2.3 Perilaku Konsumen	8
2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	9
2.5 Pengambilan Keputusan	11
2.6 Proses dan Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan	13
2.7 Preferensi Konsumen.....	14
2.8 Ruang Lingkup Pariwisata.....	16
2.8.1 Pariwisata.....	16
2.8.2 Jenis-Jenis Pariwisata	17
2.8.3 Ekowisata Bahari.....	19
2.8.4 Wisatawan.....	21
2.9 Pemasaran Jasa	22
2.10 Pembangunan Wisata Pantai yang Berkelanjutan.....	23
2.11 Tabulasi Silang (<i>Cross Tabulation</i>)	24
2.12 Analisis Faktor.....	25
2.13 Penelitian Terdahulu	27
2.14 Kerangka Pemikiran.....	28
3. METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	30

3.2	Jenis Penelitian	30
3.3	Jenis dan Sumber Data	32
3.3.1	Jenis Data	32
3.3.2	Sumber Data	32
3.4	Populasi dan Sampel	34
3.4.1	Populasi	34
3.4.2	Sampel	34
3.4.2.1	Penentuan Jumlah Sampel	35
3.4.2.2	Teknik Pengambilan Sampel	36
3.5	Metode Pengumpulan Data	37
3.5.1	Observasi	37
3.5.2	Wawancara	38
3.5.3	Kuesioner	39
3.5.4	Dokumentasi	39
3.6	Analisis Data	40
3.6.1	Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	41
3.6.2	Definisi Operasional	43
3.7	Metode Analisis Data	44
3.7.1	Analisis Deskriptif Kualitatif	44
3.7.2	Tabulasi Silang	44
3.7.3	Analisis Faktor	45
4.	KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	49
4.1	Letak Geografis dan Topografis	49
4.2	Iklim dan Curah Hujan	50
4.3	Keadaan Penduduk	51
4.4	Keadaan Perikanan	53
5.	HASIL DAN PEMBAHASAN	58
5.1	Deskripsi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo	58
5.2	Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung Kegiatan Wisata Wisata Pantai Kecamatan Watulimo	6
5.3	Karakteristik Responden	62
5.3.1	Jenis Kelamin	63
5.3.2	Usia	64
5.3.3	Status Pernikahan	65
5.3.4	Asal Kedatangan	67
5.3.5	Tingkat Pendidikan	69
5.3.6	Pekerjaan	70
5.3.7	Rata-Rata Pendapatan Per Bulan	72
5.3.8	Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan	74
5.4	Analisis Proses Pengambilan Keputusan	77
5.4.1	Pengenalan Kebutuhan	77
5.4.2	Pencarian Informasi	81
5.4.3	Evaluasi Alternatif	84
5.4.4	Keputusan Kunjungan	86
5.4.5	Evaluasi Pasca Kunjungan	91
5.5	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Wisatawan	98
5.6	Upaya-Upaya yang Dapat Dilakukan dalam Pengelolaan Akibat	

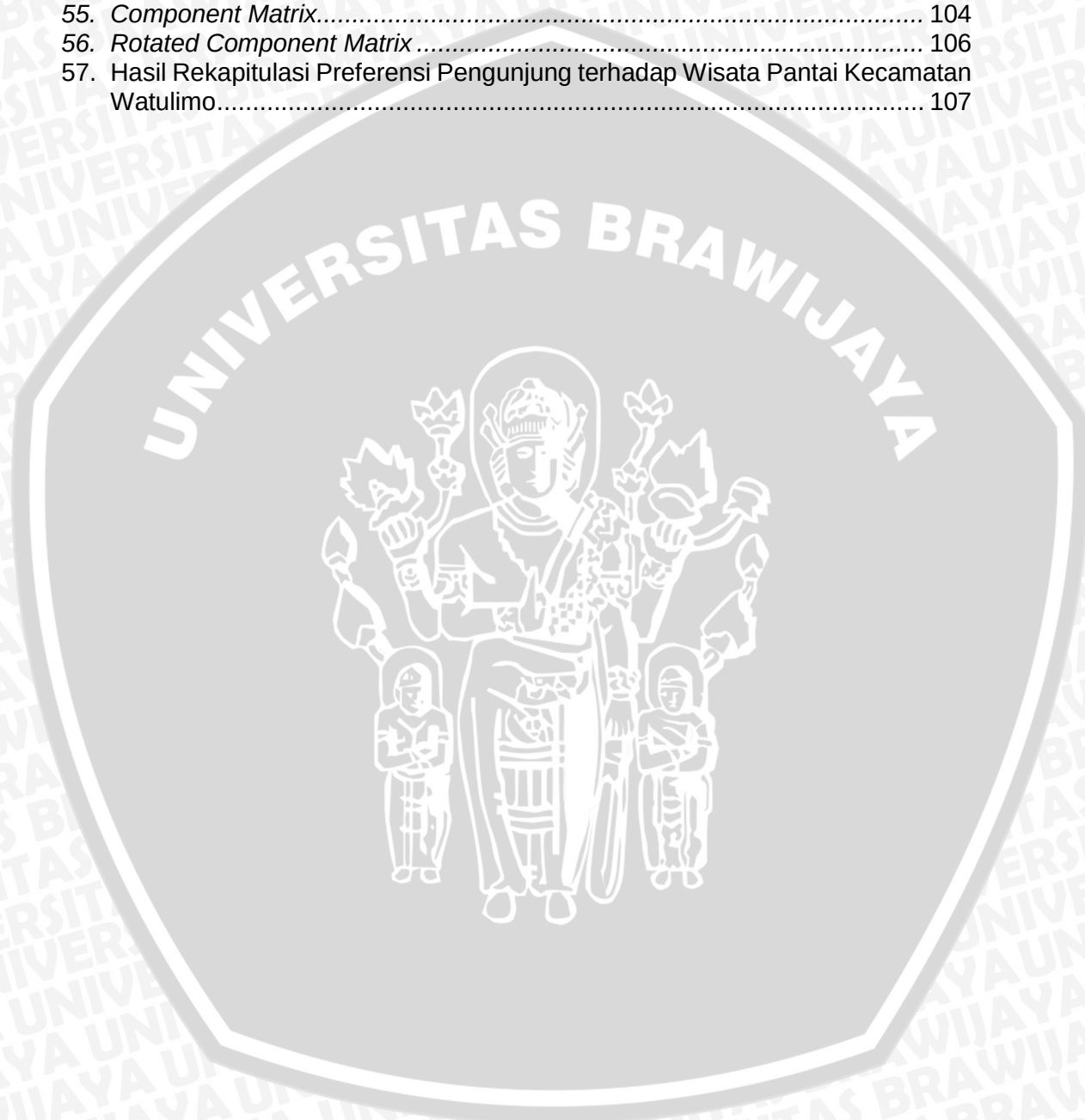
Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Wisata Pantai Kec Watulimo	11
5.....	
5.7 Pengembangan Berkelanjutan Pada Wisata Pantai Kecamatan Watulimo	121
6. KESIMPULAN DAN SARAN	125
6.1 Kesimpulan	125
6.2 Saran	128
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN.....	133



DAFTAR TABEL

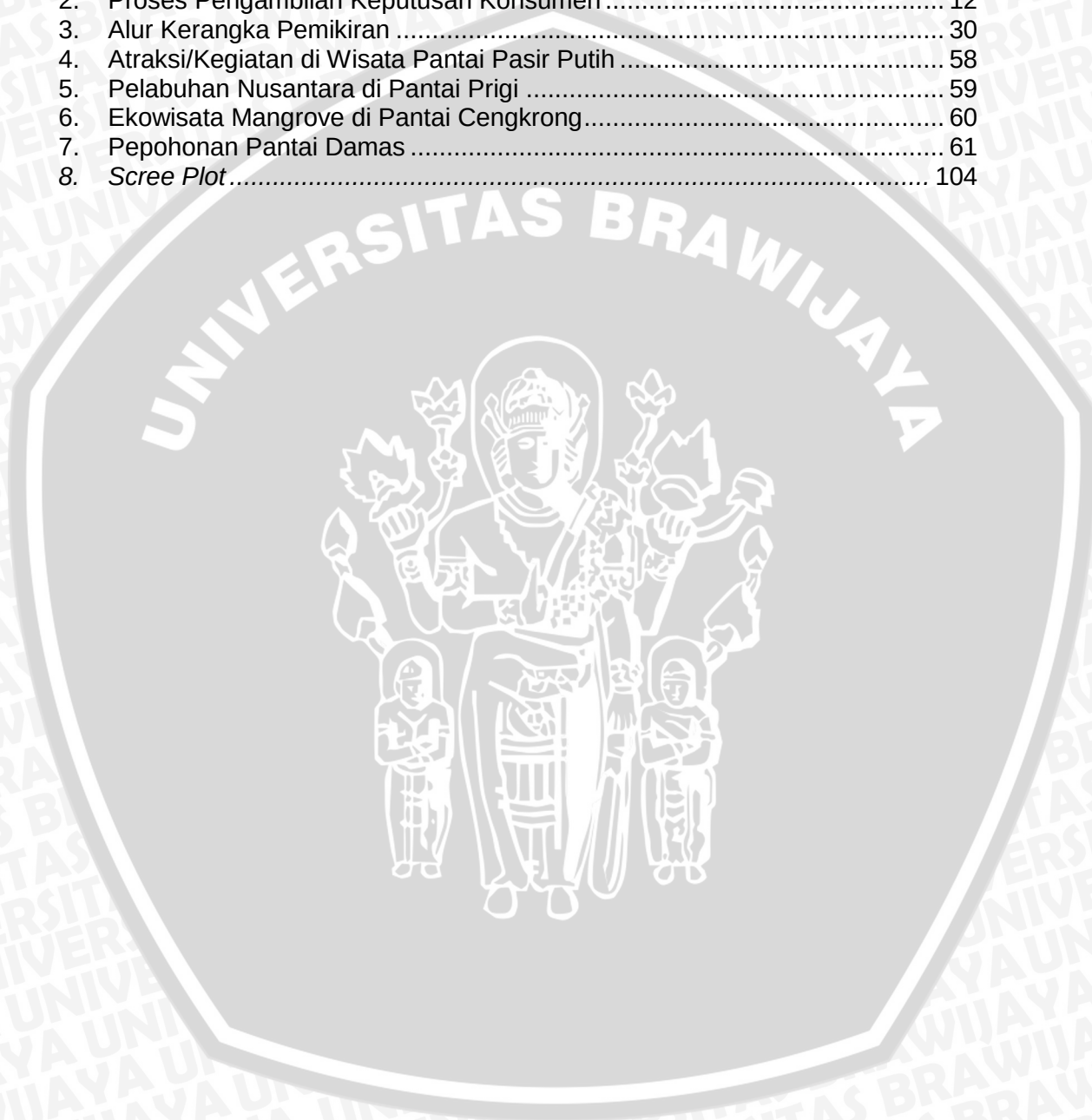
Tabel	Halaman
1. Data Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kec. Watulimo	2
2. Kegiatan Ekowisata Bahari yang Dikembangkan	21
3. Ukuran Ketepatan KMO	26
4. Skala Pengukuran Variabel Penelitian	42
5. Variabel yang Digunakan dalam Analisis Faktor	46
6. Ukuran Ketepatan KMO	47
7. Data Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin dan Sex Ratio	51
8. Jumlah Penduduk, Luas Desa dan Kepadatan Penduduk Per Desa	52
9. Data Produksi Ikan dan Nilainya	53
10. Frekuensi Pendaratan Menurut Alat Tangkap dan Musim Ikan	54
11. Produksi (kg) Ikan Olahan di Kecamatan Watulimo Per Bulan	55
12. Distribusi Produksi (ton) Olahan Ikan di Kecamatan Watulimo	56
13. Karakteristik Pengunjung Jenis Kelamin	64
14. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia	65
15. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Status Pernikahan	66
16. Tabulasi Silang Status Pernikahan dan Usia	66
17. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Asal Kedatangan	67
18. Tabulasi Silang Asal Kedatangan dan Pengeluaran	68
19. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tingkat Pendidikan	69
20. Tabulasi Silang Usia dan Tingkat Pendidikan	70
21. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan	70
22. Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan	71
23. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan	72
24. Tabulasi Silang Pekerjaan dan Rata-Rata Pendapatan	73
25. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pengeluaran	74
26. Tabulasi Silang Rata-Rata Pendapatan dan Pengeluaran	74
27. Hasil Rekapitulasi Karakteristik Pengunjung	75
28. Tujuan Berkunjung	78
29. Tabulasi Silang Pekerjaan dan Tujuan Berkunjung	79
30. Manfaat Berkunjung	80
31. Sumber Informasi	81
32. Tabulasi Silang Usia dan Sumber Informasi	82
33. Fokus Perhatian Pengunjung dalam Promosi	83
34. Pertimbangan Utama Wisatawan dalam Berkunjung	84
35. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Pertimbangan dalam Berkunjung ...	85
36. Prioritas Utama dalam Memilih Wisata	86
37. Tempat Wisata yang Sering Dikunjungi	87
38. Cara Memutuskan untuk Berkunjung	87
39. Pengaruh Kondisi Lalu Lintas dan Kondisi Jalan	88
40. Kendaraan yang Digunakan	88
41. Teman Berkunjung	89
42. Frekuensi Kunjungan	89
43. Besar Pengeluaran	90
44. Tempat Wisata yang Dikunjungi Selama di Watulimo	90
45. Kegiatan yang Dilakukan	91
46. Tingkat Kesukaan	92
47. Tingkat Kepuasan	92

48. Keunggulan Tempat Wisata.....	93
49. Kesiadaan Konsumen dalam Mempromosika Tempat Wisata.....	93
50. Pengaruh Kunjungan terhadap Harga Tiket	94
51. Hasil Rekapitulasi Proses Pengambilan Keputusan	95
52. Hasil Analisis KMO	99
53. <i>Communalities</i>	101
54. <i>Total Variance Explained</i>	103
55. <i>Component Matrix</i>	104
56. <i>Rotated Component Matrix</i>	106
57. Hasil Rekapitulasi Preferensi Pengunjung terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.....	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	11
2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	12
3. Alur Kerangka Pemikiran	30
4. Atraksi/Kegiatan di Wisata Pantai Pasir Putih	58
5. Pelabuhan Nusantara di Pantai Prigi	59
6. Ekowisata Mangrove di Pantai Cengkong.....	60
7. Pepohonan Pantai Damas	61
8. Scree Plot.....	104



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta Kecamatan Watulimo.....	133
2. Lokasi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo	134
3. <i>Anti Image Matrix</i>	135
4. Hasil Tabulasi Silang	137
5. Kegiatan Penelitian (Pengisian Kuesioner)	139
6. Fasilitas-Fasilitas di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo	140



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang mempunyai potensi wisata sangat besar untuk dikembangkan. Salah satu obyek wisata unggulan di Indonesia adalah ekosistem pesisir/pantai. Indonesia terletak di khatulistiwa dengan iklim tropis yang memiliki kekayaan lingkungan alam berupa sumber daya alam hayati dan non hayati yang dilestarikan secara optimal bagi peningkatan kesejahteraan seluruh masyarakat Indonesia. Semua potensi tersebut merupakan modal bagi pembangunan nasional Indonesia untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang ditunjang dengan pembangunan pada semua sektor (Rahayu, 2006).

Pariwisata berperan sebagai penghasil devisa. Sektor pariwisata dapat memberikan lapangan pekerjaan yang cukup luas (Spillane, 1987). Pariwisata telah ditetapkan sebagai bagian dari kegiatan ekonomi. Sektor andalan pada pariwisata mempunyai fungsi-fungsi strategis seperti: sebagai instrumen penghasil devisa, instrumen pemerataan kesejahteraan, dan instrumen pemersatu kekuatan bangsa. Kepariwisataan mempunyai peranan yang penting untuk memperluas dan memeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, dan memperbesar pendapatan nasional guna meningkatkan kesejahteraan rakyat (Gelgel, 2006).

Sektor pariwisata memiliki potensi besar untuk dikembangkan salah satunya adalah wisata pantai. Menurut Yulianda (2007), wisata pantai merupakan kegiatan wisata yang mengutamakan sumberdaya pantai dan budaya masyarakat pantai seperti rekreasi, olahraga, menikmati pemandangan dan iklim.

Perkembangan dibidang jasa pariwisata khususnya wisata pantai terlihat dibeberapa daerah, salah satunya Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek. Perkembangan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah wisatawan setiap tahunnya dapat dilihat pada Tabel 1. Kecamatan Watulimo merupakan sentra perikanan dan pariwisata Kabupaten Trenggalek, karena Watulimo merupakan daerah dengan potensi dan kekayaan laut terbesar di Kabupaten Trenggalek. Sektor pariwisata, Watulimo memiliki wisata pantai antara lain Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Damas dan Pantai Cengkong. Obyek wisata tersebut mulai digemari karena respon masyarakat terhadap keindahan alam yang ada di sana.

Tabel 1. Data Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Pantai di Kecamatan Watulimo, Trenggalek Tahun 2010 sampai tahun 2014

Tahun Pengunjung	Pantai Karanggongso (Pasir Putih)	Pantai Prigi	Pantai Damas
2010	258,128	111,006	567,052
2011	207,170	81,576	58,782
2012	245,640	72,846	73,841
2013	288,165	88,374	48,847
2014	337,180	82,211	245,640
Jumlah	1,336,283	436,013	994,162

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Trenggalek, 2016

Peningkatan pengambilan keputusan untuk berwisata oleh wisatawan itu beragam. Akan tetapi obyek wisata pantai yang sejenis maupun bukan, menjadi penyebab persaingan kunjungan wisatawan yang semakin tinggi. Wisatawan selaku pelaku pembelian, memiliki faktor-faktor yang dapat dipertimbangkan sehingga mendorong mereka untuk membeli jasa khususnya di Wisata Pantai tersebut. Inovasi dan pengembangan dalam meningkatkan daya tarik wisatawan agar tetap mampu bersaing dengan wisata pantai lain sangat diperlukan bagi pengelola Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

Survey kepada wisatawan sangat diperlukan untuk mengetahui perilaku wisatawan termasuk faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih Wisata Pantai Kecamatan Watulimo, sehingga dapat memberikan informasi kepada para pengelola dan instansi terkait untuk mengetahui apa yang menjadi faktor

keputusan dan preferensi wisatawan. Selain itu juga dapat digunakan dalam strategi pemasaran khususnya jasa terhadap daya tarik wisatawan sehingga akan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung.

1.2 Perumusan Masalah

Wisata Pantai Kecamatan Watulimo menjadi terkenal dan ramai ditandai dengan adanya peningkatan kunjungan wisatawan. Wisata Pantai tersebut tidak hanya menawarkan keindahan pantai tetapi juga ekosistem sekitar pantai serta fasilitas yang digunakan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi masing-masing Wisata Pantai Kecamatan Watulimo ?
2. Bagaimana karakteristik wisatawan yang mengunjungi obyek Wisata Pantai Kecamatan Watulimo ?
3. Bagaimana proses pengambilan keputusan wisatawan yang berkunjung ke obyek Wisata Pantai Kecamatan Watulimo ?
4. Faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi wisatawan untuk berkunjung ke obyek Wisata Pantai Kecamatan Watulimo ?
5. Upaya-upaya apa saja yang sebaiknya dilakukan dalam pengelolaan dan pengembangan menjadi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo yang berkelanjutan ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Deskripsi masing-masing Wisata Pantai Kecamatan Watulimo
2. Karakteristik wisatawan yang mengunjungi obyek Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

3. Proses pengambilan keputusan wisatawan yang berkunjung ke obyek Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.
4. Faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan untuk berkunjung ke obyek Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.
5. Merumuskan upaya-upaya yang sebaiknya dilakukan dalam pengelolaan dan pengembangan menjadi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo yang berkelanjutan.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai bahan informasi bagi:

1. Peneliti, sebagai sarana informasi untuk menambah pengetahuan dalam memahami preferensi wisatawan dan pengembangan wisata menggunakan analisis faktor serta sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.
2. Pengelola, untuk menetapkan dan melakukan langkah-langkah dalam pengembangan wisata pantai dimana untuk menghadapi persaingan pasar, penyedia sarana prasarana, akomodasi, informasi dan produk wisata.
3. Bagi pemerintah Kecamatan Watulimo, sebagai salah satu informasi dan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan pengembangan obyek wisata pantai tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Adapun proses perencanaan dan eksekusi dalam pemasaran yaitu, mulai dari tahap konsepsi, penetapan harga, promosi hingga distribusi barang-barang, ide-ide, jasa-jasa untuk melakukan pertukaran yang memuaskan individu dan lembaga-lembaganya (Kotler, 2002).

Menurut Boyd, *et al* .(2000), pemasaran sebagai suatu proses yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran.

2.2 Jasa

Jasa adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak ada kepemilikan dan dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Selain itu juga menghasilkan manfaat bagi pelanggan melalui perubahan yang diinginkan (Kotler, 2000). Menurut Supranto (2001), jasa adalah suatu kerja ketrampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki dan pelanggan lebih dapat aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Jasa merupakan tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa mungkin saja terkait atau mungkin tidak terkait dengan produk fisik (Kotler, 2005).

Menurut Rochaety (2005), jasa adalah suatu kerja ketrampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki. Konsumen/pelanggan lebih aktif dalam proses mengkonsumsi jasa karena menyangkut rasa puas, kenikmatan pada saat digunakan. Sehingga sektor jasa semakin lama mendominasi suatu negara bahkan dunia.

2.2.1 Klasifikasi Jasa

Komponen jasa menjadi bagian kecil ataupun bagian utama dari tawaran yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada pasar. Menurut Kotler (2000), tawaran tersebut diklasifikasikan menjadi:

a.) Produk berwujud murni

Penawaran yang diberikan hanya terdiri dari produk fisik, misalnya sabun mandi, pasta gigi atau shampotanpa adanya jasa atau pelayanan lainnya yang menyertai produk tersebut.

b.) Produk berwujud yang disertai layanan

Penawaran terdiri dari produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa layanan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dimana penjualannya tergantung kualitas produk dan tersedianya pelayanan pelanggan.

c.) Campuran

bukan hanya jasa saja yang ditawarkan tetapi juga dengan proporsi yang sama. Misal orang yang sering mengunjungi baik karena makanan maupun penyajiannya.

d.) Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan.

Penawaran yang terdiri dari jasa utama yang disertai jasa tambahan dan barang pendukung lainnya. Misalnya rekreasi diwisata pemancingan. Dalam hal ini berarti kita telah membeli jasa wisata yang dikunjungi dan selama berwisata, kita ditawarkan fasilitas rekreasi dan jasa tambahan diwisata tersebut. Untuk

menikmati produk dan jasa yang ditawarkan selama berkunjung, maka kita harus datang ke tempat wisata terlebih dahulu.

e.) Jasa murni.

Produk yang ditawarkan berupa jasa saja, seperti pendidikan, psikoterapi dan sebagainya.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Kotler (2009), menyatakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran yang terdiri *intangibility* (bervariasi), *inseparability* (tidak terpisahkan), *variability* (bervariasi), *perishability* (mudah lenyap). Keempat karakteristik jasa tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu obyek, alat, atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses kinerja (*performance*) atau usaha. Oleh sebab itu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum dikonsumsi.

b. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

c. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output* artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

d. *Perishability*

Suatu jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang mudah lenyap tidak akan jadi masalah apabila permintaan tetap. Masalah akan timbul apabila permintaan akan jasa berfluktuatif.

2.3 Perilaku Konsumen

Menurut Fitriyana (2009), perilaku konsumen merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan yang menganut konsep pemasaran dengan tujuan memberi kepuasan kepada konsumen. Mempelajari perilaku konsumen berarti mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk memperoleh produk dan jasa yang mereka inginkan. Didalamnya mencakup pembahasan mengenai jenis, alasan, waktu, tempat dan frekuensi pembelian yang dilakukan serta pemakaian suatu produk atau jasa.

Menurut Sumarwan (2010), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut Handayani (2011), perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk menilai, memperoleh, dan menggunakan barang dan jasa melalui proses pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan. Keputusan konsumen menggunakan sumberdaya yang dimiliki untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan meliputi jenis, alasan pembelian, waktu membeli, tempat membeli, dan frekuensi pembelian serta frekuensi pemakaian suatu produk atau jasa.

2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Sumarwan (2004), berbagai keputusan mengenai aktivitas sering kali harus dilakukan oleh setiap konsumen pada setiap hari. Perilaku konsumen berusaha memahami bagaimana konsumen mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa. Selain itu, disiplin perilaku konsumen juga berusaha mempelajari bagaimana konsumen mengambil keputusan dan memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan yang terlibat dalam pengambilan keputusan tersebut.

Menurut Kotler (2008), proses keputusan konsumen untuk membeli suatu produk tidak terbentuk begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh banyak faktor.

1. Faktor lingkungan

a. Budaya

Adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar bagi anggota masyarakat dan instansi penting lainnya

b. Sub budaya

Terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang serupa.

c. Kelas sosial

Adalah pembagian masyarakat yang relatif dan permanen yang tersusun dan memiliki anggota dengan nilai, minat, dan perilaku yang sama.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok acuan

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. Kelompok keanggotaan terdiri atas kelompok primer (teman,

keluarga, tetangga dan rekan kerja), kelompok sekunder (kelompok keagamaan, profesional, dan asosiasi perdagangan).

b. Keluarga

Dalam keluarga mempunyai sumber nilai, sikap, tingkah laku dan aspirasi bagi anggotanya yang mempunyai pengaruh besar terhadap perilaku dan motivasi pembeli.

c. Peran dan status

Adalah posisi seseorang dalam kelompok yang meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang dimana masing-masing peran tersebut akan menghasilkan status.

3. Faktor pribadi

a. Umur dan siklus hidup

Orang yang membeli barang dan jasa yang berbeda disepanjang hidupnya.

b. Pekerjaan

Pekerjaan akan mempengaruhi barang dan jasa yang dibeli dan kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa.

c. Gaya hidup

Pola hidup seseorang yang di deskripsikan dalam aktifitas, minat dan opininya.

d. Kepribadian

Adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

4. Faktor psikologis

a. Motivasi

Kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak secara kuat mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut.

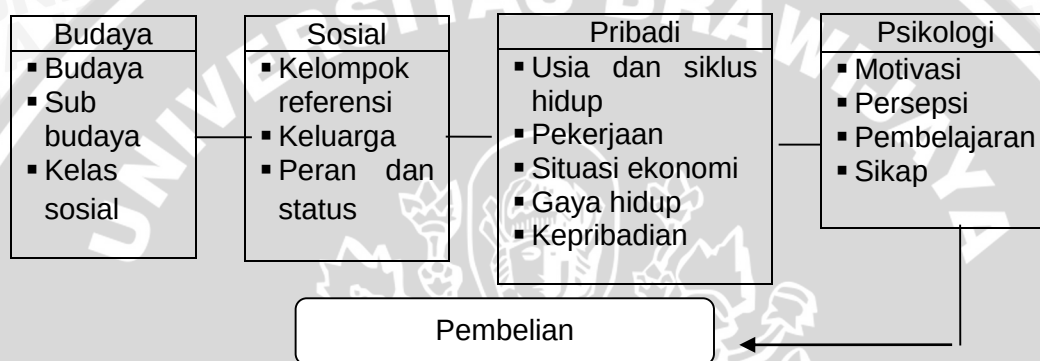
b. Persepsi

Seseorang yang bermotifasi akan siap bertindak dalam proses menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti tentang dunia.

c. Pembelajaran

Perubahan perilaku seseorang saat bertindak karena mereka belajar pengalaman.

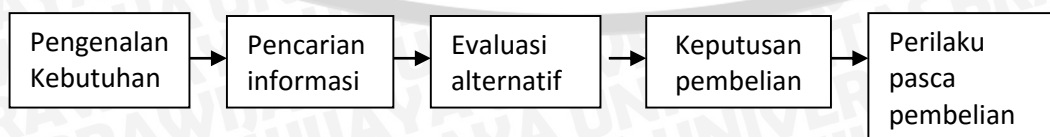
Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Kotler dan Armstrong, 2008)

2.5 Pengambilan Keputusan Konsumen

Keputusan konsumen yang di laksanakan dalam bentuk tindakan membeli tidak dapat muncul begitu saja melainkan melalui suatu tahapan tertentu. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka harus menentukan alternatif pilihan. Keputusan konsumen melewati lima tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler, 2000). Seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen (Kotler, 2007)

Proses pertama pengambilan keputusan adalah pengenalan kebutuhan. Proses pembelian dimulai saat membeli kebutuhan. Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu. Dengan mengumpulkan informasi dari konsumen, pemasar dapat mengidentifikasi rangsangan yang paling sering membangkitkan minat akan suatu kategori produk. Pemasar kemudian dapat mengembangkan strategi pemasaran yang memicu minat konsumen.

Tahap kedua adalah pencarian informasi yaitu suatu kegiatan termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan di dalam ingatan konsumen dan pengumpulan informasi dari pasar. Pada tahap ini perhatian utama pemasar adalah sumber informasi utama yang akan dicari konsumen. Menurut Kotler (2002), sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu :

1. Sumber pribadi : Keluarga, teman, tetangga, kenalan
2. Sumber komersial : Iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan
3. Sumber publik : Media massa, organisasi penilai konsumen
4. Sumber pengalaman : Penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk

Tahap ketiga adalah evaluasi alternatif yaitu proses dimana suatu alternatif pilihan dievaluasi dan dipilih konsumen. Pada tahap ini konsumen harus:

1. Menentukan kriteria evaluasi yang akan digunakan
2. Memutuskan alternatif mana yang akan dipertimbangkan
3. Menilai kinerja alternatif yang dipertimbangkan.
4. Memilih dan menerapkan kaidah keputusan untuk membuat suatu pilihan akhir.

Tahap keempat adalah keputusan pembelian. Tahap ini konsumen mengambil keputusan mengenai apa yang dibeli, kapan membeli, dimana membeli dan bagaimana cara membayar.

Tahap 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 mengonsumsi ulang produk tersebut. Sedangkan perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian dan konsumsi terhadap produk tersebut.

2.6 Proses dari Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Menurut Premono dan Kunano (2007), bahwa perilaku konsumen sangat mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli, mengambil atau menghabiskan sesuatu. Tahapannya di mulai dengan pengenalan masalah diikuti dengan mencari informasi yang di lanjutkan dengan evaluasi alternatif yang berupa tahap penyeleksian. Tahap terakhir pengambilan keputusan tergantung pada tingkat kepuasan yang didapat dari mengonsumsi produk dan jasa tersebut.

Perilaku konsumen di nyatakan bahwa proses pertukaran melibatkan serangkaian langkah-langkah, di mulai dari tahap perolehan, tahap konsumsi dan berakhir pada tahap disposisi. Adapun penjelasannya sebagai berikut (Mowen dan Minor, 2001).

1. Tahap perolehan berkaitan dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan produk dan jasa oleh konsumen. Salah satu faktor penting dalam pencarian dan penyeleksian barang atau jasa adalah simbolisme produk. Simbolisme produk berarti bahwa konsumen biasanya membeli barang atau jasa untuk menggambarkan dan mengekspresikan diri kepada orang lain.
2. Tahap konsumsi berarti bahwa tahap ini menunjukkan bagaimana pola konsumen dalam menggunakan barang atau jasa serta pengalaman konsumen saat menggunakan barang dan jasa tersebut.

3. Tahap disposisi menggambarkan bagaimana dan apa yang dilakukan konsumen setelah mengonsumsi barang atau menggunakan jasa tertentu.

2.7 Preferensi Konsumen

Preferensi adalah kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain. Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuatan keputusan dari seseorang individu. Secara lengkap komponen-komponen tersebut adalah persepsi, sikap, nilai, kecenderungan. Komponen tersebut saling mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Dengan melihat preferensi dapat memberikan masukan bagi bentuk partisipasi dalam proses perencanaan (Porteus dalam Dwiputra, 2013).

Menurut Nicholson (2001), suatu konsep preferensi menyatakan bahwa jika seseorang mengatakan dia lebih menyukai A daripada B, ini berarti segala kondisi dibawah A tersebut disukai daripada kondisi dibawah pilihan B. Hubungan preferensi konsumen biasanya diasumsikan memiliki tiga sifat dasar yaitu :

1. Kelengkapan (*Completeness*)

Jika A dan B merupakan dua kondisi, maka tiap orang harus bisa memspesifikasikan apakah :

- a. A lebih suka daripada B
- b. B lebih suka daripada A
- c. A dan B sama-sama disukai

Dengan properti ini tiap orang diasumsikan tidak pernah bingung dalam menentukan pilihan sebab mereka tahu mana yang baik dan mana yang buruk. Dengan demikian selalu bisa menjatuhkan pilihan diantara dua alternatif.

2. Transitivitas (*Transitivity*)

Jika seseorang mengatakan ia lebih menyukai A daripada B, dan B lebih disukai daripada C, maka ia harus lebih menyukai A daripada C. Dengan demikian seseorang tidak bisa mengartikulasikan preferensinya yang saling bertentangan. Properti ini mengasumsikan bahwa konsumen selalu dapat membuat peringkat atas semua situasi dan kondisi mulai dari hal yang paling disukai hingga hal yang paling tidak disukai.

3. Kesenambungan (*Continuity*)

Jika seseorang menyukai A, akan terus menyukai A.

Preferensi konsumen dipengaruhi oleh karakteristik konsumen. Karakteristik konsumen adalah sifat-sifat yang membedakan konsumen satu dengan konsumen yang lain. Menurut Rahayu (2006), perbedaan tersebut meliputi :

1. *Object* (Apa yang Dibeli)

Berdasarkan produk atau barang apa yang dibeli dapat digabungkan dalam barang konsumsi dan barang industri.

2. *Objective* (Mengapa Membeli)

Tujuan konsumen membeli produk dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya faktor sosial, ekonomi dan psikologis.

3. *Occupant* (Siapa Konsumen)

Konsumen dapat dibedakan berdasarkan umur, pendapatan, tingkat pendidikan, mobilitas, selera dan sebagainya.

4. *Occasion* (Kapan Membeli)

Strategi pemasaran harus menyesuaikan dengan perbedaan tingkat pemakaian, yaitu pemakaian sering, ringan atau jarang.

5. *Operation* (Bagaimana Membeli)

Pembelian bukanlah hanya satu tindakan saja bagi konsumen, melainkan terdiri dari beberapa tindakan yang meliputi keputusan tentang jenis produk,

bentuk, merk, jumlah penjual, waktu dan cara pembayaran. Hal ini banyak dipengaruhi oleh kebiasaan konsumen.

6. *Organization* (Siapa yang terlibat dalam pembelian)

salah satu tugas pemasaran adalah menentukan siapa yang mengambil keputusan dalam membeli suatu barang dan jasa. Pemasar perlu mengetahui peran yang dimainkan orang dalam keputusan pembelian, yang mencakup pengambil inisiatif (inisiator), pemberi nasehat (influencer), pengambil keputusan pembelian(decider), pelaku pembelian (buyer), dan pengguna produk (user).

2.8 Ruang Lingkup Pariwisata

2.8.1 Pariwisata

Menurut Yoeti (1996), pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (bisnis) atau mencari nafkah ditempat wisata tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginannya.

Damanik dan Weber (2006), pariwisata adalah kegiatan rekreasi untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin. Pariwisata menjadi bagian dari kebutuhan dasar masyarakat maju dan masyarakat berkembang. Pariwisata semakin berkembang sejalan perubahan sosial, budaya, ekonomi, teknologi dan politik.

Pariwisata merupakan kegiatan berpindah atau perjalanan orang secara teporer dari tempat mereka biasa bekerja dan menetap ke tempat luar guna mendapatkan kenikmatan dalam perjalanan ditempat tujuan. Kenikmatan tersebut merupakan suatu jasa yang diberikan alam kepada manusia sehingga manusia merasa perlu untuk mempertahankan eksistensi alam (Yulianda, 2007).

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Selain itu ditempat wisata didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah.

2.8.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang sekaligus untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara (Yuliani, 2013). Ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

1. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
2. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
3. Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara.
4. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

5. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
6. Wisata bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut.
7. Wisata cagar alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

Menurut objeknya, Suwena dan Widyatmaja (2010), mengelompokkan jenis pariwisata sebagai berikut:

1. *Cultural tourism*, yaitu jenis pariwisata yang dimana motivasi wisatawan melakukan perjalanan disebabkan adanya daya tarik seni dan budaya suatu tempat dan daerah.
2. *Recuperational tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan penyakit, seperti mandi di sumber air panas, mandi lumpur dan lain-lain.
3. *Commercial tourism*, yaitu jenis pariwisata yang motivasi perjalanan dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional dan internasional.
4. *Sport tourism*, yaitu jenis pariwisata yang motivasi perjalanannya adalah untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat.
5. *Political tourism*, yaitu jenis pariwisata yang motivasi perjalanannya untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara. Misalnya, menyaksikan peringatan kemerdekaan suatu negara.

6. *Social tourism*, yaitu jenis pariwisata yang dari segi penyelenggaraannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan, misalnya *study tour*, *picnic* dan lain-lain.
7. *Religion tourism*, yaitu jenis pariwisata yang motivasi perjalanannya dengan tujuan melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan, seperti upacara Bali Krama di Besakih, haji umroh bagi agama islam dan lain-lain.

2.8.3 Ekowisata Bahari

Menurut Damanik dan Weber (2006), ekowisata merupakan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan. Dalam ekowisata ini, kegiatan wisata yang bertanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan sangat ditekankan dan merupakan ciri khas ekowisata. Pihak yang berperan penting dalam ekowisata bukan hanya wisatawan, tetapi juga pelaku wisata lain (*tour operation*) yang memfasilitasi wisatawan untuk menunjukkan tanggungjawab tersebut.

Ekowisata merupakan wisata berorientasi pada lingkungan untuk menjembatani kepentingan perlindungan sumberdaya alam/lingkungan dan industri kepariwisataan. Sumberdaya Ekowisata terdiri dari sumberdaya alam dan sumberdaya manusia yang diintegrasikan menjadi komponen terpadu bagi pemanfaatan wisata (Yulianda, 2007).

Ekowisata bahari merupakan kegiatan wisata pesisir dan laut yang dikembangkan dengan pendekatan observasi laut. Pengelolaan ekowisata bahari merupakan suatu konsep pengelolaan yang memprioritaskan kelestarian dan memanfaatkan sumberdaya alam dan budaya masyarakat (Yulianda, 2007). Menurut META (2002), ekowisata bahari pada dasarnya mencoba untuk menetapkan dan memelihara suatu hubungan simbiotik antara wisata dengan lingkungan bahari yang alami. Berarti berkaitan dengan wisata yang memberikan

wisatawan suatu kepuasan pengalaman sambil menghargai nilai konservasi yang hkiki dari lingkungan alami dimana ekowisata bahari tergantung dari hal itu.

Menurut Yulianda (2007), kegiatan wisata yang dapat dikembangkan dengan konsep ekowisata bahari dikelompokkan menjadi dua yaitu wisata pantai dan wisata bahari. Wisata pantai merupakan kegiatan wisata yang mengutamakan sumberdaya pantai dan budaya masyarakat pantai seperti rekreasi, olahraga, menikmati pemandangan dan iklim. Sedangkan wisata bahari merupakan kegiatan wisata yang mengutamakan sumberdaya bawah laut dan dinamika air laut.

Tabel 2. Kegiatan Ekowisata Bahari Yang Dapat Dikembangkan

Wisata Pantai	Wisata Bahari
1. Rekreasi pantai 2. Panorama 3. Resort/peristirahatan 4. Berenang, berjemur 5. Olahraga pantai 6. Berperahu 7. Wisata mangrove	1. Rekreasi pantai dan laut 2. Resort/peristirahatan 3. Wisata selam dan wisata snorkling 4. Wisata ekosistem lamun, wisata pendidikan 5. Wisata satwa

Sumber: Yulianda, 2007

2.8.4 Wisatawan

Menurut Damanik dan Weber (2006), wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Perubahan yang terjadi dalam kehidupan mereka berdampak langsung pada kebutuhan wisata yaitu permintaan wisata. Selain itu tingkat kesejahteraan masyarakat akan berpengaruh pada tatanan permintaan produk wisata.

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009). Jadi, menurut pengertian ini semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting, perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi. *Pasific Area Travel Association* memberi batasan bahwa waktu 24 jam dan maksimal 3 bulan didalam suatu negeri yang bukan negeri dimana biasanya ia tinggal, mereka ini meliputi:

- a. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang untuk keperluan pribadi dan kesehatan.
- b. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk pertemuan, konferensi, musyawarah atau sebagai utusan berbagai badan/organisasi.

Menurut Burkart dan Medlik (1981) dalam Kurniawan (2013), wisatawan memiliki empat ciri utama. Keempat ciri ini adalah:

1. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di berbagai tempat tujuan.
2. Tempat tujuan wisatawan berbeda dari tempat tinggal dan tempat kerjanya sehari-hari karena itu kegiatan wisatawan tidak sama dengan kegiatan penduduk yang berdiam dan bekerja ditempat tujuan wisata.
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 untuk menetap ditempat tujuan atau bekerja untuk mencari nafkah.

2.8 Pemasaran Jasa

Menurut Foster (1974), menyebutkan bahwa pemasaran adalah fungsi management yang mengorganisasi dan menjuruskan semua kegiatan perusahaan yang meliputi penilaian dan pengubahan tenaga beli konsumen menjadi permintaan yang efektif terhadap sesuatu barang atau jasa serta penyampaian barang atau jasa tersebut kepada konsumen terakhir atau pemakai, sehingga perusahaan dapat mencapai laba atau tujuan lain yang ditetapkannya.

Jasa merupakan aktivitas ekonomi atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lainnya dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Berdasarkan definisi tersebut, Hurriyati (2008) menyatakan bahwa jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Suatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen;
2. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik;
3. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
4. Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Industri jasa saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh sangat pesat. Menurut Hurriyati (2008), pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar. Pemasaran memberi hubungan timbal balik yang dinamis antara produk dan jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kegiatan-kegiatan para pesaing. Fungsi pemasaran terdiri dari 3 komponen kunci yaitu sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran (*marketing mix*), unsur-unsur internal penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi;
2. Kekuatan pasar, merupakan peluang dan ancaman eksternal dimana operasi pemasaran sebuah organisasi berinteraksi;
3. Proses penyelarasan, merupakan proses strategik dan manajerial untuk memastikan bahwa bauran pemasaran jasa dan kebijakan-kebijakan internal organisasi sudah layak untuk menghadapi kekuatan pasar.

2.10 Pembangunan Wisata Pantai yang Berkelanjutan

Pembangunan wisata pantai yang berkelanjutan hanya dapat dilakukan oleh beberapa populasi (termasuk pengembangan kegiatan yang bersosiasi dengan sumberdaya pesisir) yang secara langsung melibatkan daya dukung keseimbangan ekosistem pantai. Dengan kata lain, pembangunan ekonomi dikawasan pesisir pantai dapat terlaksana jika pendapatan total penduduk berasal

dari sumberdaya dan lingkungan yang berada disekitar mereka (Pradyamita, 2001).

Pembangunan pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik pengembangan harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek tersebut antara lain aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/kompatibilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, derajat manajemen kontrol dan tingkat resistensi komunitas lokal (Patani, 2009).

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2012), industri pariwisata berkelanjutan lebih ramah lingkungan dan sosial terhadap pembangunan yang secara sosial inklusif dan melestarikan modal lingkungan, sehingga indutri dapat bertumbuh dalam jangka menengah dan jangka panjang. Hal ini juga akan semakin meningkatkan pemenuhan atas permintaan pasar kompetitif. Konsep pariwisata berkelanjutan mengindikasikan adanya kesadaran tentang konsep keberlanjutan, yang beraspek multidimensi: ramah lingkungan, secara ekonomi dapat memberi manfaat, secara sosial budaya dapat diterima dan menempatkan masyarakat sebagai subyek inti dalam pembangunan.

Menurut *World Tourism Organization* (2013), pariwisata berkelanjutan menekankan penyelenggaraan pariwisata bertanggung jawab yang memenuhi kebutuhan dan aspirasi manusia saat kini, tanpa mengorbankan potensi pemenuhan kebutuhan dan aspirasi manusia di masa mendatang dengan menerapkan prinsip layak secara ekonomi (*economically feasible*), lingkungan (*environmentally viable*), sosial (*socially acceptable*), dan tepat guna secara teknologi (*technologically appropriate*).

2.11 Tabulasi Silang (Cross Tabulation)

Tabulasi silang adalah teknik untuk membandingkan atau melihat hubungan antara dua variabel atau lebih. Agar mudah dibaca, variabel terikat (variabel dependen) biasanya disusun pada garis *row*, sedangkan variabel bebas (variabel independen) disusun pada garis *kolom* (Rangkuti, 2009).

Hipotesis yang digunakan dalam tabulasi silang adalah:

H_0 artinya tidak ada hubungan antar variabel

H_1 artinya ada hubungan antar variabel

Rumus pengujian statistik yang digunakan untuk *Chi-Square* adalah:

$$CS = \sum \left\{ \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \right\}$$

Keterangan :

CS = nilai *Chi-Square*

O_{ij} = nilai sel yang diamati (*observed*)

E_{ij} = nilai sel yang diharapkan (*expected*)

Pengambilan keputusan pada tabulasi silang dilakukan berdasarkan perbandingan antara uji *chi-square* dengan tabel *chi-square*. Bila nilai hasil hitung *chi-square* kurang dari atau sama dengan tabel *chi-square* maka H_0 diterima. Namun bila hasil *chi-square* lebih besar dari tabel *chi-square* maka H_0 ditolak.

Dengan menggunakan SPSS 16, dapat dilihat uji ketergantungan dengan nilai *Asymp. Sig. (2-sided)* yang terdapat pada *chi-square test*. Bila *chi-square test* menampilkan hasil kurang dari atau sama dengan 0,05, maka H_0 ditolak. Namun bila *chi-square test* menampilkan hasil lebih dari 0,05, maka H_0 diterima.

2.12 Analisis Faktor

Menurut Wibisono (2000), analisis faktor merupakan salah satu teknik interdependen metrik dalam analisis multivariat. Analisis multivariat merupakan

metode aplikasi yang berhubungan dengan sejumlah besar pengukuran atas sebuah obyek dalam satu atau lebih sampel yang simultan dan bertujuan untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan meringkas faktor-faktor yang merupakan dimensi suatu variabel, definisi dan sebuah fenomena tertentu.

Analisis faktor menganalisis sejumlah variabel dari pengukuran atau pengamatan yang dititik beratkan pada teori dan kenyataan yang sebenarnya dan menganalisis hubungan antar variabel tersebut. Dimana variabel berasal dari faktor dasar yang jumlahnya lebih sedikit dari jumlah variasi yang ada pada variabel. Analisis faktor menyederhanakan hubungan yang kompleks pada set data atau variabel amatan dengan menyatukan faktor yang saling berhubungan pada suatu struktur data yang baru yang mempunyai set faktor yang lebih sedikit (Fitriana, 2009).

Menurut Santoso (2010), untuk menguji kesesuaian pemakaian analisis faktor, digunakan metode *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*.

Tabel 3. Ukuran ketepatan *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*.

Harga KMO	Rekomendasi
0,9	Baik sekali
0,8	Baik
0,7	Sedang
0,6	Cukup
0,5	Kurang
< 0,5	Ditolak

Sumber: Santoso, 2010

Untuk menentukan apakah proses pengambilan sampel sudah memadai atau tidak, digunakan pengukuran *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*.

Angka MSA berkisar antara 0 sampai 1, dengan kriteria:

- MSA=1, variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- MSA>0,5, variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.
- MSA<0,5, variabel tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Menurut Fitriana (2009), analisis faktor memiliki prinsip kerja dimana dari n variabel yang diamati, dimana dari beberapa variabel mempunyai korelasi maka dikatakan bahwa variabel tersebut memiliki p faktor umum (*common factor*) yang mendasari korelasi antar variabel dan juga m faktor unik (*unique factor*) yang membedakan tiap variabel. Faktor umum dilambangkan dengan $F_1, F_2, F_3, \dots, F_m$ dan faktor unik $U_1, U_2, U_3, \dots, U_m$. Model matematis dasar analisis faktor yang digunakan untuk setiap variabel independen X_i adalah sebagai berikut:

$$X_i = \sum_{j=1}^m A_{ij}F_j + b_iU_i \quad i = 1, 2, 3, \dots, n$$

Dimana:

X_i = variabel independen ke-i

F_j = Faktor kesamaan ke-j

U_i = Faktor unik ke-i

A_{ij} = Koefisien faktor ksamaan

B_i = koefisien faktor unik

2.13 Penelitian Terdahulu

Fitriyana (2009), Penelitian yang dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan analisis faktor. Hasil dari penelitian yang didapat adalah berdasarkan analisis diketahui bahwa proses pengambilan keputusan pada tahap pengenalan kebutuhan tujuan utama konsumen berkunjung adalah untuk memancing (56%). Tahap pencarian informasi melalui keluarga/teman (63%) dan fokus perhatian paling besar adalah fasilitas (41%). Pada tahap evaluasi adalah lokasi yang mudah dijangkau (56%). Tahap pengambilan keputusan adalah lokasi yang mudah dijangkau (62%). Pada tahap pasca pembelian sebagian besar konsumen menyatakan suka setelah berkunjung (52%) dan puas (59%). Dari hasil analisis faktor diperoleh faktor yang paling dipentingkan adalah berwujud (0,655), kesigapan (0,649), keandalan (0,514), keyakinan (0,414) dan perhatian (0,125).

Handayani (2011), Penelitian yang dilakukan menggunakan alat analisis deskriptif dan analisis faktor. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa terbentuk 8 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam preferensi konsumen Rahat Café. Kedelapan faktor tersebut adalah kualitas pelayanan, perhatian, dukungan teknologi informasi dan jasa, mudah dijangkau, kualitas makanan, pilihan dan harga. Faktor yang paling utama adalah kualitas layanan. Sedangkan pada hasil analisis faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen adalah kualitas layanan. Hal ini dikarenakan Rahat Cafe adalah suatu usaha dengan kategori jasa campuran yang menjual produk berupa makanan dan minuman, serta pelayanan sebagai penunjang kepuasan konsumen. Keterkaitan antara kualitas produk dan kualitas layanan dalam sebuah restoran tidak bisa dipisahkan.

Kurniawan (2013), dalam penelitiannya analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis faktor. Hasil penelitian yang diperoleh karakteristik pengunjung umumnya didominasi oleh wanita (51%) umumnya telah menikah dan berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa. Analisis faktor mengenai pengunjung terhadap atribut wisata adalah yang terbesar yaitu faktor pengelolaan (6,321%), fasilitas utama (1,876%), penunjang wisata (1,448%), fasilitas tambahan (1,355%), prasarana wisata (1,117%) dan fasilitas informasi (1,022%).

Rizkhil (2014), dalam penelitiannya alat analisis yang digunakan yaitu deskriptif eksploratif. Hasil yang diperoleh yaitu terdapat enam aspek penilaian terhadap karakteristik tangibles secara keseluruhan kondisi kawasan dinilai cukup baik. Dari aspek motivasi tergolong jenis wisata untuk menikmati perjalanan (78,99%). Ditinjau dari daya tariknya, pengunjung termotivasi dari atraksi wisata yang ditawarkan, vitalitas yang tinggi, aksesibilitasnya mudah serta keterjangkauan jarak dan biaya sehingga terdorong dan suka melakukan kegiatan wisata di kawasan Teluk Palu.

2.14 Kerangka Pemikiran

Perkembangan dibidang jasa pariwisata khususnya wisata pantai terlihat dibeberapa daerah, salah satunya Kecamatan Watulimo. Perkembangan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pengunjung setiap tahunnya serta banyaknya jenis tempat wisata pantai yang ditawarkan produsen akan menjadi persaingan dalam suatu pemasaran. Wisata Pantai Kecamatan Watulimo merupakan wisata pantai yang membutuhkan pengetahuan mengenai perilaku wisatawan untuk bertahan dalam persaingan.

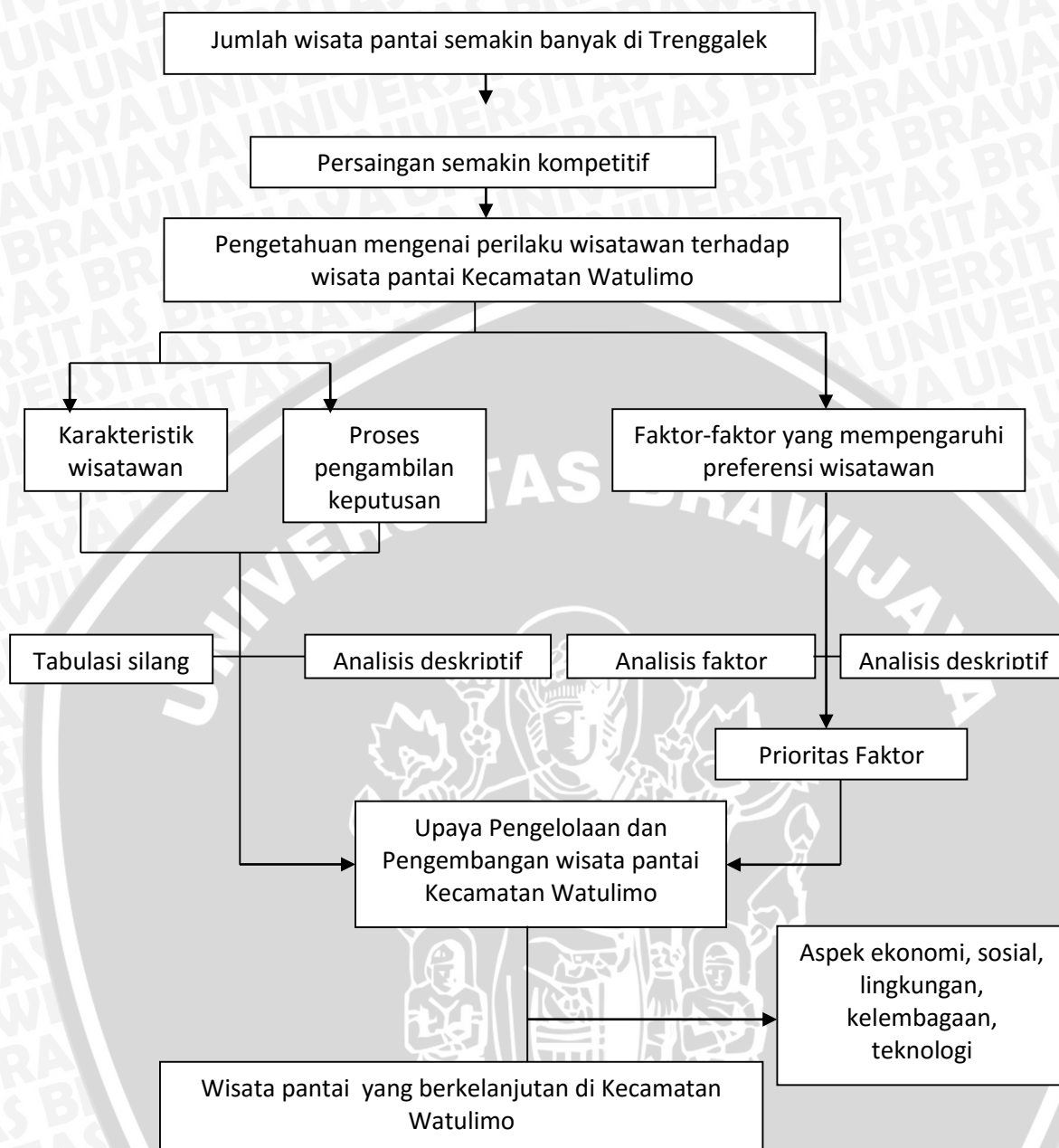
Pengetahuan mengenai perilaku wisatawan terhadap wisata pantai di Kecamatan Watulimo meliputi karakteristik pengunjung, proses dalam pengambilan keputusan berkunjung dan faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan. Karakteristik wisatawan sangat bervariasi. Pengelola seharusnya terlebih dulu mengetahui informasi karakteristik wisatawan secara akurat agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung. Sedangkan proses pengambilan keputusan berkunjung meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan berkunjung dan perilaku pasca kunjungan.

Kuesioner yang diberikan kepada wisatawan memberikan informasi mengenai karakteristik dan proses keputusan berkunjung. Untuk menganalisis karakteristik dan proses keputusan berkunjung dilakukan dengan cara analisis deskriptif dan tabulasi silang. Sedangkan untuk menganalisis preferensi wisatawan digunakan analisis multivariat yaitu analisis faktor dan analisis deskriptif. Sehingga hasil yang didapatkan dijadikan informasi dalam pengelolaan dan pengembangan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

Adanya upaya pengelolaan untuk mengembangkan wisata pantai tersebut, diperlukan konsep keberlanjutan. Hal ini dilakukan agar Wisata Pantai Kecamatan Watulimo tetap lestari sesuai dengan prinsip-prinsip wisata yang berkelanjutan

yang berpegang pada aspek ekonomi, sosial, lingkungan, kelembagaan, dan teknologi. Dengan harapan kegiatan pariwisata di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo ini dapat berkembang tidak hanya jangka pendek tetapi jangka menengah dan jangka panjang.





Gambar 3. Alur Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo, Trenggalek yang berlokasi pada 4 pantai diantaranya Pantai Pasir Putih (Karanggongso), Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan November 2016.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai karakteristik wisatawan, pengambilan keputusan dan preferensi wisatawan terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

Menurut Indriantoro (2012), penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan *current* status dari obyek yang diteliti. Tipe penelitian ini biasanya berkaitan dengan opini (individu, kelompok, organisasi), kejadian atau prosedur. Penelitian ini biasanya dilakukan tanpa hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Pendapat ini didukung oleh Arikunto (2005), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan adanya suatu variabel, gejala, atau keadaan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian berkaitan dengan sumber data dan pemilihan metode yang digunakan digunakan untuk memperoleh data. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

3.3.1 Jenis Data

Jenis data penelitian dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: jenis data kuantitatif dan kualitatif. Menurut Sugiyono (2014), jenis data kuantitatif yaitu data yang dapat diklasifikasikan, konkrit, terukur, terdapat hubungan sebab akibat dan data bersifat kuantitatif atau statistik. Sedangkan jenis data kualitatif yaitu data yang memandang realitas sosial sesuatu yang kompleks, utuh/ holistik, data berupa kata-kata, bersifat deskriptif, dan hubungan gejala interaktif.

Jenis data pada penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yaitu berupa gambaran-gambaran yang bersifat deskriptif meliputi profil keindahan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo, karakteristik wisatawan, proses pengambilan keputusan oleh wisatawan serta faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan.

3.3.2 Sumber Data

Menurut Indriantoro dan Supomo (2012), sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data, disamping jenis data. Sumber data penelitian terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Menurut Suyanto dan Sutinah (2007), menyatakan bahwa data primer merupakan suatu analisis yang mempertimbangkan informasi atau data utama (data dari tangan pertama) yang diperoleh dalam suatu penelitian.

Menurut Agung (2012), data primer merupakan data yang diperoleh dari peneliti atau lembaga tertentu langsung dari sumbernya. Data tersebut digunakan

untuk memecahkan suatu masalah. Data ini sering disebut data asli, terdiri dari hasil wawancara, pengisian kuesioner atau bukti transaksi.

Data primer yang diperoleh pada penelitian ini didapatkan secara langsung dari hasil observasi, wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden. Pada hasil observasi terdiri dari sarana dan prasarana, sumberdaya serta keindahan pada wisata pantai (Pasir Putih, Prigi, Cengkong dan Damas). Pada wawancara, dilakukan kepada pihak pengelola, Dinas Pariwisata, POKMASWAS dan masyarakat sekitar mengenai keadaan, pengelolaan dan pengembangan wisata pantai tersebut. Sedangkan untuk pengisian kuesioner terhadap data yang diperoleh mengenai karakteristik wisatawan terdiri atas nama, umur, jenis kelamin, asal, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan pengeluaran. Data mengenai proses pengambilan keputusan terdiri atas pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan kunjungan dan evaluasi pasca kunjungan). Data mengenai preferensi wisatawan yang terdiri atas atribut wisata pantai yang terdiri dari faktor aksesabilitas, daya tarik, pengelolaan, sarana prasarana, pelayanan pengunjung dan pemasaran.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu data yang sudah tersedia sehingga si peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan data tersebut, sehingga data sekunder dapat diperoleh si peneliti dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia, misalnya di perpustakaan, perusahaan-perusahaan, organisasi-organisasi perdagangan, biro pusat statistik dan kantor-kantor pemerintah (Sarwono, 2006).

Menurut Umar (2002), data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan kemudian disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer maupun oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel maupun oleh pihak lain misalnya dalam bentuk diagram.

Data sekunder yang diperoleh pada penelitian ini terdiri dari keadaan umum lokasi penelitian (topografi dan geografi), profil wisata pantai (Pasir Putih, Prigi, Cengkrong dan Damas), data kependudukan, data jumlah pengunjung wisata pantai dan data keadaan perikanan di Kecamatan Watulimo. Data tersebut diperoleh dari Kantor BPS, Kantor Dinas Kelautan dan Perikanan, dan Kantor Dinas Pariwisata dan Keolahragaan Kecamatan Watulimo.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel merupakan dua hal pokok yang sangat dibutuhkan dalam suatu penelitian. Kedua komponen ini digunakan untuk mengetahui bagaimana teknik pengambilan sampel dan penentuan jumlah sampel. Penjelasan mengenai populasi dan sampel adalah sebagai berikut:

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, 2014).

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berwisata di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo terdiri dari Pantai Pasir Putih, Prigi, Cengkrong dan Damas. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui karena jumlah wisatawan yang datang tidak tetap.

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 sehingga peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dalam sampel tersebut, maka kesimpulannya akan dapat digunakan untuk populasi. Sehingga sampel yang digunakan harus representatif (mewakili) (Sugiyono, 2014).

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *linear time function* sedangkan untuk teknik pengambilan sampel menggunakan *insidental sampling*.

3.4.2.1 Penentuan Jumlah Sampel

Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka dalam penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *linear time function*. Menurut Wardiyanta (2006), menyatakan bahwa apabila jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti, maka dalam menentukan jumlah sampel peneliti dapat menggunakan metode *linier time function* dalam penentuannya berdasarkan waktu efektif yang digunakan. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Harahap dan Setiawan (2013), karena populasi tidak diketahui secara pasti maka dalam penelitian untuk menentukan jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan rumus *linear time function* adalah sebagai berikut :

$$T = t_0 + t_1n$$

Penelitian ini dilakukan selama 6 hari dalam 3 minggu yaitu pada hari sabtu dan minggu karena pada hari tersebut merupakan hari yang ramai didatangi oleh wisatawan. Pengambilan data dalam sehari diperkirakan sekitar 5 jam. Sedangkan waktu pengisian kuesioner diperkirakan selama 20 menit. Maka jumlah sampel dapat dihitung dengan rumus :

$$T = t_0 + t_1n$$

$$n = (T - t_0) / t_1$$

Keterangan :

T = waktu penelitian (menit)

t_0 = periode waktu harian (menit)

t_1 = waktu pengisian kuesioner (menit)

n = jumlah responden

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 75 responden. Dibawah ini adalah perhitungan untuk menentukan jumlah sampel.

$$\begin{aligned}n &= (T - t_0) / t_1 \\&= (1800 - 300) / 20 \\&= 75 \text{ responden.}\end{aligned}$$

Keterangan:

- n = Jumlah responden (orang)
- T = Waktu untuk penelitian 6 hari (5 jam x 60 menit x 7 hari = 1800 menit)
- t₀ = Waktu pengambilan sampel 5 jam (5 jam x 60 menit = 300 menit)
- t₁ = Waktu yang digunakan responden untuk mengisi kuisisioner (20 menit)

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan *linear time function*, maka jumlah sampel yang dibutuhkan yaitu sebanyak 75 orang dan diharapkan sampel yang dapat mewakili populasi secara menyeluruh dalam penelitian dan mewakili beragam karakteristik wisatawan. Tujuh puluh lima sampel yang didapat, maka pengambilan responden dari 4 pantai masing-masing adalah 19 responden untuk Pantai Pasir Putih, 19 responden untuk Pantai Prigi, 19 responden untuk Pantai Cengkong, dan 18 responden untuk Pantai Damas. Alasan pengambilan sampel pada 4 lokasi wisata pantai karena ramai akan wisatawan yang berkunjung di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo, selain itu juga menjadi daya tarik wisatawan yang berkunjung.

3.4.2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah wisatawan yang berwisata ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *insidental sampling*. Menurut Sugiyono (2014), sampling insidental adalah teknik penemuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan

sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Penentuan sampel pada penelitian ini sesuai dengan pertimbangan atau kriteria dalam pengambilan sampel diantaranya :

1. Wisatawan berusia minimal ≥ 17 tahun. Usia seseorang akan mempengaruhi pola pengambilan keputusan dan emosi dalam menetapkan preferensi terhadap wisata yang akan dikunjungi.
2. Wisatawan yang mengunjungi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo pada hari Sabtu dan Minggu.
3. Wisatawan pria dan wanita yang mengunjungi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo diantaranya Pantai Cengkrong, Pantai Prigi, Pantai Damas dan Pantai Pasir Putih. Kriteria ini ditetapkan dengan harapan wisatawan sudah memiliki gambaran mengenai preferensinya terhadap atribut-atribut dan proses pengambilan keputusannya dalam berkunjung di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

3.5 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 metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

3.5.1 Observasi

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah dengan cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila: (1) sesuai dengan tujuan penelitian, (2) direncanakan dan dicatat secara sistematis, dan (3) dapat dikontrol

keandalannya (reliabilitasnya) dan kesahihannya (validitasnya) (Usman dan Akbar, 2006).

Menurut Husaini dan Purnomo (2008), menyatakan bahwa observasi adalah suatu pencatatan dan pengamatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, dicatat dan direncanakan secara sistematis, serta mudah dikontrol dan kesahihannya (validitasnya).

Observasi yang dilakukan selama penelitian di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo adalah dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek wisata pantai disana, sarana dan prasarana yang ada, para pengunjung beserta aktifitas-aktifitas yang dilakukan selama berada di obyek wisata tersebut serta pengembangan yang akan diterapkan di masing-masing wisata pantai tersebut.

3.5.2 Wawancara

Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Wawancara berguna untuk: (1) mendapatkan data dari tangan pertama atau di tangan pertama (primer), (2) pelengkap teknik pengumpulan lainnya, (3) menguji hasil pengumpulan data lainnya (Usman dan Akbar, 2006).

Wawancara merupakan suatu kegiatan untuk memperoleh informasi atau data-data dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka. Wawancara adalah salah satu elemen penting cara pengumpulan data dalam proses penelitian (Suyanto dan Sutinah, 2007).

Wawancara yang dilakukan selama penelitian dengan cara tatap muka secara langsung kepada pihak terkait seperti kepada pihak pengelola, Dinas Pariwisata, POKMASWAS dan masyarakat sekitar mengenai keadaan, pengelolaan dan pengembangan wisata pantai tersebut.

3.5.3 Kuesioner

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

Menurut Bungin (2010), penyusunan kuesioner bertujuan untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian, yang mana dalam penelitian ini informasi yang didapatkan memiliki nilai reliabilitas dan validitas yang tinggi. Semua pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner diharapkan berkaitan langsung dengan apa yang menjadi tujuan penelitian sehingga dapat menghemat waktu penelitian.

Kuesioner pada penelitian ini diberikan kepada wisatawan yang berwisata di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. Dapat dilihat pada Lampiran 5. Penyebaran kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data mengenai karakteristik wisatawan terdiri atas nama, umur, jenis kelamin, asal, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan pengeluaran. Data mengenai proses pengambilan keputusan terdiri atas pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan kunjungan dan evaluasi pasca kunjungan). Data mengenai preferensi wisatawan yang terdiri atas atribut wisata pantai yang terdiri dari faktor aksesabilitas, daya tarik, pengelolaan, sarana prasarana, pengaturan pengunjung dan pemasaran.

3.5.4 Dokumentasi

Menurut Bungin (2001), dokumentasi atau dokumenter merupakan metode pengambilan data dalam penelitian sosial. Metode ini digunakan untuk memperoleh atau menelusuri data historis dari obyek yang diteliti. Metode dokumenter digunakan dalam penelitian sosial karena pada hakikatnya sejumlah besar fakta dan data sosial tersimpan dalam pengetahuan sejarah yang berupa

dokumentasi. Data yang tersedia biasanya berupa surat-surat, catatan harian, laporan, kenang-kenangan dan lain-lain. Data tersebut didapatkan dari dokumen, monumen, artifak, foto, mikrofilm, *disc*, *tape*, *harddisk*, *cdrom*, dan sebagainya.

Menurut Sugiyono (2014), dokumentasi merupakan suatu pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam sebuah penelitian. Hasil yang didapat dari dokumentasi berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental. Sedangkan menurut Hasan (2013), kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (angket) yang ditujukan kepada aobjek yang diteliti (populasi).

Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan mengambil gambar pada lokasi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. Selain mengambil gambar, dokumentasi juga dilakukan dengan mengunjungi web untuk memperoleh tambahan informasi mengenai Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

3.6 Analisis Data

Analisis data penelitian merupakan bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian, umumnya peneliti menggunakan teknik statistik untuk menganalisis data penelitian. Teknik-teknik statistik yang digunakan tergantung pada konteks jawaban atau pemecahan masalah yang diinginkan dalam penelitian (Indriantoro, 2012).

Menurut Singarimbun (1989), menyatakan bahwa analisis data merupakan suatu usaha menjelaskan dan menambahkan informasi dalam penelitian yang dilakukan dengan tujuan memperkaya suatu data dan memahami fenomena sosial yang diteliti. Analisis data ini terbagi menjadi analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

3.6.1 Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran

a. Variabel Penelitian

Menurut Indriantoro (2012), menyatakan bahwa variabel-variabel penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan perlakuan peneliti terhadap suatu variabel, yaitu: variabel aktif dan variabel atribut. Variabel aktif adalah variabel penelitian yang dimanipulasi untuk keperluan penelitian eksperimen. Sedangkan variabel atribut merupakan variabel yang berkaitan dengan karakteristik manusia: sikap, karakter, status sosial-ekonomi dan umumnya variabel tersebut tidak dapat dimanipulasi.

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu variabel atribut. Proses pengambilan keputusan menggunakan variabel atribut yang terdiri atas pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan kunjungan dan perilaku pasca kunjungan. Sedangkan pada preferensi wisatawan terdiri atas aksesabilitas, daya tarik, pengelolaan, pemasaran, sarana dan prasarana. Dari masing-masing atribut tersebut terdiri atas beberapa indikator didalamnya.

b. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2014), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan adanya skala pengukuran, maka nilai variabel yang diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dengan angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Adapun macam-macam skala pengukuran dapat berupa: skala nominal, skala ordinal, skala interval dan skala rasio, dan dari skala pengukuran itu akan diperoleh data nominal, ordinal, interval, dan ratio.

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini yaitu Skala Likert, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrument berupa pernyataan atau pertanyaan.

Skala pengukuran pada instrumen penelitian dapat dilihat pada Tabel 4. Skala pengukuran ini digunakan untuk pemberian skor pada suatu variabel yang mempunyai degradasi dari sangat positif sampai sangat negatif adalah:

- Sangat Penting (SP) : 5
- Penting (P) : 4
- Kurang Penting (KP) : 3
- Tidak Penting (TP) : 2
- Sangat Tidak Penting (STP) : 1

Tabel 4. Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel	Sub variabel/indikator	Skala Pengukuran
Daya tarik	Keindahan alam (F ₁)	Skala Likert
	Kebersihan lokasi (F ₂)	
	Jenis kegiatan wisata pantai (F ₃)	
	Keamanan (F ₄)	
Aksesabilitas	Kondisi dan jarak tempuh (F ₅)	Skala Likert
	Waktu tempuh dari kota (F ₆)	
	Frekuensi kendaraan (F ₇)	
Pengelolaan	Pengelolaan kawasan (F ₈)	Skala Likert
	Keberadaan pedagang (F ₉)	
	Pelayanan pengunjung (F ₁₀)	
Iklim	Pengaruh cuaca dan iklim terhadap waktu kunjungan (F ₁₁)	Skala Likert

Lanjutan Tabel 4. Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Sarana dan prasarana	Sarana (F_{12})	Skala Likert
	Prasarana (F_{13})	
Pengaturan pengunjung	Kenyamanan (F_{14})	Skala Likert
Pemasaran	Sarana dan penyampaian informasi (F_{15})	Skala Likert
	Promosi wisata (F_{16})	
	Tarif/harga terjangkau (F_{17})	

3.6.2 Definisi Operasional

Menurut Wardiyanta (2006), definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur suatu variabel yang merupakan hasil penjabaran dari sebuah konsep. Pendapat lain dikemukakan Indriantoro (2012), definisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct* sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Berikut definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- Karakteristik Wisatawan, terdiri dari jenis kelamin, usia, status pernikahan, asal kedatangan, tingkat pendidikan, pekerjaan, rata-rata pendapatan, dan rata-rata pengeluaran.
- Proses pengambilan keputusan, terdiri dari pengenalan kebutuhan (tujuan dan manfaat berkunjung), pencarian informasi (sumber informasi, fokus utama wisatawan), evaluasi alternatif (pertimbangan dalam berkunjung, prioritas pilihan), keputusan berkunjung (tempat yang dikunjungi, cara memutuskan berkunjung, pengaruh kondisi lalu lintas, kendaraan yang digunakan, teman

berkunjung, besar pengeluaran, wisata pantai yang dikunjungi), evaluasi pasca kunjungan (tingkat kesukaan, tingkat kepuasan, pengaruh harga tiket).

- c. Preferensi Wisatawan, terdiri dari daya tarik (keindahan alam, kebersihan lokasi, jennis kegiatan, keamanan), aksesabilitas (kondisi dan jarak tempuh, waktu tempuh, frekuensi kendaraan), pengelolaan (pengelolaan kawasan, keberadaan jumlah pedagang), Iklim (pengaruh cuaca), sarana dan prasarana (warung, toilet, jalan), pengaturan pengunjung (kenyamanan) dan Pemasaran (sarana dan penyampaian informasi, promosi wisata, tarif/harga).

3.7 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menganalisis data yaitu dengan analisis deskriptif, tabulasi silang (*Cross tab*) dan analisis faktor. Berikut penjelasan dari metode analisis tersebut:

3.7.1 Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif merupakan suatu analisis data yang fokus pada permasalahan yang disarankan oleh informan dan lebih cenderung pada persoalan yang berhubungan dengan keadaan atau perubahan sosial. Analisis data deskriptif kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapang dan setelah dari lapang (Sugiyono, 2008).

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dengan mendiskripsikan profil keindahan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo, karakteristik wisatawan, proses pengambilan keputusan berkunjung dan preferensi wisatawan.

3.7.2 Tabulasi Silang (*Cross tab*)

Tabulasi silang adalah teknik untuk membandingkan atau melihat hubungan antara dua variabel atau lebih. Agar mudah dibaca, variabel terikat

(variabel dependen) biasanya disusun pada garis *row*, sedangkan variabel bebas (variabel independen) disusun pada garis *kolom* (Rangkuti, 2009).

Hipotesis yang digunakan dalam tabulasi silang adalah:

H_0 artinya tidak ada hubungan antar variabel

H_1 artinya ada hubungan antar variabel

Tabulasi silang pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara karakteristik wisatawan dengan proses keputusan berkunjung di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. Uji hipotesis digunakan adalah:

H_0 : Proses keputusan berkunjung tidak berhubungan dengan karakteristik wisatawan yang berkunjung di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo

H_1 : Proses keputusan berkunjung berhubungan dengan karakteristik wisatawan yang berkunjung di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo

3.7.3 Analisis Faktor

Analisis faktor pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui preferensi wisatawan terhadap atribut dari Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. 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 adalah data *summarization* atau lewat data *reduction* (pengurangan data) (Ghozali, 2011).

Menurut Sulyanto (2005), secara garis besar proses 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. Untuk ukuran sampel harus tepat, setidaknya jumlah sampel harus empat atau lima kali jumlah

variabel. Adapun variabel yang digunakan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan pada Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

Dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Variabel yang Digunakan dalam Analisis Faktor

Variabel	Sub variabel/indikator	Deskripsi
Daya tarik	Keindahan alam (F ₁)	Keindahan pantai di kecamatan Watulimo
	Kebersihan lokasi (F ₂)	Kebersihan lokasi dari sampah
	Jenis kegiatan wisata pantai (F ₃)	Menikmati keindahan alam, pendidikan, berperahu, berenang
	Keamanan (F ₄)	Terjaganya keamanan di wisata pantai
Aksesabilitas	Kondisi dan jarak tempuh (F ₅)	Kondisi jalan saat perjalanan dan jarak tempuh menuju tempat wisata
	Waktu tempuh dari kota (F ₆)	Waktu tempuh menuju tempat wisata
	Frekuensi kendaraan (F ₇)	Jumlah transportasi yang digunakan menuju tempat wisata
Pengelolaan	Pengelolaan kawasan (F ₈)	Pengelolaan kawasan sebagai tempat wisata pantai yang berkelanjutan
	Keberadaan pedagang (F ₉)	Adanya pedagang yang menjual makanan dan minuman
	Pelayanan pengunjung (F ₁₀)	Sikap dan pelayanan petugas kepada pengunjung
Iklim	Pengaruh cuaca dan iklim terhadap waktu kunjungan (F ₁₁)	Kondisi cuaca ketika wisatawan berkunjung di lokasi
Sarana dan prasarana	Sarana (F ₁₂)	Sarana (Musholla, toilet, warung makan, perahu, banana boat, kios oleh-oleh)
	Prasarana (F ₁₃)	Prasarana (Jalan, dermaga, gazebo, areal parkir, jembatan, jaringan telepon)
Pengaturan pengunjung	Kenyamanan (F ₁₄)	Keadaan mengenai kepuasan wisatawan terhadap pelayanan di wisata tersebut

Lanjutan Tabel 4. Variabel yang Digunakan dalam Analisis Faktor

Pemasaran	Sarana dan penyampaian informasi (F ₁₅)	Metode yang didapatkan bagaimana pengunjung mengetahui tempat wisata tersebut
	Promosi wisata (F ₁₆)	Promosi yang digunakan sehingga pengunjung memutuskan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut
	Tarif/harga terjangkau (F ₁₇)	Tarif masuk/ harga tiket ke lokasi terjangkau

2. Proses analisis faktor didasarkan pada matriks korelasi antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, untuk memperoleh analisis faktor maka variabel-variabelnya harus berkorelasi. Untuk menguji ketepatan dalam model faktor, uji statistik yang digunakan adalah *Barletts Test Sphericity* dan *Kaiser-Mayer-Olkin* (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampelnya. Uji ini dapat dilihat Tabel 6.

Tabel 6. Ukuran ketepatan *Kaiser-Mayer-Olkin* (KMO)

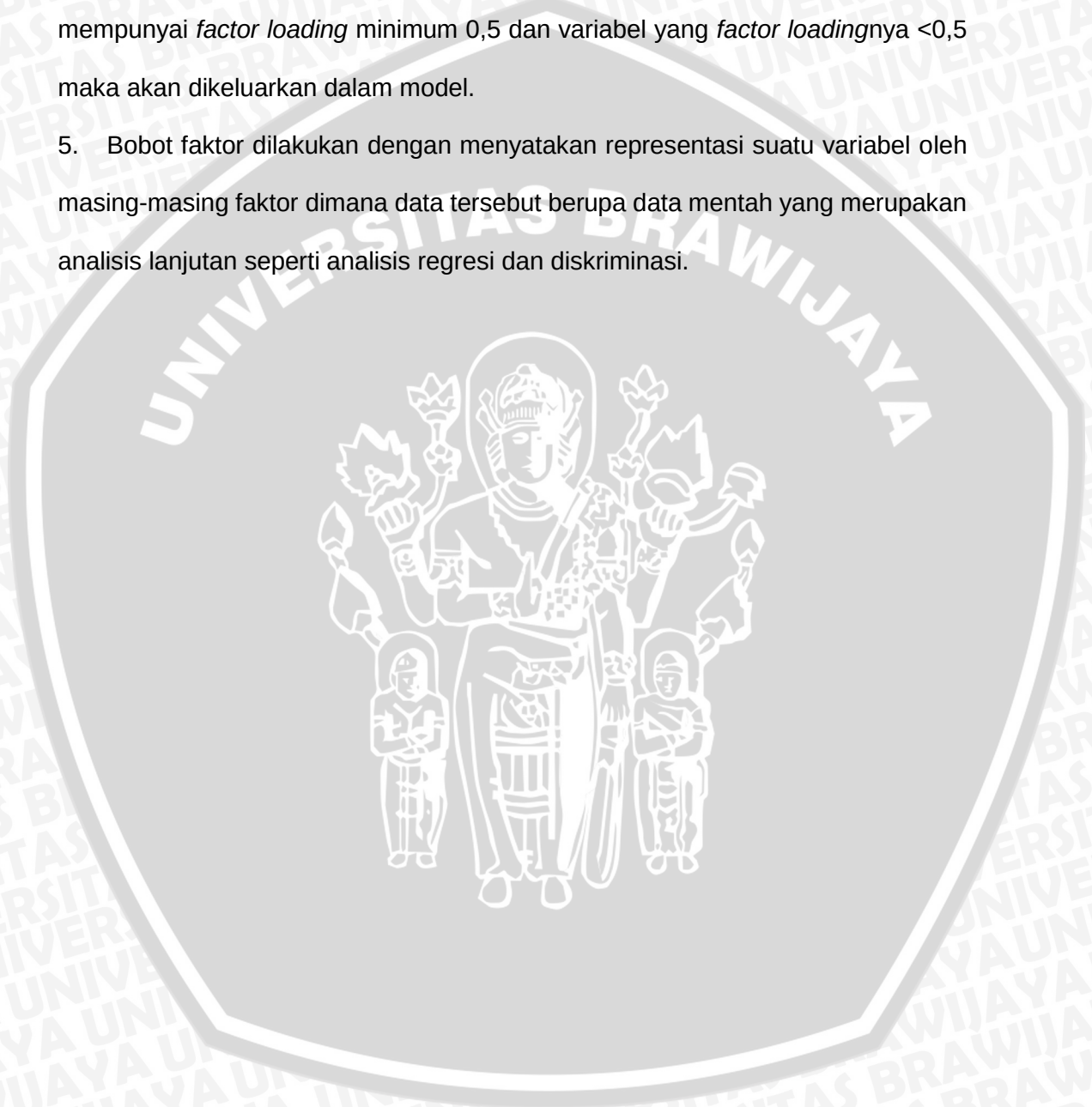
Harga KMO	Tingkat Kesesuaian Penggunaan Analisis Faktor
0,9	Baik sekali
0,8	Baik
0,7	Sedang/agak baik
0,6	Cukup
0,5	Kurang
<0,5	Ditolak

Sumber: Sulyanto, 2005

- 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 dari 1 dipertahankan dalam model analisis faktor, sedangkan yang lainnya dikeluarkan dalam model.
- Melakukan proses *Factor Rotation* atau rotasi pada faktor, hasil dari ekstraksi faktor dalam matriks faktor mengidentifikasi hubungan antar faktor dan variabel individual, namun dalam faktor tersebut banyak variabel yang berkorelasi sehingga

sulit diinterpretasikan. Melalui rotasi faktor matriks akan ditransformasikan kedalam matriks yang lebih sederhana sehingga mudah diinterpretasikan. Rotasi faktor menggunakan prosedur *varimax*.

4. Interpretasi atas faktor dilakukan dengan mengklarifikasikan variabel yang mempunyai *factor loading* minimum 0,5 dan variabel yang *factor loading*nya $<0,5$ maka akan dikeluarkan dalam model.
5. Bobot faktor dilakukan dengan menyatakan representasi suatu variabel oleh masing-masing faktor dimana data tersebut berupa data mentah yang merupakan analisis lanjutan seperti analisis regresi dan diskriminasi.



4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Keadaan Geografi dan Topografi

Kecamatan Watulimo mempunyai luas wilayah 154,44 km². Secara geografis terletak diantara 111°38'41"-112°46'41"BT dan 8°8'31"-8°23'01" LS. Kecamatan Watulimo berada di ketinggian 7-573 m dari permukaan laut. Adapun batas-batas Kecamatan Watulimo meliputi :

- Sebelah Utara : Kecamatan Gandusari
- Sebelah Timur : Kabupaten Tulungagung
- Sebelah Selatan : Samudera Indonesia
- Sebelah Barat : Kecamatan Munjungan dan Kecamatan Kampak.

Kecamatan Watulimo memiliki topografi daratan dan pantai. Kecamatan Watulimo berada di Prigi dengan jarak tempuh ke Ibukota kabupaten yaitu 44 km. Kecamatan Watulimo terbagi menjadi 12 kelurahan. Kecamatan Watulimo dapat dilihat pada Lampiran 1. Selain itu juga memiliki obyek wisata yang menjadi pilihan utama para wisatawan yaitu obyek wisata Pantai Karanggongso (Pasir Putih), Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas. Letak Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dapat dilihat pada Lampiran 2.

a. Pantai Karanggongso (Pasir Putih).

Pantai Karanggongso biasa disebut dengan Pasir Putih. Pantai ini memiliki jarak tempuh dari Kota Trenggalek yaitu 49,5 km. Pantai Karanggongso berlokasi ±3 km sebelah timur Pantai Prigi, tepatnya terletak di Desa Tasikmadu Kecamatan Watulimo ±52 km arah selatan kota Trenggalek. Luas Pantai Karanggongso sekitar 4 ha dan panjang 1 km.

b. Pantai Prigi

Luas Pantai Prigi adalah ±5 ha dan panjang ± 2 km. Pantai ini terletak di Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, atau sekitar 69 km arah selatan Kota

Trenggalek. Ditinjau dari keadaan topografi Kecamatan Watulimo terletak pada ketinggian 0-350 meter di atas permukaan laut dengan kemiringan 0-30%. Pantai Prigi terletak pada posisi koordinat $8^{\circ}11'8^{\circ}23'$ LS dan $111^{\circ}41'111^{\circ}44'$ BT. Pantai Prigi berjarak sekitar 48 Km dari Kabupaten Trenggalek dengan luas wilayah $82,94 \text{ Km}^2$ (8.294 Ha).

c. Pantai Cengkrong

Pantai Cengkrong terletak di Desa Karanggandu. Disebelah selatan Pantai Prigi, jarak dari Pantai Prigi kurang lebih 1000 meter dan pantai ini masih satu kawasan dengan Pantai Damas.

d. Pantai Damas

Pantai Damas yang terletak di Desa Karanggandu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek atau sekitar 5 km arah barat daya dari Pantai Prigi atau 53 km arah selatan dari Kota Trenggalek. Luas pantai $\pm 5,5$ ha dan panjang 2 km.

4.2 Iklim dan Curah Hujan

Kecamatan Watulimo merupakan daerah perbukitan yang terletak disekitar garis khatulistiwa sehingga memiliki dua musim yang terdiri atas musim penghujan dan musim kemarau. Musim penghujan berlangsung pada bulan September sampai April dan musim kemarau berlangsung pada bulan Mei sampai Agustus. Namun beberapa tahun terakhir ini terdapat pergeseran waktu untuk musim penghujan dan kemarau. Musim tersebut terjadi pada bulan tertentu yang seharusnya sudah memasuki musim penghujan namun hujan tak kunjung turun. Demikian juga sebaliknya.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2015 periode bulan Januari-Desember menunjukkan rata-rata curah hujan yang rendah, pada bulan September dan Oktober tidak terjadi hujan. Curah hujan tertinggi yaitu 387 tercatat

di bulan April dengan rata-rata curah hujan sebesar 24. Adapun curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Desember yaitu 31 dengan curah sebanyak 278. Sedangkan curah hujan tercatat sebanyak 1538 dengan hari hujan 84 dan rata-rata curah hujan 18.

Desa yang berada di dataran tertinggi adalah Desa Dukuh yaitu mencapai 573 m dari permukaan laut. Sedangkan dataran terendah adalah Desa Karanggandu yang ketinggiannya 7 m dari permukaan laut.

4.3 Keadaan Penduduk

Berdasarkan data kependudukan Kecamatan Watulimo pada tahun 2016 didapatkan dari Kantor Badan Pusat Statistik Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek dapat dilihat pada Tabel 7. Kabupaten Trenggalek tepatnya di Kecamatan Watulimo tercatat jumlah penduduk sebagai berikut :

Tabel 7. Data Penduduk Kecamatan Watulimo Berdasarkan Jenis Kelamin dan Sex Ratio

NO	Desa	Rumah Tangga	Penduduk (Jiwa)		Sex Ratio
			Laki-Laki	Perempuan	
1	Karanggandu	2.314	3.331	336	0,99
2	Prigi	2.416	4.443	522	0,85
3	Tasikmadu	4.169	5.766	5.832	0,99
4	Watulimo	2.063	2.987	3.832	0,78
5	Margomulyo	1.995	2.482	2.502	0,99
6	Sawahan	1.839	2.736	2.686	1,02
7	Dukuh	1.377	2.335	2.326	1,00
8	Slawe	851	1.457	1.411	1,03
9	Gemaharjo	1.702	3.079	3.329	0,92
10	Pakel	1.040	1.637	1.546	1,06
11	Ngembel	881	1.355	1.301	1,04
12	Watuagung	1.675	2.869	2.749	1,04
Jumlah		22.322	34.477	36.094	0,96

Sumber: BPS Kec. Watulimo, 2016

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Watulimo adalah 70.571 orang terdiri atas perempuan sejumlah 36.094 orang dan laki-laki 34.477 orang. Jumlah penduduk terbanyak berada di Desa Tasikmadu sejumlah 11.598 orang dengan sex ratio 0,99 terdiri dari perempuan sejumlah

5.832 orang sedangkan laki-laki sejumlah 5.766 orang. Sedangkan desa yang memiliki jumlah penduduk paling rendah adalah Desa Ngembel sejumlah 1.656 orang dengan sex ratio 1,04 terdiri dari laki-laki sebanyak 1.355 orang dan perempuan sejumlah 1.301 orang.

Tabel 8. Jumlah Penduduk, Luas Desa dan Kepadatan Penduduk Kecamatan Watulimo

No	Desa	Luas Desa (km ²)	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk (Jiwa/km ²)
1	Karanggandu	52,87	6.691	127
2	Prigi	6,18	9.663	1.577
3	Tasikmadu	26,64	11.598	435
4	Watulimo	11,79	6.819	578
5	Margomulyo	4,90	4.984	1.018
6	Sawahan	14,28	5.422	380
7	Dukuh	8,75	4.661	532
8	Slawe	2,22	2.868	1.292
9	Gemaharjo	6,46	6.408	993
10	Pakel	4,44	3.183	717
11	Ngembel	4,64	2.656	572
12	Watuagung	10,69	5.618	516
Jumlah		154,00	70.571	458

Sumber: BPS Kec. Watulimo, 2016

Berdasarkan data diatas didapatkan bahwa luas desa di Kecamatan Watulimo adalah 154.000 km². Desa terluas adalah Desa Tasikmadu. Jumlah penduduk di Kecamatan Watulimo adalah 70.571 orang, dimana Desa Tasikmadu memiliki jumlah tebanyak yaitu 11.598 orang. Sedangkan kepadatan penduduk di Kecamatan Watulimo yaitu 458 jiwa/km². Kepadatan penduduk yang tertinggi yaitu Desa Prigi dengan jumlah 1.577 jiwa/km² sedangkan untuk Desa Karanggandu mempunyai tingkat kepadatan penduduk terendah dengan jumlah 127 jiwa/km².

4.4 Keadaan Perikanan

Kecamatan Watulimo mempunyai beberapa potensi perikanan. Di Kecamatan Watulimo, sektor perikanan menjadi kegiatan perekonomian karena sebagian besar penduduk bermata pencaharian sebagai nelayan. Untuk produksi

ikan dan nilainya yang didapatkan oleh masyarakat setempat dapat dilihat pada

Tabel 9.

Tabel 9. Data Produksi Ikan dan Nilai/Harga di Kecamatan Watulimo

No	Jenis Ikan	Produksi (kg)	Nilai (Rp)
1	Layang/Ekor merah	6.875.172	47.878.215
2	Kembung	20.350	281.079
3	Selar	67.626	703.51
4	Tembang	329.138	1.035.660
5	Teri	9.596	37.515
6	Tongkol	9.328.526	65.421.789
7	Lemuru	2.277.493	7.478.100
8	Cakalang	792.062	8.298.491
9	Tengiri	9.357	319.619
10	Layur	1.088.407	23.255.291
11	Julung-Julung	15.188	116.405
12	Kuwe	6.329	139.338
13	Petek/Peperek	925.255	4.895.607
14	Manyung	883	21.634
15	Cucut	3.958	60.141
16	Pari	21.030	190.971
17	Kakap	912	29.09
18	Kerapu	137	5.304
19	Tuna	371.848	6.675.100
20	Lemadang	39.297	520.719
21	Setutuk Hitam	74.011	1.268.706
22	Slengseng	1.302.293	8.011.714
23	Gulamah	5.257	69.847
24	Tetengkek	14.583	90.139
25	Swanggi	2.098	23.689
26	Layaran	1.240	17.512
27	Ubur-ubur	394.713	439.643
28	Sunglir	3.945	76.742
29	Cumi-cumi	21.480	455.684
30	Lain-lain	12.783	113.679
Jumlah		24.014.967	177.930.930

Sumber: DKP Kec. Watulimo, 2016

Berdasarkan Tabel 9 mengenai data produksi ikan dan nilainya di Kecamatan Watulimo tahun 2015 didapatkan untuk jumlah produksi ikan adalah 17.719.136 kg sedangkan nilainya yaitu Rp 24.014.967,00. Ikan Tongkol menjadi jumlah produksi terbesar yaitu 9.328.526 kg dan mempunyai harga Rp 65.421.789.450 sedangkan produksi terkecil adalah ikan kerapu dengan jumlah

137 kg dengan harga Rp 5.304.200. Produksi ikan dari tahun ke tahun semakin meningkat sehingga akan membantu perekonomian masyarakat setempat.

Kecamatan Watulimo memiliki banyak armada-armada untuk mendaratkan ikan. Frekuensi pendaratan ikan ini menurut alat tangkap dan musim ikan dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Frekuensi Pendaratan Ikan di Kecamatan Watulimo menurut Alat Tangkap dan Musim Ikan

No	Alat Tangkap	Puncak Musim	Musim Normal	Musim Paceklik	Jumlah
1	Pukat Cincin	5.116	4.610	411	8.137
2	Jaring Insang	248	185	457	868
3	Pancing Tonda	508	459	111	1.078
4	Payang	270	376	506	952
5	Pancing Ulur	1.566	3.356	1.649	6.371
6	Pukat Pantai	0	0	0	0
7	Serok	0	0	0	0
8	Jaring Klitik	0	0	0	0
Jumlah		5.508	8.984	2.914	17.400

Sumber: BPS Kec. Watulimo, 2016

Berdasarkan Tabel 10 mengenai frekuensi pendaratan menurut alat tangkap dan musim ikan dapat diketahui bahwa frekuensi pendaratan adalah jumlah dimana armada penangkapan mendaratkan ikan. Tercatat bahwa alat tangkap jenis pukat cincin sejumlah 8.137 pendaratan. Namun pada musim paceklik dari total pendaratan yaitu 2.914 dimana pancing ulur merupakan armada dengan pendaratan terbesar yaitu 1.649 pendaratan.

Kecamatan Watulimo selain memiliki komoditi dibidang perikanan tangkap, masyarakat di Kecamatan Watulimo juga bermata pencaharian sebagai pengolah hasil perikanan seperti pemindangan, pengasapan, pengasinan dan tepung ikan. Produksi olahan ikan dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Produksi (kg) Ikan Olahan di Kecamatan Watulimo Per Bulan

No	Bulan	Jenis Olahan			
		Pengasinan	Pindang	Pengasapan	Tepung Ikan
1	Januari	94.704	0	10.938	0
2	Pebruari	22.430	0	18.023	0
3	Maret	10.761	826.688	16.663	0
4	April	16.374	304.540	11.903	0
5	Mei	93.220	375.987	22.513	0
6	Juni	100.524	583.620	30.408	0
7	Juli	179.984	750.507	19.714	0
8	Agustus	386.465	939.014	45.439	0
9	September	380.588	893.190	58.545	0
10	Oktober	646.000	2.191.653	18.832	228.898
11	Nopember	354.595	2.389.085	86.245	15.000
12	Desember	608.805	507.434	16.960	0
Jumlah		2.894.450	9.761.718	356.183	243.898

Sumber: BPS Kec. Watulimo, 2016

Berdasarkan Tabel 11 mengenai data produksi hasil olahan ikan di Kecamatan Watulimo pada tahun 2016 diperoleh bahwa jumlah produksi terbesar adalah jenis olahan pindang sebesar 9.761.718 kg dan produksi terbesar pada bulan November karena permintaan semakin banyak selain itu juga hasil tangkapan nelayan melimpah karena bertepatan pada musim ikan. Sedangkan pada olahan tepung ikan merupakan olahan terkecil yaitu sebesar 243.898 kg karena permintaan sedikit dan waktu pengolahan cukup lama. Pada olahan pengasinan dan pengasapan juga menjadi andalan masyarakat setempat dalam pengolahan ikan karena proses pengolahannya tidak menghabiskan waktu selain itu juga mudah dalam pengolahan.

Produksi hasil olahan tersebut didistribusikan ke berbagai kota. Distribusi tersebut dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Distribusi Produksi (ton) Olahan Ikan di Kecamatan Watulimo

No	Bulan	Kota Tujuan				Jml (Ton)
		Trenggalek	Tulungagung	Surabaya	Lainnya	
1	Januari	1.429	9.509	0	0	105.642
2	Pebruari	15.238	2.785	0	0	40.453
3	Maret	16.663	206.672	124.003	165.338	967.112
4	April	11.903	73.634	50.183	56.908	362.817
5	Mei	22.513	95.049	37.511	76.656	491.72
6	Juni	22.693	170.595	92.243	113.531	859.465
7	Juli	16.499	190.482	112.577	189.067	1.031.785
8	Agustus	35.02	225.781	104.907	230.075	1.423.458
9	September	56.71	264.506	118.643	200.856	1.407.719
10	Oktober	25.688	474.224	318.827	408.241	3.384.902
11	Nopember	88.111	560.616	353.068	455.424	3.235.872
12	Desember	21.125	126.907	76.145	101.529	1.220.213
Jumlah		333.592	2.400.760	1.388.107	1.997.625	14.531.158

Sumber: BPS Kec. Watulimo, 2016

Berdasarkan Tabel 12 dijelaskan bahwa distribusi hasil produksi olahan ikan tidak hanya di Kota Trenggalek saja tetapi juga diluar Kota Trenggalek. Adapun diluar Kota Trenggalek diantaranya Tulungagung, Surabaya, Madiun, Nganjuk, dan Malang. Kota tujuan distribusi terbesar yaitu Tulungagung yaitu sebesar 2.400.760 ton.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo

Kecamatan Watulimo merupakan salah satu daerah yang memiliki aset dari sektor pariwisata di Kabupaten Trenggalek. Pada wisata pantai ini menawarkan dan menyediakan panorama alam berupa keindahan alam. Banyak wisatawan yang datang untuk berkunjung karena tempatnya menarik dan nyaman untuk dikunjungi. Obyek wisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan antara lain Pantai Karanggongso (Pasir Putih), Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas. Keempat pantai tersebut memiliki keunikan dan keindahan tersendiri.

a. Pantai Karanggongso (Pasir Putih)

Pantai Karanggongso biasa dikenal dengan Pantai Pasir Putih karena memiliki hamparan pasir putih sejauh 1,5 km dan air yang jernih. Selain itu terdapat singkapan batuan vulkanik yang tidak dimiliki oleh pantai lainnya. Ombak disana relative tenang meskipun berbatasan dengan laut selatan sehingga para wisatawan menikmati ketika berkunjung disana.

Atraksi atau kegiatan yang dilakukan wisatawan diantaranya berenang, berperahu, *banana boat* dan *point of view*. Kebanyakan wisatawan menyempatkan waktunya untuk melakukan atraksi wisata yaitu dengan berperahu dan *banana boat* yang menjadi daya tarik wisatawan dapat dilihat pada Gambar 4, Selain itu juga dapat berinteraksi dengan nelayan pada event labuh laut/Sembonyo yang dilaksanakan setiap bulan suro pada penanggalan jawa.

Fasilitas yang tersedia di Pantai Pasir Putih diantaranya Cottage, hotel, perahu sewa dan banana boat dimana biaya sewa untuk berperahu per orang dikenai tarif Rp 25.000 dan begitu pula banana boat. Wisatawan dapat menikmati keindahan alam sekitar yaitu pepohonan dan pegunungan ketika

berperahu. Fasilitas lainnya yaitu Prigi hotel dan beberapa restoran kecil serta warung yang menyajikan aneka makanan dan minuman. Ada juga para pedagang yang menjual ikan asap segar dipinggir jalan sepanjang pantai tersebut. Sepanjang pantai Pasir Putih tumbuh pohon-pohon yang rimbun sehingga menambah udara dingin dipantai pada siang hari.

Pengelolaan pada Pantai Pasir Putih menjadi tanggung jawab utama Dinas Pariwisata, selain itu pengelolaan di pantai tersebut juga menjadi tanggung jawab masyarakat setempat.



Gambar 4. Atraksi/Kegiatan Wisata Pantai Pasir Putih
Sumber : Data Primer (2016)

b. Pantai Prigi

Pantai Prigi memiliki pasir berwarna kecoklatan, terdapat keindahan panorama laut lepas dan pulau-pulau kecil. Ombak yang ada disana tidak terlalu besar. Pantai Prigi merupakan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan Pelabuhan Nusantara terbesar di pantai selatan Jawa dapat dilihat pada Gambar 5.

Atraksi yang dapat dilakukan wisatawan yaitu berenang, memancing, interaksi dengan nelayan dan *point of view*. Selain itu para wisatawan juga dapat melihat kegiatan nelayan yang menarik hasil tangkapan ikan dengan alat tangkap pukat tarik. Selain itu fasilitas yang ada diantaranya musholla, toilet, gazebo, belanja ikan segar, dan tempat jualan makanan dan minuman.

Disana juga terdapat upacara adat Larung Sembonyo yang diadakan pada bulan besar atau Selo dan Minggu Kliwon dalam tanggalan jawa. Puncak upacara adalah menghanyutkan tumpeng kuning yang berada diatas nampan. Upacara ini dilaksanakan sebagai ucapan rasa syukur atas hasil laut yang melimpah.

Pengelolaan pada Pantai Prigi menjadi tanggung jawab utama Dinas Pariwisata, sehingga data-data wisatawan yang berkunjung akan diinput di Laporan Tahunan Wisatawan. Selain itu pengelolaan di pantai tersebut juga menjadi tanggung jawab masyarakat setempat.



Gambar 5. Pelabuhan Nusantara di Pantai Prigi
Sumber : Google Image (2016)

c. Pantai Cengkong

Pantai Cengkong memiliki keindahan pantai yang masih alami dan belum banyak tersentuh oleh tangan manusia. Ombaknyapun sangat landai dengan pasir coklat kehitam-hitaman, jadi sangat aman digunakan untuk bermain ombak atau sekedar jalan-jalan dipinggir pantai. Pantai ini lebih sejuk dibanding pantai-pantai lainnya karena disebelahnya berdiri kokoh Gunung Kumbokarno yang masih banyak pepohonan.

Atraksi yang dapat dilakukan oleh wisatawan diantaranya berenang, *point of view* dan kegiatan nelayan yang mengambil hasil tangkapan ikan

dengan menggunakan alat tangkap pukat tarik. Fasilitas yang ada disana diantaranya warung/kios, toilet, tempat peristirahatan.

Pengelolaan pada Pantai Cengkong menjadi tanggung jawab utama Dinas Kehutanan, sehingga data-data wisatawan yang berkunjung akan diinput di Laporan Tahunan Wisatawan. Selain itu pengelolaan di pantai tersebut juga menjadi tanggung jawab masyarakat setempat.

Disebelah barat pantai cengkong wisatawan dapat menikmati keindahan Ekowisata Mangrove Pancer Cengkong dapat dilihat pada Gambar 6. Pantai Cengkong memiliki keelokan dan pesona alam yang sangat menambah daya tarik bagi wisatawan. Ekowisata mangrove ini dikelola oleh POKMASWAS (Kelompok Masyarakat Pengawas) Kejung Samudra. Ekowisata mangrove ini terkenal dengan jembatan galaunya serta terdapat fauna langka yang ada disana diantaranya ayam mutiara, monyet, kalkun, burung dara dan lain sebagainya. Selain menjadi tempat wisata, di wisata mangrove ini juga bisa memperoleh pelatihan yang diadakan oleh pengelola seperti penyemaian, penanaman mangrove bahkan pengolahan mangrove.



Gambar 6. Ekowisata Mangrove di Pantai Cengkong
Sumber : Data Primer (2016)

d. Pantai Damas

Pantai Damas memiliki keindahan pantai yang masih alami selain itu memiliki garis pantai yang panjang dan landai serta belum banyak dikunjungi

oleh wisatawan. Keindahan alam pantai yang masih relative alami, terdapat pohon kelapa dan tumbuhan mangrove ditepi pantai, serta pasir yang berwarna kecoklatan dapat dilihat pada Gambar 7. Ombaknya tidak terlalu besar serta terdapat keanekaragaman ikan, udang dan karang.

Atraksi atau kegiatan yang dapat dilakukan yaitu berenang, surfing, berjemur, *point of view*, berinteraksi dengan nelayan. Di pantai ini juga terdapat mangrove yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Fasilitas yang ada diantaranya warung dan kios, lahan parkir, tempat istirahat serta musholla.



Gambar 7. Pepohonan ditepi Pantai Damas
Sumber : Data Primer (2016)

5.2 Kebijakan Pemerintah dalam Mendukung Kegiatan Wisata Pantai di Kecamatan Watulimo

Pemerintah Kecamatan Watulimo memiliki kebijakan sesuai dengan PERMENDAGRI no 13/2006 tentang program pemberdayaan masyarakat dalam pengawasan dan pengendalian sumberdaya alam pesisir. Masyarakat di Kecamatan Watulimo merupakan salah satu inti dari rangkaian kegiatan wisata pantai yang berjalan di kawasan Watulimo. Masyarakat memiliki peranan penting dalam pengembangan kawasan pantai baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya program pemberdayaan masyarakat diharapkan tercipta peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian

lingkungan alam. Kegiatan yang dapat dilakukan berupa operasional untuk pengawasan sumberdaya alam dikawasan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

Pengawasan dan pengelolaan daerah Wisata Pantai Kecamatan Watulimo akan menjadi tanggung jawab semua stakeholder diantaranya yaitu:

- a. Masyarakat setempat Kecamatan Watulimo.
- b. Pemerintah Kecamatan Watulimo terutama Dinas Kelautan dan Perikanan, Dinas Kehutanan serta Dinas Pariwisata dan Keolahragaan.
- c. Aparat pemerintah terkait, baik di tingkat Kabupaten, Kecamatan maupun Desa.

Adapun upaya-upaya yang diterapkan dalam pengelolaan wisata pantai di Kecamatan Watulimo antara lain:

- a. Mengembangkan upaya pemanfaatan sumberdaya di kawasan tersebut secara berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pariwisata berkelanjutan untuk kesejahteraan masyarakat.

5.3 Karakteristik Responden

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dalam menawarkan produk barang ataupun jasa adalah kemampuannya dalam menarik konsumen dalam hal ini yaitu wisatawan. Dibidang pariwisata, kemampuan untuk dapat menarik minat wisatawan merupakan hal sangat penting. Semakin banyak wisatawan maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh oleh suatu daerah tersebut. Oleh karena itu pengelola perlu memahami bagaimana karakteristik wisatawan dalam mengambil keputusan berkunjung sehingga pengelola dapat mengambil isyarat penting bagaimana memenuhi kebutuhan wisatawan dan mampu membuat kebijakan-kebijakan yang efektif dalam upaya

meningkatkan pelayanan kepada wisatawan sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan di lokasi Pantai Karanggongso (Pasir Putih), Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas sejumlah 75 responden, dimana masing-masing pantai diambil sampel sebanyak 19 responden untuk Pantai Pasir Putih, 19 responden untuk Pantai Prigi dan 19 responden untuk Pantai Cengkong sedangkan pada Pantai Damas diambil sampel sebanyak 18 responden dengan batas usia minimal 17 tahun. Karakteristik wisatawan yang beragam akan mempengaruhi pola pikir mereka mengenai tingkat kepentingan terhadap atribut-atribut yang ditawarkan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dan preferensi wisatawan untuk berkunjung. Adapun karakteristik wisatawan dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, status, asal, tingkat pendidikan, pekerjaan, rata-rata pendapatan dan pengeluaran. Pada atribut-atribut tersebut dapat diketahui mengenai seberapa besar pengaruh antar variabel yaitu menggunakan tabulasi silang untuk mempermudah membaca data dengan ketentuan nilai *chi-square* nya harus $<0,05$ berarti kedua variabel tersebut saling berpengaruh. Apabila nilainya jauh dibawah 0,05 maka pengaruhnya sangat besar dan apabila mendekati 0,05 maka pengaruhnya tidak begitu kuat. Dengan diketahui hasil dari tabulasi silang tersebut akan mempermudah pengelola dalam pengelolaan serta pelayanan terhadap wisatawan terhadap karakteristik wisatawan. Hasil tabulasi silang dapat dilihat pada Lampiran 4.

5.3.1 Jenis Kelamin

Hasil penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disampaikan kepada 75 responden, diketahui bahwa sebagian besar wisatawan pada Wisata Pantai Kecamatan Watulimo adalah perempuan sebanyak (40%) dan laki-laki sebanyak (60%). Data dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	30	40,0	40,0	40,0
Perempuan	45	60,0	60,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari 75 responden di obyek wisata Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas diketahui jenis kelamin wisatawan yang paling dominan adalah perempuan sebanyak 60%. Sedangkan sisanya sebesar 40% adalah laki-laki. Hal ini bisa jadi disebabkan secara psikologis perempuan lebih suka keluar untuk jalan-jalan misalnya ke pantai.

5.3.2 Usia

Selain jenis kelamin, salah satu kondisi kependudukan yang merupakan faktor orang untuk mengadakan perjalanan wisata adalah struktur usia. Penelitian ini dilakukan pembatasan terhadap usia responden dimana wisatawan pada Wisata Pantai Kecamatan Watulimo yang dijadikan sampel berusia minimal 17 tahun. Hal ini karena batas usia tersebut dianggap telah mampu menentukan pengambilan keputusan dalam memilih obyek wisata.

Keputusan wisatawan juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut salah satunya adalah usia. Tingkat usia dari wisatawan ini cukup beragam. Hal ini dikarenakan bahwa Wisata Pantai Kecamatan Watulimo memiliki keindahan alam yang sangat menawan dan memberikan kenyamanan bagi wisatawannya sehingga dapat dinikmati oleh berbagai rentang usia. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17-24	45	60,0	60,0	60,0
25-30	19	25,3	25,3	85,3
31-35	4	5,3	5,3	90,7
36-40	2	2,7	2,7	93,3
41-45	2	2,7	2,7	96,0
46-50	2	2,7	2,7	98,7
>50	1	1,3	1,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari 75 responden di obyek wisata Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas diketahui bahwa mayoritas wisatawan berusia 17-24 tahun yaitu sebanyak 60%, yang kedua adalah wisatawan yang berusia 25-30 tahun sebanyak 25,3% dan selanjutnya wisatawan yang berusia 31-35 tahun sebanyak 5,3%. Hal ini berarti bahwa wisatawan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo rata-rata berusia remaja sampai dewasa karena pada waktu penelitian bertepatan dengan hari sabtu dan minggu (hari libur). Sedangkan wisatawan yang berusia > 35 tahun biasanya mereka berkunjung dengan keluarga atau kerabatnya. Pemahaman mengenai usia responden diperlukan bagi pengelola untuk membantu menentukan sasaran yang tepat dalam menyusun kebijakan dalam pemasaran jasa yang efektif.

5.3.3 Status Pernikahan

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. Dengan memahami karakteristik dari status pernikahan responden, maka hal ini akan membantu pengelola dalam memberikan pelayanan yang lebih baik. Rincian karakteristik responden berdasarkan status dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan

Satus Pernikahan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Belum Menikah	52	69,3	69,3	69,3
Sudah Menikah	23	30,7	30,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari 75 responden di obyek wisata Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas diketahui bahwa wisatawan sebagian besar belum menikah sebanyak 69,3% sedangkan sisanya sebesar 30,7% sudah menikah. Hal ini karena wisatawan kebanyakan juga para pelajar/mahasiswa yang statusnya belum menikah. Mayoritas pada wisatawan yang belum menikah suka melakukan kegiatan wisata karena belum ada tanggungan keluarga.

Tabel 16. Tabulasi Silang Status Pernikahan dan Usia

status Pernikahan	Usia							Total
	17-24	25-30	31-35	36-40	41-45	46-50	>50	
Belum Nikah	41	11	0	0	0	0	0	52
Sudah Menikah	4	8	4	2	2	2	1	23
Total	45	19	4	2	2	2	1	75
Chi-square								0,000

Hal ini juga diperkuat dengan hasil tabulasi silang antara status pernikahan dengan usia dimana didapatkan nilai *chi-square* sebesar 0,000 nilai ini berarti bahwa status pernikahan berhubungan dengan usia karena nilai *chi-square* nya dibawah 0,05 dimana semakin muda usia wisatawan maka mayoritas status pernikahannya adalah belum menikah dengan keadaan tersebut menjadikan wisatawan terdorong untuk berwisata berbeda dengan semakin bertambahnya usia wisatawan yang mayoritas sudah menikah, menjadikan keinginan untuk berwisata itu berkurang dikarenakan memikirkan urusan keluarganya. Berdasarkan tabel tersebut sebanyak 41 wisatawan berusia 17-24 yang status pernikahannya belum menikah karena sebagian besar termasuk remaja yang masih pelajar/mahasiswa. Sedangkan wisatawan yang berusia >30 tahun dengan

status pernikahannya sudah menikah kebanyakan akan melakukan kunjungan wisata dengan frekuensi kunjungan yang lebih sedikit dibanding dengan yang belum menikah.

5.3.4 Asal Kedatangan

Keindahan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo akan mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan asal kedatangan, wisatawan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo cukup beragam tidak hanya dari daerah lokal Kota Trenggalek, tetapi juga berasal dari luar Kota Trenggalek. Dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Karakteristik Berdasarkan Asal Kedatangan

Asal Kedatangan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Trenggalek	20	26,7	26,7	26,7
Tulungagung	36	48,0	48,0	74,7
Blitar	5	6,7	6,7	81,3
Kediri	4	5,3	5,3	86,7
Ponorogo	3	4,0	4,0	90,7
Magetan	5	6,7	6,7	97,3
Surabaya	2	2,7	2,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari 75 responden di obyek wisata Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas diketahui bahwa sebagian besar yang datang ke obyek wisata ini adalah wisatawan yang berasal dari daerah sekitar kabupaten Trenggalek yaitu wisatawan yang paling banyak adalah dari Kabupaten Tulungagung sebesar 48%, selanjutnya wisatawan yang berasal dari Kabupaten Trenggalek berjumlah 26,7%, selanjutnya Kota Magetan sebesar 6,7% sedangkan dari kabupaten Blitar sebesar 6,7% kemudian kabupaten Kediri 5,3% serta Kabupaten Ponorogo 4,0% dan Surabaya sebesar 2,7%. Wisatawan lainnya berasal dari luar kabupaten tetapi masih dalam satu provinsi diantaranya Magetan 6,7% dan Kota Surabaya sebesar 2,7%. Hal ini menunjukkan bahwa obyek Wisata Pantai Kecamatan Watulimo menjadi daya tarik wisatawan tidak hanya disekitar Kabupaten Trenggalek tapi juga luar

Kabupaten Trenggalek. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo belum dikenal luar di tingkat nasional. Informasi dan promosi yang kurang tersebar luas menyebabkan wisatawan dari luar daerah belum banyak berkunjung. Pengelola dapat melakukan promosi baik melalui media cetak (koran, majalah, penyebaran brosur) atau media elektronik (televisi, radio) dan media sosial (FB, twitter, instagram).

Tabel 18. Tabel tabulasi silang asal kedatangan dengan pengeluaran (ribuan rupiah)

Asal Kedatangan	Pengeluaran					Total
	<500	500- 1.000	1.000- 3.000	3.000- 5.000	> 5.000	
Trenggalek	6	9	4	1	0	20
Tulungagung	4	20	11	0	1	36
Blitar	1	1	3	0	0	5
Kediri	1	1	2	0	0	4
Ponorogo	2	0	1	0	0	3
Magetan	0	1	2	2	0	5
Surabaya	0	0	1	1	0	2
Total	14	32	24	4	1	75
Chi-square						0,009

Hal ini juga diperkuat dengan hasil tabulasi silang antara asal kedatangan dengan pengeluaran dimana didapatkan nilai *chi-square* sebesar 0,009 nilai ini berarti bahwa asal kedatangan berhubungan dengan pengeluaran karena nilai *chi-square* nya dibawah 0,05 dimana semakin jauh asal kedatangan dari seorang wisatawan maka pengeluaran akan semakin bertambah. Pada hasil tersebut didapatkan adanya perbedaan pengeluaran perbulan yang dialami oleh wisatawan karena yang berasal dari Trenggalek dan sekitarnya mayoritas pengeluarannya Rp 500.000-Rp 1.000.000 sedangkan wisatawan yang berasal dari luar kota Trenggalek seperti Magetan dan Surabaya cenderung pengeluarannya Rp 1.000.000-Rp 5.000.000 hal ini disebabkan karena adanya biaya transportasi yang lebih besar dibanding dengan yang dekat tempat wisata tersebut. Selain itu juga digunakan untuk kuliner misal dengan membeli ikan asap khas dari Trenggalek.

5.3.5 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk baik barang maupun jasa. Cara berfikir, cara pandang, bahkan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya. Selain itu ketanggapan terhadap suatu informasi dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin tanggap terhadap informasi. Semakin banyak informasi yang diperoleh wisatawan maka semakin besar pengaruhnya dalam pemilihan tempat wisata yang dikunjungi. Wisatawan memiliki latar belakang pendidikan terakhir yang beragam.

Tabel 19. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD/SMP	14	18,7	18,7	18,7
SMA/SMK	34	45,3	45,3	64,0
Diploma	8	10,7	10,7	74,7
S1	19	25,3	25,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari 75 responden di obyek wisata Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas diketahui bahwa sebagian besar wisatawan dengan latar belakang pendidikan SMA sebesar 45,3%. Selanjutnya S1 sebesar 25,3%. Kemudian SD/SMP sebesar 18,7% dan Diploma sebesar 10,7%. Dari perolehan data tersebut diketahui bahwa mayoritas wisatawan berpendidikan sebagai SMA.

Tabel 20. Tabulasi Silang Usia dengan Tingkat Pendidikan Terakhir

Usia (Tahun)	Tingkat Pendidikan terakhir				
	SD/SMP	SMA	Diploma	S1	Total
17-24	8	28	1	8	45
25-30	5	4	3	7	19
31-35	0	2	1	1	4
36-40	0	0	1	1	2
41-45	0	0	2	0	2
46-50	1	0	0	1	2
>50	0	0	0	1	1
Total	14	34	8	19	75
Chi-square					0,002

Hal ini juga diperkuat dengan hasil tabulasi silang antara tingkat pendidikan dengan usia dimana didapatkan nilai *chi-square* sebesar 0,002 nilai ini berarti bahwa tingkat pendidikan berhubungan dengan usia karena nilai *chi-square* nya dibawah 0,05 dimana semakin bertambah usia wisatawan maka akan berpengaruh terhadap tingkat pendidikannya, sehingga semakin tinggi tingkat pendidikan seorang wisatawan maka semakin tinggi pula pengetahuan mengenai fungsi dan tujuan untuk berwisata di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. Pada hasil tabel tersebut didapatkan bahwa sebanyak 28 wisatawan dengan usia 17-24 tahun mempunyai tingkat pendidikan terakhir SMA. Dimana mayoritas usia tersebut masih duduk dibangku SMA ataupun kuliah dan dikatakan sebagai pelajar/mahasiswa. Sedangkan wisatawan yang berusia >25 tahun mempunyai tingkat pendidikan Diploma dan S1.

5.3.6 Pekerjaan

Wisatawan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo memiliki pekerjaan yang beragam. Dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	39	52,0	52,0	52,0
PNS	9	12,0	12,0	64,0
Wiraswasta	15	20,0	20,0	84,0
Ibu Rumah Tangga	7	9,3	9,3	94,0
Lainnya	5	6,0	6,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari 75 responden di obyek wisata Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkrong dan Pantai Damas diketahui bahwa mayoritas wisatawan didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebesar 52%. Selanjutnya wiraswasta sebesar 20%. Mereka umumnya berkunjung ketika selesai aktivitas kerja dan hari libur. Selanjutnya PNS 12%, Ibu rumah tangga 9,3% dan lainnya 6% .

Tabel 22. Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan Terakhir dengan Pekerjaan

Pekerjaan	Pendidikan				
	SD/SMP	SMA	Diploma	S1	Total
Pelajar/Mahasiswa	7	30	1	1	39
PNS	0	0	1	8	9
Wiraswasta	2	1	3	9	15
Ibu Rumah Tangga	2	0	2	1	5
Lainnya	3	3	1	0	7
Total	14	34	8	19	75
Chi-square					0,000

Hal ini juga diperkuat dengan hasil tabulasi silang antara tingkat pendidikan dengan pekerjaan dimana didapatkan nilai *chi-square* sebesar 0,000 nilai ini berarti bahwa tingkat pendidikan berhubungan dengan pekerjaan karena nilai *chi-square* nya dibawah 0,05 dimana profesi atau pekerjaan seorang wisatawan akan berpengaruh terhadap tingkat pendidikannya. Wisatawan yang berprofesi/pekerjaanya tinggi maka dikatakan sebagai seorang yang berpendidikan karena tingkat pendidikannya tinggi pula dan ilmu/pengetahuan yang diperoleh semakin banyak sehingga dapat bersikap bijak dalam melakukan kunjungan wisata misal dengan tidak membuang sampah sembarangan dan tidak melakukan kegiatan vandalisme. Pada hasil tabulasi silang terdapat perbedaan antara wisatawan yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dengan wisatawan yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dan PNS. Hal ini dapat diketahui bahwa wisatawan yang berpendidikan SMA masih berstatus sebagai mahasiswa dan belum menamatkan pendidikan Sarjana. Sedangkan wisatawan yang bekerja sebagai wiraswasta dan PNS sudah menamatkan pendidikan Diploma dan Sarjana.

5.3.7 Rata-Rata Pendapatan Per Bulan

Pendapatan adalah sumberdaya material yang sangat penting bagi konsumen karena pendapatan dapat mebiayai kegiatan konsumsi. Tingkat pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli seorang konsumen dan menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang bisa dibeli dan dikonsumsi oleh

konsumen. Pendapatan yang dimaksud disini adalah rata-rata pendapatan per bulan yang diterima. Semakin tinggi pendapatan maka semakin besar daya beli konsumen terhadap produk atau jasa. Menurut Kasali (1998), pembagian kelas sosial ekonomi di Indonesia sering dikelompokkan menjadi lima kriteria, diantaranya Kelas A+ atau dinamakan kelas atas, kelas A atau kelas atas bagian bawah, untuk kelas menengah bagian atas termasuk kedalam kelas B+, kelas B atau kelas menengah bawah, kelas C+ atau kelas bawah bagian atas dan terakhir kelas bawah bagian bawah yang tergolong kedalam kelas C. Rata-rata pendapatan per bulan wisatawan dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23. Karakteristik Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan (Ribuan Rupiah)

Rata-Rata Pendapatan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<500	14	18,7	18,7	18,7
500-2.000	32	42,7	42,7	61,3
2.000-5.000	24	32,0	32,0	93,3
5.000-10.000	4	5,3	5,3	98,7
>10.000	1	1,3	1,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari 75 responden di obyek wisata Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas diketahui bahwa sebagian besar wisatawan memiliki pendapatan rata-rata perbulan Rp 500.000-Rp 2.000.000 sebesar 42.7% dan Rp 2.000.000-Rp 5.000.000 sebesar 32%, kemudian wisatawan yang berpendapatan kurang dari Rp 500.000 sebesar 18,7%.

Tabel 24. Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan (ribuan rupiah)

Pekerjaan	Pendapatan					Total
	<500	500-2.000	2.000-5.000	5.000-10.000	>10.000	
Pelajar/Mhs	8	31	0	0	0	39
PNS	0	1	7	0	1	9
Wiraswasta	0	1	13	1	0	15
Ibu Rumah Tangga	0	2	3	0	0	5
Lainnya	1	5	1	0	0	7
Total	9	40	24	1	1	75
Chi-square						0,000

Hal ini juga diperkuat dengan hasil tabulasi silang antara pendapatan dengan pekerjaan dimana didapatkan nilai *chi-square* sebesar 0,000 nilai ini berarti bahwa pendapatan berhubungan dengan pekerjaan karena nilai *chi-square* nya dibawah 0,05 dimana profesi seorang wisatawan yang semakin tinggi akan memberi pengaruh terhadap tingkat pendapatannya yang semakin tinggi pula, misal wisatawan yang berprofesi/pekerjanya sebagai PNS dan Wiraswasta memiliki pendapatan >Rp 5.000.000 dan berbeda dengan Ibu Rumah Tangga dan pelajar yang memiliki pendapatan <Rp 2.000.000. Pada tabulasi tersebut didapatkan bahwa sebagian besar wisatawan berpendapatan Rp 500.000-Rp 2.000.000 per bulan berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sedangkan Rp 2.000.000-Rp 5.000.000 berprofesi sebagai wiraswasta karena rata-rata wisatawan adalah mahasiswa dan wiraswasta yang memiliki penghasilan. Dimana untuk mahasiswa pendapatan didapat dari uang saku mereka sedangkan untuk wiraswasta didapatkan dari usaha kerja mereka. Tingkat pendapatan dari wisatawan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola dalam menentukan kebijakan pemasaran yang efektif dalam hal penjualan jasa wisata.

5.3.8 Pengeluaran Per Bulan

Pengeluaran yang dimaksud disini adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan. Pengeluaran per bulan dari wisatawan dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 25. Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan (ribuan rupiah)

Rata-Rata Pengeluaran	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<500	16	16,0	16,0	16,0
500-1.000	45	45,0	45,0	61,0
1.000-3.000	32	32,0	32,0	93,0
3.000-5.000	6	6,0	6,0	99,0
>5.000	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari 75 responden di obyek wisata Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas diketahui

bahwa mayoritas wisatawan memiliki pengeluaran per bulan diantara Rp 500.000-Rp 1.000.000 sebesar 45% selanjutnya Rp 1.000.000-RP 3.000.000 sebesar 32%. Kemudian pengeluaran ketiga adalah <Rp 500.000 sebesar 16% dan pengeluaran > Rp 5.000.000 sebesar 1%.

Tabel 26. Tabulasi Silang Rata-Rata Pendapatan Per Bulan dengan Rata-Rata Pengeluaran Per Bulan (ribuan rupiah)

Pendapatan	Pengeluaran					Total
	<500	500-1.000	1.000-3.000	3.000-5.000	> 5.000	
<500	9	0	0	0	0	9
500-2.000	5	32	3	0	0	40
2.000-5.000	0	0	21	3	0	24
5.000-10.000	0	0	0	1	0	1
>10.000	0	0	0	0	1	1
Total	14	32	24	4	1	75
Chi-square						0,000

Hal ini juga diperkuat dengan hasil tabulasi silang antara pendapatan dengan pengeluaran dimana didapatkan nilai *chi-square* sebesar 0,000 nilai ini berarti bahwa pendapatan berhubungan dengan pengeluaran karena nilai *chi-square* nya dibawah 0,05 dimana semakin tinggi tingkat pendapatan seorang wisatawan maka akan semakin pula tinggi pengeluarannya dan sebaliknya semakin rendah pendapatan wisatawan maka akan semakin sedikit pula pengeluarannya. Pada tabulasi dapat diketahui bahwa wisatawan yang berpendapatan Rp 500.000-Rp 2.000.000 melakukan pengeluaran sebesar Rp 500.000-Rp 1.000.000 dengan jumlah 32 wisatawan kemudian wisatawan yang berpendapatan Rp 2.000.000-Rp 5.000.000 melakukan pengeluaran sebesar Rp 1.000.000-Rp 3.000.000 dengan jumlah 21 wisatawan, sedangkan wisatawan yang berpendapatan kurang dari Rp 500.000 melakukan pengeluaran sebesar kurang dari Rp 500.000 dengan jumlah 9 wisatawan. Dapat dijelaskan bahwa dengan pendapatan semakin besar maka pengeluaran juga akan semakin besar. Pada umumnya wisatawan yang berpendapatan tinggi maka akan memenuhi

keinginan untuk berkonsumsi dengan memilih kualitas yang baik pula sehingga menyebabkan pengeluaran akan semakin tinggi.

Secara keseluruhan hasil rekapitulasi karakteristik wisatawan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dapat dilihat pada Tabel 27.

Tabel 27. Hasil Rekapitulasi Karakteristik Wisatawan

No	Kriteria	Secara Keseluruhan
1	Jenis Kelamin	Perempuan (60%)
2	Usia	17-24 (60%)
3	Status Pernikahan	Belum Menikah (69,3%)
4	Asal Kedatangan	Tulungagung (48%)
5	Pendidikan Terakhir	SMA (45,3%)
6	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa (52%)
7	Rata-rata Pendapatan	Rp 500.000- Rp 2.000.000 (42,7%)
8	Rata-Rata Pengeluaran	Rp 500.000- Rp 1.000.000 (45%)

Sumber : Data Primer yang diolah (2016)

Hasil rekapitulasi diketahui bahwa yang mendominasi wisatawan berkunjung ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo yaitu perempuan dengan persentase 60% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 19 orang, Pantai Prigi sebanyak 12 orang, Pantai Cengkong sebanyak 10 orang dan Pantai Damas sebanyak 4 orang.

Usia wisatawan yang mendominasi yaitu antara 17-24 tahun dengan persentase sebanyak 60% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 10 orang, Pantai Prigi sebanyak 10 orang, Pantai Cengkong sebanyak 20 orang dan Pantai Damas sebanyak 5 orang.

Status pernikahan kebanyakan wisatawan adalah belum menikah sebesar 52% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 15 orang, Pantai Prigi sebanyak 16 orang, Pantai Cengkong sebanyak 16 orang dan Pantai Damas sebanyak 5 orang.

Asal kedatangan wisatawan yang mendominasi yaitu dari daerah Tulungagung sebesar 48% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 10 orang, Pantai Prigi sebanyak 9 orang, Pantai Cengkong sebanyak 12 orang dan Pantai Damas sebanyak 5 orang.

Tingkat pendidikan terakhir wisatawan kebanyakan adalah SMA sebanyak 45,3% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 10 orang, Pantai Prigi sebanyak 5 orang, Pantai Cengkong sebanyak 14 orang dan Pantai Damas sebanyak 5 orang.

Status pekerjaan yang mendominasi yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 52% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 11 orang, Pantai Prigi sebanyak 12 orang, Pantai Cengkong sebanyak 10 orang dan Pantai Damas sebanyak 6 orang.

Pendapatan rata-rata perbulan para wisatawan yaitu Rp 500.000-Rp 2.000.000 sebesar 42,7% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 4 orang, Pantai Prigi sebanyak 17 orang, Pantai Cengkong sebanyak 10 orang dan Pantai Damas sebanyak 1 orang.

Pengeluaran per bulan Rp 500.000-Rp 1.000.000 sebesar 45 % dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 14 orang, Pantai Prigi sebanyak 15 orang, Pantai Cengkong sebanyak 9 orang dan Pantai Damas sebanyak 7 orang.

5.4 Analisis Proses Pengambilan Keputusan

Karakteristik dan latar belakang yang beragam akan mempengaruhi pribadi wisatawan dalam proses pengambilan keputusan berkunjung ke tempat Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. Berdasarkan Kotler (2007), proses pengambilan keputusan terdiri dari lima tahap yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Tahapan dalam proses pengambilan keputusan terdiri dari variabel-variabel yang ada didalamnya. Pada atribut-atribut tersebut dapat diketahui mengenai seberapa besar pengaruh antar variabel yaitu menggunakan tabulasi silang untuk mempermudah membaca data dengan ketentuan nilai *chi-square* nya

harus $<0,05$ berarti kedua variabel tersebut saling berpengaruh. Apabila nilainya jauh dibawah 0,05 maka pengaruhnya sangat besar dan apabila mendekati 0,05 maka pengaruhnya tidak begitu kuat. Dengan diketahui hasil dari tabulasi silang tersebut akan mempermudah pengelola dalam pengelolaan serta pelayanan terhadap wisatawan terhadap keputusan wisatawan dalam memilih wisata pantai yang dikunjungi. Hasil tabulasi silang dapat dilihat pada Lampiran 4. Adapun tahap dalam proses pengambilan keputusan oleh wisatawan adalah sebagai berikut:

5.4.1 Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan merupakan tahap awal dari proses pengambilan keputusan oleh seorang konsumen dimana pada tahap ini konsumen mengenali adanya perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan sebenarnya terjadi. Dalam menganalisis tahap pengenalan kebutuhan dalam proses pengambilan keputusan konsumen terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dilakukan dengan memberikan pertanyaan mengenai frekuensi dalam berkunjung, tujuan utama berkunjung serta manfaat utama apa yang dicari dari kegiatan yang dipilih apabila berkunjung ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

Tabel 28. Tujuan Berkunjung

Tujuan Berkunjung	Frekuensi	Persentase
Menikmati Keindahan Alam	50	66,7
Mengisi Waktu Luang	2	2,7
Rekreasi	16	21,3
Fotografi	4	5,3
Lainnya	3	4,0
Total	75	100,0

Hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar wisatawan melakukan kunjungan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo memiliki tujuan yaitu untuk menikmati keindahan alam sebesar 66,7%. Mereka mengakui dengan menikmati keindahan alam dapat memberikan ketenangan dan dapat menghilangkan stres serta kepenatan dari aktivitas rutin yang biasa dilakukan. Hal ini sebaiknya menjadi perhatian bagi pengelola untuk menjadikan wisatawan tetap ingin berkunjung di

wisata pantai dengan cara menjaga kelestarian dan keindahan alam. Upaya ini dapat dilakukan dengan cara memperhatikan kebersihan lingkungan dan mengurangi tindakan-tindakan yang dapat merusak lingkungan.

Tujuan lain wisatawan melakukan kunjungan yaitu untuk rekreasi sebesar 21,3%. Wisatawan yang melakukan rekreasi merupakan wisatawan yang memanfaatkan waktu dari kegiatan rutinitas yang dapat menghilangkan ketegangan dari kesibukan kerja mereka selain itu juga ada yang untuk menemani siswa-siswi sekolah yang melakukan rekreasi ditempat tersebut. Menurut Rahayu (2006), menyatakan bahwa rekreasi merupakan 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 dari seseorang dengan inspirasi dan emosi setelah melakukan kegiatan tersebut. Sedangkan menikmati keindahan alam adalah menikmati sebagian atau keseluruhan alam, baik sebagai gambaran keadaan setempat maupun sebagai motif pernyataan seni pribadi.

Tujuan berkunjung selanjutnya adalah untuk fotografi sebesar 5,3% dengan memanfaatkan *point of view* nya yang masih alami. Kemudian tujuan lain sebesar 4% dimana wisatawan yang melakukan kunjungan yaitu untuk melihat secara langsung kegiatan dalam pengambilan hasil tangkapan yang dilakukan oleh nelayan laki-laki dan perempuan yang menarik hasil tangkapan ikan dengan menggunakan jaring tarik. Selanjutnya wisatawan yaitu untuk mengisi waktu luang sebesar 2,7% karena kesibukan atas rutinitas kerja mereka sehingga memanfaatkan waktu luang untuk berkunjung ke Watulimo.

Tabel 29. Tabulasi silang pekerjaan dengan tujuan berkunjung ke wisata pantai Kecamatan Watulimo.

Pekerjaan	Tujuan berkunjung					Total
	Menikmati keindahan alam	Mengisi waktu luang	rekreasi	Fotografi	lainnya	
Pelajar/ Mahasiswa	28	0	9	1	1	39
PNS	5	2	2	0	0	9
Wiraswasta	11	0	2	1	1	15
Ibu Rumah Tangga	2	0	2	0	1	5
Lainnya	4	0	1	2	0	7
Total	50	2	16	4	3	75
Chi-square						0,006

Dari tabulasi silang diperoleh hasil bahwa pekerjaan berhubungan dengan tujuan berkunjung. Dimana didapatkan nilai *chi-square* nya sebesar 0,006. Nilai tersebut $<0,05$ sehingga antara pekerjaan dan tujuan berkunjung saling berpengaruh dimana semakin tinggi tingkat pekerjaan/profesi seorang wisatawan maka akan berpengaruh terhadap tujuan berkunjung mereka. Wisatawan memiliki tujuan tersendiri sesuai dengan kebutuhan mereka dalam melakukan suatu kunjungan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. Mayoritas wisatawan melakukan kunjungan dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam. Akan tetapi juga terdapat perbedaan antara wisatawan yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dengan wisatawan yang berprofesi sebagai PNS dan wiraswasta. Wisatawan yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa bertujuan untuk menikmati keindahan alam dan rekreasi sedangkan PNS dan wiraswasta melakukan kunjungan dengan tujuan menikmati keindahan alam, rekreasi dan mengisi waktu luang karena kesibukan mereka terhadap rutinitas kerja.

Tabel 30. Manfaat Berkunjung

Manfaat Berkunjung	Frekuensi	Persentase
Menambah Pengetahuan	20	26,7
Hiburan dan Refreshing	50	66,7
Status Sosial	4	5,3
Lainnya	1	1,3
Total	75	100,0

Hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar manfaat yang dicari wisatawan dalam melakukan kunjungan di wisata pantai di Kecamatan Watulimo adalah untuk hiburan dan *refreshing* sebesar 66,7% karena dengan melakukan berbagai kegiatan wisata pantai seperti fotografi, berperahu, berenang, naik *banana boat* dapat menambah kesenangan tersendiri bagi wisatawan. Manfaat selanjutnya adalah menambah pengetahuan sebesar 26,7%. Motivasi wisatawan yang berkaitan dengan manfaat menambah pengetahuan adalah karena rasa ingin tahu terhadap keindahan alam di pantai tersebut yaitu panorama pantainya yang masih alami dengan keindahan pasir serta gelombang pantainya. Selain itu juga karena dengan melihat panorama alam yang begitu menakjubkan dapat memikirkan begitu besar ciptaan Allah serta para pelajar/mahasiswa juga dapat menambah pengetahuan mereka terhadap manfaat pohon-pohon yang ada disekitar pantai khususnya mangrove dan kelapa. Karena dengan tingginya pendidikan wisatawan menjadikan mereka membutuhkan suatu hiburan yang tidak hanya menarik tetapi juga yang menambah pengetahuan. Sementara manfaat lain yaitu untuk status sosial sebesar 5,3% dan lainnya sebesar 1,3%.

5.4.2 Pencarian informasi

Pencarian informasi merupakan tahap kedua dalam proses pengambilan keputusan berkunjung dimana wisatawan mencari informasi yang disimpan dalam ingatan (pencarian internal) atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan (pencarian eksternal). Wisatawan yang termotivasi terhadap keinginan untuk memenuhi kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi memegang peranan penting dalam mempengaruhi responden untuk berkunjung. Secara umum wisatawan menerima informasi terbanyak dari penawaran jasa terhadap wisata tersebut dari sumber-sumber informasi yang digolongkan menjadi empat kelompok yaitu sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik dan sumber pengalaman. Komponen

pencarian informasi ini terdiri dari sumber informasi dan fokus perhatian wisatawan dalam promosi. Sumber informasi tersebut dapat dilihat pada Tabel 31.

Tabel 31. Sumber Informasi

Sumber Informasi	Frekuensi	Persentase
Media Massa (Koran, Iklan dll)	3	4,0
Jejaring Sosial (FB, Twitter dll)	15	20,0
Keluarga/Teman	53	70,7
Papan Reklame	1	1,3
Lainnya	3	4,0
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada Tabel 28. Sumber informasi yang paling dominan adalah informasi dari keluarga/teman sebesar 70,7%. Informasi ini bersifat informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang berupa ajakan untuk berkunjung ke wisata pantai tersebut. Teman/keluarga yang telah berkunjung akan mendapatkan kenikmatan ketika berwisata sehingga akan menceritakan dan ikut mempromosikan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo ke teman/keluarga lainnya. Selanjutnya sumber informasi didapatkan dari jejaring sosial sebesar 20%. Informasi ini merupakan media promosi yang cepat dan efektif dalam penyebarannya karena semakin canggihnya teknologi yang sebagian besar wisatawan dapat *browsing* terhadap keindahan wisata pantai yang ada di Watulimo melalui medsos tersebut. Sedangkan sumber informasi lainnya yaitu melalui media massa (koran, iklan dll) sebesar 4%, lainnya sebesar 4% dan papan reklame sebesar 1,3%. Diperkuat tabel tabulasi silang dibawah ini.

Tabel 32. Tabulasi Silang Usia dengan Sumber Informasi

Usia	Sumber informasi					Total
	Media massa	Jejaring Sosial	Keluarga/Teman	Papan reklame	Lainnya	
17-24	2	8	34	1	0	45
25-30	0	5	14	0	0	19
31-35	1	0	2	0	1	4
36-40	0	1	0	0	1	2
41-45	0	0	2	0	0	2
46-50	0	0	1	0	1	2
>50	0	1	0	0	0	1
Total	3	15	53	1	3	75
Chi-square						0,008

Hasil tabulasi silang antara usia dengan sumber informasi menunjukkan bahwa usia berhubungan dengan sumber informasi dimana didapatkan nilai *chi-square* nya sebesar 0,008. Nilai tersebut $<0,05$ sehingga kedua variabel tersebut saling berpengaruh dimana usia seorang wisatawan yang berkisar antara 17-25 tahun yang biasanya adalah seorang remaja/dewasa akan lebih mudah mendapatkan informasi dari berbagai sumber dibandingkan dengan yang berusia >40 tahun lebih sedikit sumber informasi yang didapat. Diketahui bahwa mayoritas wisatawan memperoleh informasi mengenai Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dari Keluarga/Teman karena promosi tersebut lewat mulut ke mulut sehingga lebih efektif dalam penyampaiannya. Kelompok usia 17-24 memperoleh informasi dari keluarga/teman sebanyak 34 orang, usia 25-30 sebanyak 14 orang, usia 31-35 sebanyak 2 orang, usia 41-45 sebanyak 2 orang dan usia 46-50 sebanyak 1 orang. Hal ini terlihat bahwa semakin senang berkumpul dengan keluarga ataupun teman sehingga informasi keindahan wisata tersebut dapat tersampaikan, biasanya dikarenakan kepercayaan atas cerita terhadap wisata pantai tersebut.

Tabel 33. Fokus Perhatian Wisatawan dalam Promosi

Fokus Perhatian	Frekuensi	Persentase
Pemandangan Alam	57	76,0
Fasilitas	9	12,0
Mangrove	3	4,0
Lainnya	6	8,0
Total	75	100,0

Fokus perhatian wisatawan mengenai promosi wisata pantai Kecamatan Watulimo cukup beragam, diantaranya mengenai pemandangan alam, fasilitas, mangrove. Dari hasil penelitian sebagian besar wisatawan memperhatikan pemandangan alamnya sebesar 76%. Kemudian fokus perhatian kedua adalah fasilitasnya sebesar 12%, selanjutnya yaitu mangrove nya sebesar 4% dan lainnya 8%.

Mayoritas wisatawan menjawab yang menjadi fokus perhatian ketika mencari informasi adalah pemandangan alamnya karena panorama alamnya yang

masih alami dan sangat indah dengan hamparan pasirnya, *point of view* nya disekitar bibir pantai serta ombaknya yang tenang. Selanjutnya fokus perhatian kedua adalah fasilitasnya karena dari pihak pengelola menyediakan berbagai fasilitas misalnya fasilitas penunjang yaitu adanya *banana boat* yang menjadi daya tarik wisatawan untuk mencoba melakukan kegiatan wisata pantai. Dapat dilihat pada Lampiran 6. Nilai yang lainnya sebesar 8% dimana fokus perhatian wisatawan ketika mencari informasi adalah dapat melihat secara langsung kegiatan nelayan yang menangkap hasil tangkapan dengan jaring tarik selain itu juga karena wisata kulinernya yang terkenal dengan ikan asapnya. Kemudian fokus perhatian selanjutnya adalah mangrove sebesar 4% dimana wisatawan dapat menikmati keindahan mangrove yang ada disekitar bibir pantai.

5.4.3 Evaluasi Alternatif

Tahap ketiga dari proses pengambilan keputusan adalah evaluasi alternatif (*prepurchase alternative evaluation*) dimana konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu. Atribut-atribut produk yang dianggap relevan dan menonjol akan mendapat perhatian dari konsumen (Kotler, 2007).

Pada tahap evaluasi alternatif, komponennya terdiri atas pertimbangan utama wisatawan dalam melakukan kunjungan dan prioritas utama wisatawan wisata pantai di Kecamatan Watulimo sebagai pilihan untuk berwisata. Dalam hal ini wisatawan membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang sedang dihadapinya. Dalam memilih tempat wisata yang akan dikunjungi, responden mempertimbangkan berbagai kriteria yang pada akhirnya akan dipilih

sesuai dengan kebutuhannya. Wisatawan memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih Wisata Pantai Kecamatan Watulimo antara lain lokasi yang mudah dijangkau, keindahan alamnya, tempat yang belum pernah dikunjungi, trend dan lainnya.

Tabel 34. Pertimbangan Utama Wisatawan Berkunjung

Perhatian Utama	Frekuensi	Persentase
Lokasi Mudah Dijangkau	15	20,0
Keindahan Alamnya	45	60,0
Tempat yang Belum Pernah Dikunjungi	9	12,0
Trend	4	5,3
Lainnya	2	2,7
Total	75	100,0

Berdasarkan penelitian didapatkan bahwa mayoritas yang menjadi pertimbangan wisatawan untuk melakukan kunjungan di wisata pantai tersebut adalah keindahan alamnya sebesar 60% karena wisatawan akan merasa puas dengan menikmati keindahan alam wisata pantai tersebut yang eksotis. Pertimbangan selanjutnya yaitu lokasi yang mudah dijangkau sebesar 20% dimana wisatawan tidak ingin merasa kelelahan diperjalan dan mempertimbangkan waktu, meskipun terasa capek perjalanan akan terbayarkan dengan menikmati keindahan pemandangan dan kesegaran udara disepanjang perjalanan menuju tempat wisata. Pertimbangan selanjutnya yaitu tempat yang belum pernah dikunjungi sebesar 12% dan kebanyakan yang belum pernah yaitu wisatawan yang berasal dari luar daerah kabupaten Trenggalek. Pertimbangan selanjutnya adalah trend sebesar 5,3% dan yang lainnya sebesar 2,7%.

Diperkuat dengan hasil tabulasi silang antara jenis kelamin dengan hal yang menjadi pertimbangan utama wisatawan terlihat pada tabel dibawah.

Tabel 35. Tabulasi silang Jenis kelamin dengan pertimbangan dalam berkunjung

Jenis kelamin	Pertimbangan konsumen berkunjung					
	Lokasi mudah dijangkau	Keindahan alam	Tempat yang belum pernah dikunjungi	Trend	Lainnya	Total
Laki-laki	3	24	1	2	0	30
Perempuan	12	21	8	2	2	45
Total	15	45	9	4	2	75
Chi-square						0.049

Berdasarkan tabulasi silang diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan antara jenis kelamin dengan hal-hal yang menjadi pertimbangan ketika memutuskan untuk melakukan kunjungan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dengan nilai *chi-square* nya sebesar 0.04. Nilai tersebut $<0,05$ dikatakan bahwa kedua variabel tersebut saling berpengaruh, perbedaan jenis kelamin akan memberi pengaruh terhadap keputusan dalam pertimbangan berkunjung di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. Mayoritas wisatawan yang berjenis kelamin laki-laki mempertimbangkan berkunjung karena keindahan alamnya, sedangkan mengenai kedekatan lokasi berkunjung maka perempuanlah yang mendominasi karena kebanyakan perempuan lebih suka berwisata dengan jarak lokasi yang dekat dan mempunyai keindahan alam yang bagus. Pada tabulasi didapatkan bahwa wisatawan laki-laki dengan jumlah 24 orang maupun perempuan dengan jumlah 21 orang, memilih keindahan alam sebagai pertimbangan karena tujuan utama berkunjung ke tempat wisata adalah menikmati keindahan alamnya sehingga yang awalnya jenuh dapat merasa puas ketika sudah melihat dan menikmati eksotisnya panorama yang ada.

Tabel 36. Prioritas Utama konsumen memilih tempat wisata

Prioritas Utama	Frekuensi	Persentase
Ya	56	74,7
Tidak	19	25,3
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa wisatawan yang memilih Wisata Pantai Kecamatan Watulimo menjadi prioritas utama jika dihadapkan pada

berbagai pilihan obyek wisata yang ada adalah sebesar 74,7%. Hal ini menunjukkan bahwa wisata pantai di Kecamatan Watulimo memiliki daya tarik bagi wisatawannya. Sedangkan wisatawan yang tidak memilih wisata pantai di Kecamatan Watulimo sebagai pilihan untuk berwisata yaitu sebesar 25,3%. Hal ini perlu diperhatikan oleh pengelola agar lebih memperbaiki kualitas pelayanan, akses jalan menuju lokasi dan pengelolaan kawasan supaya wisatawan yang memilih wisata pantai tersebut akan semakin meningkat.

5.4.4 Keputusan Kunjungan

Tahap selanjutnya setelah evaluasi alternatif adalah tahap keputusan pembelian (untuk berkunjung) dimana wisatawan memperoleh alternatif yang dipilih dan melakukan keputusan berkunjung mengenai bagaimana cara mengambil keputusan berkunjung, kapan, dengan siapa dan siapa yang mempengaruhi dalam melakukan kunjungan. Dalam hal ini komponen yang dipakai dalam keputusan berkunjung antara lain tempat wisata yang sering dikunjungi, cara memutuskan untuk berkunjung, pengaruh kondisi lalu lintas, kendaraan yang dipakai menuju lokasi, teman berkunjung, biaya yang dikeluarkan selama berkunjung, obyek wisata yang dikunjungi di Watulimo, dan kegiatan wisata yang dilakukan.

Tabel 37. Tempat Wisata Pantai yang Sering dikunjungi

Tempat Wisata	Frekuensi	Persentase
Pantai Pasir putih	38	50,7
Pantai Prigi	19	25,3
Pantai Cengkrong	12	16,0
Pantai Damas	6	8,0
Total	75	100,0

Berdasarkan penelitian didapatkan bahwa tempat wisata yang sering dikunjungi adalah Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkrong dan Pantai Damas. Dimana mayoritas wisatawan sering melakukan kunjungan di Pantai Pasir Putih sebesar 50,7%, selanjutnya Pantai Prigi sebesar 25,3%, Pantai Cengkrong

sebesar 16% dan Pantai Damas sebesar 8%. Pantai-pantai tersebut memiliki karakteristik berbagai macam. Wisatawan mayoritas berkunjung di pantai Pasir Putih karena keindahan pantainya, hamparan pasir putihnya, kegiatan wisata pantai dan lain sebagainya sedangkan wisatawan sedikit melakukan kunjungan di Pantai Damas dikarenakan akses menuju lokasi tersebut sedikit sulit karena kondisi jalan yang berkelok-kelok dan lumayan jauh dari kabupaten/kota.

Tabel 38. Cara Memutuskan berkunjung

Cara Memutuskan	Frekuensi	Persentase
Terencana	45	60,0
Mengikuti Orang Lain	5	6,7
Tidak Terencana	25	33,3
Lainnya	0	0,0
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian terdapat tiga cara dalam pengambilan keputusan yaitu direncanakan, mengikuti orang lain dan tidak direncanakan. Sebagian besar wisatawan menyatakan bahwa dalam melakukan kunjungan, mereka sudah merencanakan sebelumnya yaitu sebesar 60%. Hal ini karena mereka sudah menentukan akan mengunjungi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dan menentukan pilihan wisata pantai yang akan dikunjungi. Sedangkan wisatawan yang tidak melakukan perencanaan sebesar 33,3%, secara mendadak mereka tanpa sengaja melewati daerah lokasi wisata pantai tersebut. Sisanya sebesar 6,7% yaitu wisatawan yang memutuskan untuk berkunjung karena mengikuti orang lain misalnya karena ajakan teman.

Tabel 39. Pengaruh Kondisi Lalu Lintas dan Kondisi Jalan

Mempengaruhi	Frekuensi	Persentase
Ya	54	72,0
Tidak	21	28,0
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa wisatawan yang melakukan kunjungan terpengaruh dengan kondisi arus lalu lintas dan kondisi jalan menuju lokasi sebesar 72%. Hal ini karena akses menuju lokasi yang melewati jalan berkelok-kelok dengan pemandangan sepanjang perjalanan akan

menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Sedangkan sisanya sebesar 28% dengan kondisi jalan yang berkelok-kelok, akses jalan yang sulit dan jembatan yang longsor akan membuat wisatawan enggan untuk melakukan kunjungan di tempat wisata pantai tersebut.

Tabel 40. Kendaraan yang Digunakan

Alat Transportasi	Frekuensi	Persentase
Mobil Pribadi	24	32,0
Sepeda Motor	45	60,0
Kendaraan Umum	2	2,7
Travel	4	5,3
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa alat transportasi yang digunakan wisatawan untuk menuju ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dengan menggunakan sepeda motor sebesar 60%, mobil pribadi sebesar 32%, travel sebesar 5,3% dan kendaraan umum sebesar 2,7%. Mayoritas wisatawan menggunakan sepeda motor karena dekat dengan lokasi wisata pantai tersebut, sehingga lebih memilih untuk naik sepeda motor. Sedangkan wisatawan yang menggunakan mobil pribadi adalah wisatawan yang kebanyakan berasal dari luar kota Trenggalek.

Tabel 41. Teman berkunjung

Sumber yang Mempengaruhi	Frekuensi	Persentase
Keluarga	15	20,0
Teman	49	65,3
Sendiri	6	8,0
Pasangan	5	6,7
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa pihak yang menemani selama berkunjung ke tempat wisata tersebut diantaranya keluarga, teman, sendiri dan pasangan. Mayoritas wisatawan melakukan kunjungan dengan ditemani oleh teman sebesar 65,3% karena kebanyakan wisatawan berusia remaja hingga dewasa dimana pada masa tersebut cenderung lebih senang berkumpul bersama dengan teman. Selain itu Wisata Pantai Kecamatan Watulimo termasuk kedalam jenis wisata massal dimana sebagian besar wisatawan yang datang lebih dari satu

orang. Selanjutnya wisatawan yang datang bersama keluarga sebesar 20% karena kecenderungan usia wisatawan yang dewasa hingga orang tua memutuskan berkunjung dengan keluarga. Selanjutnya wisatawan yang datang sendiri sebesar 8% dan wisatawan yang datang bersama pasangan sebesar 6,7%.

Tabel 42. Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Berkunjung	Frekuensi	Persentase
1	13	17,3
2	35	46,7
3	12	16
4	5	6,7
>4	10	13,3
Total	75	100,0

Hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar wisatawan berkunjung ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo lebih dari satu kali sebesar 82,7% dimana sebagian besar wisatawan melakukan kunjungan sebanyak 2 kali sebesar 46,7%, sebanyak 3 kali sebesar 16%, sebanyak 4 kali sebesar 6,7% dan sebanyak lebih dari 4 kali sebesar 13,3%. Hal ini dikarenakan wisatawan ingin berkunjung kembali ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dirasa menjadi daya tarik mereka terhadap keindahan alamnya. Sedangkan sisanya yaitu wisatawan yang melakukan kunjungan baru pertama kali sebesar 17,3%.

Tabel 43. Besar Pengeluaran

Besar Pengeluaran	Frekuensi	Persentase
<50.000	16	21,3
50.000-100.000	11	14,7
100.000-200.000	41	54,7
200.000-300.000	7	9,3
>300.000	0	0,0
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa besar pengeluaran selama melakukan kunjungan cukup beragam diantaranya Rp 50.000 sebesar 21,3%, Rp 50.000-Rp 100.000 sebesar 14,7%, Rp 100.000-Rp 200.000 sebesar 54,7%, Rp 200.000-Rp 300.000 sebesar 9,3% dan > Rp 300.000 sebesar 0 %. Mayoritas wisatawan menghabiskan uangnya selama melakukan kunjungan antara Rp 100.000-Rp 200.000 sebesar 54,7%. Hal ini karena uang tersebut digunakan

sebagai pembayaran tiket, kegiatan kuliner, pembelian oleh-oleh, kegiatan wisata dan lain-lain. Selain itu juga dipengaruhi oleh pendapatan mereka per bulannya. Sedangkan paling sedikit wisatawan menghabiskan uangnya antara Rp 200.000-Rp 300.000 sebesar 9,3%.

Tabel 44. Tempat wisata yang dikunjungi selama di Watulimo

Tempat wisata	Frekuensi	Persentase
Pantai pasir putih	28	37,3
Pantai prigi	20	26,7
Pantai cengkrong	15	20,0
Pantai damas	8	10,7
Lainnya	4	5,3
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa tempat wisata yang sering dikunjungi di Kecamatan Watulimo oleh wisatawan cukup beragam diantaranya Pantai Pasir Putih sebesar 37,3%, Pantai Prigi sebesar 26,7%, Pantai Cengkrong sebesar 20%, Pantai Damas sebesar 10,7% dan yang lainnya sebesar 5,3%. Mayoritas wisatawan lebih memilih berkunjung ke wisata pantai Pasir Putih yaitu sebesar 37,3%. Hal ini karena keindahan pantai Pasir Putih yang sangat mempesona serta adanya kegiatan wisata pantai yang ditawarkan di pantai tersebut. Selain berkunjung di tempat wisata pantai Pasir Putih, Prigi, Cengkrong dan Damas, para wisatawan juga dapat melakukan kunjungan wisata lainnya di Kecamatan Watulimo yaitu Goa Lawa.

Tabel 45. Kegiatan yang Dilakukan

Kegiatan	Frekuensi	Persentase
Memancing	3	4,0
Rekreasi	53	70,6
Fotografi	5	6,7
Kuliner	12	16,0
Lainnya	2	2,7
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa kegiatan wisata pantai yang dilakukan wisatawan cukup beragam diantaranya memancing sebesar 4%, rekreasi sebesar 70,6%, fotografi sebesar 6,7%, kuliner 16%, dan lainnya 2,7%. Mayoritas wisatawan melakukan kunjungan untuk aktivitas rekreasi. Hal ini karena

dengan memanfaatkan waktu luang mereka akibat rutinitas yang dilakukan sehingga butuh refreshing yaitu dengan rekreasi. Kemudian wisatawan melakukan kegiatan dengan kuliner karena disekitar wisata pantai menawarkan makanan khas asal Trenggalek misalnya ikan asap, bothok, lodho dan lain-lain. Wisatawan juga bisa melakukan kegiatan lainnya yaitu dengan berenang, berperahu, bermain banana boat dan lain-lain. Kemudian melakukan kegiatan fotografi dan memancing.

5.4.5 Evaluasi Pasca Kunjungan

Proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen tidak akan berhenti hanya sampai proses konsumsi. Evaluasi terhadap hasil konsumsi merupakan proses yang dilakukan konsumen setelah melakukan pembelian terhadap produk barang maupun jasa. Hasil dari evaluasi pasca pembelian adalah perasaan puas atau tidak puas konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan akan mendorong membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut (Rahayu, 2006).

Proses evaluasi pasca kunjungan yang dianalisis dalam penelitian ini adalah mengenai tingkat kesukaan dan kepuasan setelah melakukan kunjungan ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dan niat untuk merekomendasikan serta mempromosikan kepada orang lain.

Tabel 46. Tingkat Kesukaan

Tingkat Kesukaan	Frekuensi	Persentase
Sangat Suka	10	13,3
Suka	61	81,4
Biasa Saja	4	5,3
Tidak Suka	0	0,0
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa wisatawan yang telah melakukan kunjungan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo untuk tingkat kesukaannya beragam diantaranya sangat suka sebesar 13,3%, suka sebesar 81,4%, biasa saja sebesar 5,3% dan tidak suka 0%. Mayoritas wisatawan yang

datang ke wisata pantai tersebut merasa suka karena dapat menikmati keindahan, kegiatan wisata di wisata pantai tersebut dan yang merasa biasa saja jumlahnya sedikit.

Tabel 47. Tingkat Kepuasan

Tingkat Kepuasan	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	12	16,0
Puas	60	80,0
Biasa Saja	3	4,0
Tidak Puas	0	0,0
Total	75	100,0

Menurut Rahayu (2006), menyatakan bahwa setelah membeli jasa yang diinginkan dengan melakukan kunjungan maka akan timbul sikap tertentu yang akan berpengaruh terhadap pembelian jasa wisata selanjutnya. Sikap tersebut diapresiasi wisatawan melalui tingkat kepuasan yang mereka rasakan setelah melakukan kunjungan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa tingkat kepuasan wisatawan setelah melakukan kunjungan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo beragam diantaranya sangat puas sebesar 16%, puas sebesar 80%, biasa saja sebesar 4% dan tidak puas sebesar 0%. Mayoritas wisatawan merasa puas setelah berkunjung dan tidak ada wisatawan yang merasa tidak puas setelah berkunjung ke wisata pantai tersebut. Kepuasan ini dapat terwujud karena adanya keindahan panorama pantai tersebut dan kegiatan wisata yang beragam akan mendorong para wisatawan untuk membeli dari penawaran jasa tersebut.

Tabel 48. Keunggulan Tempat Wisata

Keunggulan	Frekuensi	Persentase
Lokasi mudah dijangkau	14	18,7
Harga	5	6,7
Kenyamanan	10	13,3
Keindahan alam	44	58,6
Lainnya	2	2,7
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan wisatawan berpendapat bahwa keunggulan tempat wisata pantai tersebut diantaranya lokasi mudah dijangkau

sebesar 18,7%, harga sebesar 6,7%, kenyamanan sebesar 13,3%, keindahan alamnya sebesar 58,6% dan lainnya sebesar 2,7%. Mayoritas wisatawan berpendapat bahwa kunggulan dari Wisata Pantai Kecamatan Watulimo terletak pada keindahan alamnya. Hal ini karena memang pemandangan yang terdapat di wisata pantai tersebut sangat bagus sehingga pihak pengelola dapat lebih mengetahui keinginan dan kebutuhan wisatawan selama berwisata dengan mengembangkan konsep wisatanya misal dengan cara menambah fasilitas penunjang yang lebih variatif.

Tabel 49. Kesiediaan Konsumen dalam Mempromosikan Tempat Wisata

Kesiediaan Konsumen	Frekuensi	Persentase
Ya	72	96,0
Tidak	3	4,0
Total	75	100,0

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa mayoritas wisatawan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo akan menyarankan untuk berkunjung dan mempromosikan wisata tersebut kepada orang lain sebesar 96%. Hal ini akan memberikan dampak positif terhadap pengelola sehingga juga akan menambah pemasukan daerah karena wisatawan semakin banyak yang akan berkunjung. Promosi tersebut dapat dilakukan dengan memberikan stiker, brosur atau leaflet kepada wisatawan yang berisi informasi tentang obyek wisata pantai Kecamatan Watulimo. Selain itu wisatawan juga dapat mempromosikan lewat jejaring sosial sedangkan wisatawan yang tidak bersedia untuk mempromosikan wisata tersebut kepada orang lain sebesar 4%.

Tabel 50. Pengaruh Kunjungan terhadap Harga Tiket

Pengaruh Harga Tiket	Frekuensi	Persentase
Tetap Mengunjungi kembali	71	94,7
Tidak Mengunjungi kembali	4	5,3
Total	73	100,0

Jika terjadi kenaikan harga tiket untuk memasuki wisata tersebut beberapa alternatif sikap wisatawan antara lain yaitu tetap mengunjungi kembali dan tidak mengunjungi kembali dengan beralih ke tempat lain yang lebih murah.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa mayoritas wisatawan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo tidak terlalu terpengaruh terhadap kenaikan harga tiket untuk memasuki wisata tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan kesediaan wisatawan yang sebagian besar akan tetap berkunjung ke wisata pantai tersebut walaupun harga tiket naik yaitu sebesar 94,7% dan sisanya 5,3% tidak akan mengunjungi kembali jika harga tiket naik. Harga tiket untuk memasuki Wisata Pantai Kecamatan Watulimo yaitu antara Rp 8.000 sampai dengan Rp 10.000 sedangkan untuk kegiatan wisata pantai misal berperahu, *banana boat* masing-masing untuk per kepala dikenai harga Rp 25.000. untuk harga makanan dan minuman bervariasi mulai dari Rp 5.000 sampai dengan Rp 80.000. Berdasarkan hal tersebut, berarti pihak pengelola dapat melakukan kebijakan untuk menaikkan harga tiket disertai dengan peningkatan pelayanan terhadap wisatawan melalui fasilitas untuk kegiatan rekreasi, memperbaiki sarana dan prasarana serta meningkatkan promosi obyek wisata agar wisatawan semakin banyak tidak hanya lokal saja tetapi juga sampai luar kota.

Secara keseluruhan tahap proses pengambilan keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke wisata pantai Kecamatan Watulimodapat dilihat pada Tabel 51.

Tabel 51. Hasil Rekapitulasi Analisis Proses Pengambilan Keputusan

Tahap	Hasil secara keseluruhan
1. Pengenalan Kebutuhan ➤ Tujuan berkunjung ➤ Manfaat berkunjung	➤ Menikmati keindahan alam (66,7%) ➤ Hiburan dan refreshing (66,7%)
2. Pencarian Informasi ➤ Sumber Informasi ➤ Fokus perhatian wisatawan dalam promosi	➤ Keluarga/Teman (70,7%) ➤ Pemandangan alam (57%)

3. Evaluasi Kunjungan ➤ Pertimbangan wisatawan dalam memilih wisata pantai di Kecamatan Watulimo ➤ Prioritas utama wisatawan wisata pantai sebagai pilihan untuk berwisata	➤ Keindahan alamnya (60%) ➤ Ya (74,7%)
4. Keputusan Kunjungan ➤ Wisata pantai di Kecamatan Watulimo yang Sering di kunjungi ➤ Cara memutuskan berkunjung ➤ Pengaruh konsisi lalu lintas ➤ Alat transportasi yang digunakan ➤ Teman berkunjung ➤ Frekuensi berkunjung ➤ Besar pengeluaran selama berkunjung ➤ Obyek wisata yang dikunjungi di Watulimo ➤ Kegiatan wisata yang dilakukan	➤ Pantai Pasir Putih (50,7%) ➤ Terencana (60%) ➤ Ya (72%) ➤ Sepeda motor (60%) ➤ Teman (65,3%) ➤ 2 kali (46,7%) ➤ Rp100.000-Rp200.000 (54,7%) ➤ Pantai Pasir Putih (37,3%) ➤ Rekreasi (70,6%)
5. Evaluasi Pasca Kunjungan ➤ Tingkat kesukaan ➤ Tingkat kepuasan ➤ Keunggulan wisata pantai ➤ Ketersediaan wisatawan untuk mempromosikan ke orang lain ➤ Pengaruh kenaikan harga	➤ Suka (81,4%) ➤ Puas (80%) ➤ Keindahan alam (58,6%) ➤ Ya (96%) ➤ Akan tetap mengunjungi (94,7%)

Sumber : Data Primer (2016)

Hasil rekapitulasi diketahui bahwa pada proses pengambilan keputusan berkunjung untuk pengenalan kebutuhan terdiri atas tujuan berkunjung yang paling mendominasi adalah menikmati keindahan alam sebesar 66,7% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 15 orang, Pantai Prigi sebanyak 13 orang, Pantai Cengkrong sebanyak 12 orang dan Pantai Damas sebanyak 10 orang. Dan

manfaat berkunjung adalah hiburan dan refreshing sebesar 66,7% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 20 orang, Pantai Prigi sebanyak 9 orang, Pantai Cengkong sebanyak 11 orang dan Pantai Damas sebanyak 10 orang.

Pencarian informasi terdiri atas sumber informasi yaitu dari keluarga/teman sebesar 70,7% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 12 orang, Pantai Prigi sebanyak 8 orang, Pantai Cengkong sebanyak 23 orang dan Pantai Damas sebanyak 10 orang. Dan fokus perhatian wisatawan dalam promosi adalah pemandangan alam sebesar 76% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 19 orang, Pantai Prigi sebanyak 15 orang, Pantai Cengkong sebanyak 14 orang dan Pantai Damas sebanyak 9 orang.

Evaluasi kunjungan terdiri atas pertimbangan wisatawan dalam memilih wisata pantai yaitu pada keindahan alamnya sebesar 60% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 13 orang, Pantai Prigi sebanyak 15 orang, Pantai Cengkong sebanyak 8 orang dan Pantai Damas sebanyak 9 orang. Dan memilih iya sebagai prioritas utama wisatawan untuk berwisata sebesar 74,7% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 15 orang, Pantai Prigi sebanyak 12 orang, Pantai Cengkong sebanyak 17 orang dan Pantai Damas sebanyak 12 orang.

Keputusan kunjungan terdiri atas wisata pantai yang sering dikunjungi yaitu di Pantai Pasir Putih sebesar 50,7% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 13 orang, Pantai Prigi sebanyak 10 orang, Pantai Cengkong sebanyak 9 orang dan Pantai Damas sebanyak 6 orang. Cara memutuskan berkunjung adalah terencana sebesar 60% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 15 orang, Pantai Prigi sebanyak 10 orang, Pantai Cengkong sebanyak 8 orang dan Pantai Damas sebanyak 12 orang. Dan kondisi lalu lintas akan mempengaruhi wisatawan yang berkunjung sebesar 72% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 10 orang, Pantai Prigi sebanyak 14 orang, Pantai Cengkong sebanyak 11 orang dan Pantai Damas sebanyak 19 orang. Serta alat transportasi yang digunakan yang

digunakan adalah sepeda motor sebesar 60% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 8 orang, Pantai Prigi sebanyak 9 orang, Pantai Cengkong sebanyak 18 orang dan Pantai Damas sebanyak 10 orang. Teman berkunjung yaitu teman sebesar 65,3% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 12 orang, Pantai Prigi sebanyak 11 orang, Pantai Cengkong sebanyak 16 orang dan Pantai Damas sebanyak 10 orang. Frekuensi dalam berkunjung sebesar 46,7% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 11 orang, Pantai Prigi sebanyak 8 orang, Pantai Cengkong sebanyak 10 orang dan Pantai Damas sebanyak 6 orang. Sedangkan besar pengeluaran selama berkunjung Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 sebesar 54,7% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 18 orang, Pantai Prigi sebanyak 10 orang, Pantai Cengkong sebanyak 7 orang dan Pantai Damas sebanyak 6 orang. Dan kegiatan wisata yang dilakukan yaitu rekreasi sebesar 70.6% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 18 orang, Pantai Prigi sebanyak 12 orang, Pantai Cengkong sebanyak 15 orang dan Pantai Damas sebanyak 8 orang.

Evaluasi pasca kunjungan terdiri dari tingkat kesukaan wisatawan adalah suka sebesar 81,4% dan tingkat kepuasan adalah merasa puas sebesar 80% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 16 orang, Pantai Prigi sebanyak 12 orang, Pantai Cengkong sebanyak 18 orang dan Pantai Damas sebanyak 15 orang. Keunggulan wisata pantai nya yaitu terhadap keindahan alam sebesar 58.6% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 10 orang, Pantai Prigi sebanyak 9 orang, Pantai Cengkong sebanyak 10 orang dan Pantai Damas sebanyak 15 orang. Dan ketersediaan wisatawan untuk mempromosikan kepada orang lain sebesar 96% dimana pada Pantai Pasir Putih sebanyak 18 orang, Pantai Prigi sebanyak 17 orang, Pantai Cengkong sebanyak 22 orang dan Pantai Damas sebanyak 15 orang. Dan wisatawan akan tetap berkunjung meskipun terdapat pengaruh harga tiket yaitu sebesar 94,7% dimana pada Pantai Pasir Putih

sebanyak 20 orang, Pantai Prigi sebanyak 18 orang, Pantai Cengkong sebanyak 19 orang dan Pantai Damas sebanyak 14 orang.

5.5 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Wisatawan untuk Berkunjung ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

Tahap berikutnya setelah mengetahui proses pengambilan keputusan wisatawan adalah mengetahui faktor apakah yang mempengaruhi preferensi wisatawan yang datang ke Wisata Pantai kecamatan Watulimo. Analisis preferensi wisatawan terhadap atribut-atribut wisata yang ada dianalisis dengan menggunakan analisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk mereduksi sejumlah variabel yang akan membentuk sejumlah faktor yang lebih sedikit dari variabel sebelumnya. Data yang dianalisis diperoleh dari tingkat kepentingan terhadap masing-masing atribut yang disebarkan kepada wisatawan yang berkunjung di wisata pantai tersebut. Dalam penelitian ini terdapat 17 variabel dari enam faktor dimensi jasa wisata yang ada.

Adapun tahap-tahap yang digunakan untuk untuk menentukan faktor preferensi wisatawan diantaranya :

1. KMO and Bartlett's Test

Tahap ini dilakukan dengan pengujian korelasi antar variabel dalam preferensi wisatawan yang dilakukan dengan menggunakan Barlett test of sphericity dan pengukuran *Kaiser-Meyer-Olkin Measure or Sampling Adequacy* (MSA). KMO merupakan indeks pembandingan besarnya koefisien korelasi observasi dengan besarnya koefisien korelasi parsial secara keseluruhan dan digunakan untuk menyaring atribut-atribut yang memenuhi syarat untuk diolah pada tahap selanjutnya. Angka KMO yang semakin mendekati satu menunjukkan kesesuaian penggunaan analisis faktor.

Sedangkan MSA digunakan untuk menentukan apakah proses pengambilan sampel telah memadai atau tidak. Jika nilai MSA $>0,5$ maka variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut, sedangkan nilai MSA $<0,5$ maka variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau dikeluarkan dari variabel lainnya. Hasil pengujian korelasi antar variabel dengan analisis faktor dapat dilihat pada Tabel 52.

Tabel 52. Hasil analisis KMO dan Barlett's Test

KMO and Bartlett's Test			
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			0,678
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square		424,546
	Df		136
	Sig.		0,000

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS (2016)

Pada Tabel 52 dapat dilihat bahwa hasil pengujian korelasi pada penelitian ini menunjukkan korelasi angka KMO sebesar 0,678. Nilai MSA yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa proses pengambilan sampel cukup memadai dalam penggunaan analisis faktor dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini jauh dibawah 0,05 maka variabel dan sampel yang ada sudah dapat dianalisis lebih lanjut.

2. *Anti Image Corellation*

Pada tahap ini dilakukan untuk proses penyaringan terhadap variabel-variabel dimana variabel tersebut memenuhi syarat untuk dianalisis. Pada tahap ini dapat dilihat nilai MSA nya melalui tabel *anti image correlation* yaitu sejumlah angka yang berbentuk diagonal dengan tanda "a" (arah diagonal dari kiri atas ke kanan bawah) pada bagian *anti image matrices*. Pada pengolahan dari 17 variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat variabel yang memiliki nilai MSA dibawah 0,5 dapat dilihat pada Lampiran 3. Hal ini berarti bahwa variabel-

variabel didalam faktor tidak ada yang dikeluarkan dalam proses perhitungan karena semuanya berpengaruh signifikan dalam penelitian.

3. *Communalities*

Pada tahap ini dilakukan setelah mengetahui nilai MSA dari *anti image corellation*. Pada *comunalities* terdapat *initial* atau nilai awal yang digunakan untuk mengetahui varian variabel sebelum dilakukan ekstrak. Semua *initial* memiliki nilai satu karena sebelum dilakukan ekstraksi variabel yang ditentukan 100% membentuk faktor tersebut.

Comunalities pada dasarnya adalah jumlah keragaman dari satu faktor mula-mula yang dapat dijelaskan oleh faktor pembentuk. Nilai *comunalities* menunjukkan seberapa baik tiap faktor-faktor dijelaskan atau diwakili oleh faktor yang terbentuk. Semakin tinggi nilai *comunalities* sebuah faktor, berarti semakin erat hubungan dengan faktor yang terbentuk (Fitriyana, 2009).

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 53 yang merupakan nilai ekstraksinya. Pada Tabel tersebut didapatkan nilai ekstraksi dari 17 variabel yang memiliki nilai ekstraksi rata-rata lebih besar dari 0,5. Sebagai contoh, keeratan hubungan F6 terhadap faktor yang terbentuk. Dimana pada F6 memiliki nilai ekstraksi sebesar 0,809. Hal ini menunjukkan hubungan variabel F6 terhadap faktor yang terbentuk sebesar 0,809 sehingga hubungan variabel F6 terhadap faktor yang terbentuk erat dan dapat dikatakan kontribusi variabel F6 terhadap faktor yang terbentuk adalah sebesar 80,9%. Sedangkan pada F11 memiliki nilai ekstraksi sebesar 0,542. Hal ini menunjukkan hubungan variabel F11 terhadap faktor yang terbentuk sebesar 0,542 sehingga hubungan variabel F11 terhadap faktor yang terbentuk kurang erat dibanding F6 dan dapat dikatakan kontribusi variabel F11 terhadap faktor yang terbentuk adalah sebesar 54,2%. Nilai ekstraksi tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *comunalities* sebuah faktor, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Tabel 53. Tabel *Communalities*

Communalities		
	Initial	Extraction
F1	1,000	0,795
F2	1,000	0,779
F3	1,000	0,673
F4	1,000	0,711
F5	1,000	0,737
F6	1,000	0,809
F7	1,000	0,725
F8	1,000	0,555
F9	1,000	0,686
F10	1,000	0,757
F11	1,000	0,542
F12	1,000	0,754
F13	1,000	0,718
F14	1,000	0,690
F15	1,000	0,735
F16	1,000	0,799
F17	1,000	0,624

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS (2016)

4. *Total Variance Explained*

Berdasarkan hasil pengolahan analisis faktor pada enam faktor yang sudah terbentuk dapat dilihat pada Tabel 54. Pada tabel *Total Variance Explained* yang menjelaskan dasar jumlah faktor yang didapat dengan perhitungan angka. *Eigenvalue* menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung keragaman seluruh variabel yang dianalisis. Total *eigenvalue* dari faktor yang terbentuk akan sama dengan total nilai *comunalities* tiap faktor. Susunan *eigenvalue* selalu diurutkan dari yang terbesar sampai yang terkecil dengan kriteria bahwa angka *eigenvalue* dibawah satu tidak digunakan dalam menghitung jumlah faktor yang terbentuk.

Berdasar hasil penelitian didapatkan dari 17 variabel terbentuk menjadi 6 faktor berdasarkan nilai *eigenvalue* yang lebih dari satu sedangkan yang kurang dari satu tidak diikutsertakan. Pada kolom cumulative % merupakan persentase

kumulatif dari varians yang dapat dijelaskan oleh faktor yang besar keragamannya. Dari total keragaman (*varians*) data didapatkan 71,112% dan sebanyak 28,888% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

Pada tabel TVE didapatkan faktor pertama menghasilkan nilai sebesar 3,571, faktor kedua menghasilkan nilai 2,694, faktor ketiga menghasilkan nilai 2,030, faktor keempat menghasilkan nilai 1,370, faktor kelima menghasilkan nilai 1,221 dan faktor ke enam sebesar 1,204. Berdasarkan hasil perhitungan nilai persentase dari ragam (*percentage of variance*) secara berurutan yaitu 21,004%, 15,846%, 11,940%, 8,058%, 7,181% dan 7,083%. Total persentase dari enam faktor secara keseluruhan sebesar 71,112% . Keenam faktor yang memiliki nilai *eigen value* lebih dari satu memiliki kumulatif sebesar 71,112% dapat diartikan bahwa penelitian ini dapat menjelaskan bahwa faktor-faktor preferensi wisatawan terhadap atribut Wisata Pantai Kecamatan Watulimo sebanyak 71,112% dari total keseluruhan faktor-faktor yang dipertimbangkan dan sisanya 28,888% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini. Pembentukan faktor dapat dilihat pada Tabel *Total Variance Explained* dibawah ini.

Tabel 54. *Total Variance Explained*

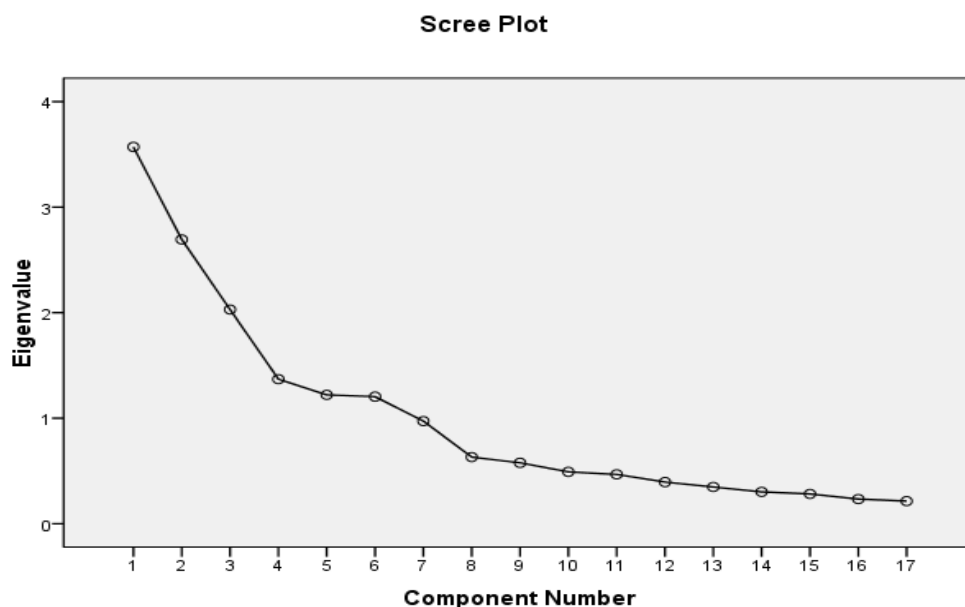
Component	Total Variance Explained		
	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,571	21,004	21,004
2	2,694	15,846	36,849
3	2,030	11,940	48,790
4	1,370	8,058	56,847
5	1,221	7,181	64,029
6	1,204	7,083	71,112
7	0,972	5,720	76,832
8	0,631	3,713	80,545
9	0,577	3,392	83,937
10	0,491	2,889	86,826
11	0,467	2,748	89,575
12	0,394	2,318	91,893
13	0,348	2,045	93,938
14	0,301	1,773	95,711
15	0,282	1,659	97,369
16	0,233	1,372	98,742
17	0,214	1,258	100,000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS (2016)

5. *Scree Plot*

Scree plot merupakan salah satu alternatif yang digunakan dalam menentukan banyaknya faktor terbentuk. Apabila kurva masih curam maka petunjuk selanjutnya adalah menambah jumlah faktor. Dan apabila kurva telah landai, petunjuk selanjutnya adalah menghentikan penambahan komponen atau faktor. Dari gambar 16 dapat dilihat bahwa saat satu faktor terbentuk, kurva menunjukkan kecuraman, begitu juga pada titik 2, 3, 4, 5 juga menunjukkan kecuraman. Pada titik ke 6, kurva masih tajam namun sedikit berbeda dari pola garis sebelumnya. Setelah melewati titik 6 kurva mulai landai, semakin kekanan terlihat semakin landai. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat enam faktor yang terbentuk.



Gambar 8. Scree Plot

6. Component Matrix

Tahap berikutnya adalah melihat Tabel Component Matrix yang menunjukkan pendistribusian 17 variabel kedalam enam faktor yang terbentuk. Angka-angka pada tabel tersebut menunjukkan nilai *loading factor* yang merupakan besar korelasi antara satu variabel dengan enam faktor yang terbentuk. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 55. Berdasarkan tabel tersebut suatu variabel akan ditentukan masuk ke faktor yang mana berdasarkan nilai *loading factor* yang lebih dari 0,5 dapat diartikan bahwa semakin nyata variabel yang dimasukkan kedalam salah satu dari hasil faktor yang terbentuk.

Tabel 55. Tabel Component Matrix

	Component Matrix ^a					
	Component					
	1	2	3	4	5	6
F1	-.544	.314	.418	.472	-.004	-.054
F2	-.427	.307	.010	-.074	.238	.664
F3	.064	.233	-.718	.045	.309	.047
F4	-.290	.525	.093	.257	-.500	-.165

Lanjutan Tabel 54. Tabel *Component Matrix*

F5	.581	.510	.211	.075	.211	-.214
F6	.530	.683	.174	-.039	.084	-.151
F7	.602	.485	-.245	-.028	.173	.193
F8	-.632	.075	.167	-.180	.102	.281
F9	.640	.260	.402	-.065	-.193	.069
F10	.427	-.178	.367	.466	-.057	.434
F11	.009	.622	-.120	-.144	.093	.334
F12	.388	-.226	.207	-.704	.041	-.113
F13	-.376	.257	.588	-.201	.289	-.200
F14	-.404	.675	-.060	-.086	.048	-.240
F15	.472	.181	-.152	-.116	-.613	.261
F16	.551	-.248	-.056	.474	.438	-.118
F17	-.225	.228	-.662	.102	-.149	-.225

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS (2016)

Nilai *loading factor* pada tabel *Component Matrix* perlu diperkuat agar perbedaan antara variabel yang masuk kesuatu faktor semakin jelas dengan melihat tabel *Rotated Component Matrix*.

7. *Rotated Component Matrix*

Pada tahap ini dapat melihat hasil rotasi nilai dengan metode varimax. Dari tahapan ini diperoleh bahwa setiap variabel yang terdapat pada faktor yang terbentuk harus memenuhi ketentuan dimana nilai factor loadingnya harus lebih besar dari 0,5 agar variabel tersebut dapat masuk secara nyata kedalam sebuah faktor. 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. Pada proses rotasi dapat mengetahui variabel yang lebih jelas dan nyata. Seluruh variabel tersebut dapat mengelompok menjadi enam faktor berdasarkan besarnya korelasi antara variabel dengan faktor yang terbentuk. Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai loading yang dihasilkan pada masing-masing variabel. Dapat dilihat pada Tabel 56.

Tabel 56. Tabel *Rotated Component Matrix*

Rotated Component Matrix ^a						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
F6	0,890					
F5	0,839					
F7	0,691					
F1		0,760				
F4		0,719				
F3		0,665				
F10			0,638			
F14			0,594			
F9			0,525			
F12				0,732		
F13				0,687		
F2					0,867	
F8					0,548	
F11					0,537	
F16						0,823
F15						0,669
F17						0,638

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS (2016)

Tabel 53 diatas dapat dilihat terdapat enam faktor meliputi faktor pertama terdiri atas F6, F5, F7, faktor kedua terdiri atas F1, F4, F3, faktor ketiga terdiri atas F10, F14, F9, faktor keempat terdiri atas F12, F13, faktor kelima terdiri atas F2, F8, F11 dan faktor keenam terdiri atas F16, F15, 17

Berdasarkan nilai analisis faktor maka dapat didapatkan enam faktor utama yang dianggap penting oleh wisatawan yang melakukan kunjungan di wisata pantai Kecamatan Watulimo. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dimana angka yang diberikan pada kuesioner berkisar antara angka satu yang menunjukkan penilaian sangat tidak penting sampai angka lima menunjukkan penilaian sangat penting. Semakin besar penilaian terhadap suatu atribut maka semakin positif pula penilaian responden terhadap variabel yang diberikan. Pada faktor preferensi nilai loading didapatkan dari hasil ekstraksi

communalities yang berarti bahwa semakin besar nilai loadingnya maka akan memberi pengaruh dan pertimbangan yang besar oleh wisatawan ketika melakukan kunjungan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo, misal faktor aksesabilitas pada variabel waktu tempuh (0,809) lebih besar nilai loadingnya dibanding frekuensi kendaraan (0,725) yang berarti bahwa waktu tempuh akan memberikan pertimbangan utama ketika akan melakukan wisata dibanding dengan frekuensi kendaraan. Faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan terbentuk menjadi enam. Adapun keenam faktor tersebut dalam preferensi wisatawan terhadap atribut wisata pantai dapat dilihat pada Tabel 57.

Tabel 57. Faktor Preferensi Wisatawan terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo

Faktor	Varian (%)	Eigen Value	Variabel Asal	Loading
1. Faktor Pertama (Aksesabilitas)	21,004	3,571	1.) Waktu tempuh dari Kabupaten/Kota (F6)	0,809
			2.) Kondisi dan Jarak tempuh dari Kabupaten/Kota (F5)	0,737
			3.) Frekuensi kendaraan (F7)	0,725
2. Faktor Kedua (Daya Tarik)	15,845	2,694	1.) Keindahan alam (F1)	0,795
			2.) Keamanan (F4)	0,711
			3.) Jenis kegiatan wisata (F3)	0,673
3. Faktor Ketiga (Pelayanan Wisatawan)	11,940	2,030	1.) Pelayanan wisatawan (F10)	0,757
			2.) Kenyamanan (F14)	0,690
			3.) Keberadaan pedagang (F9)	0,686
4. Faktor Keempat (Sarana dan Prasarana)	8,058	1,370	1.) Sarana warung, gazebo, tempat ibadah, dll) (F12)	0,754
			2.) Prasarana (jalan, listrik, jaringan telepon, dll) (F13)	0,718

Lanjutan Tabel 54. Faktor Preferensi Wisatawan terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo

5. Faktor kelima (Pengelolaan Wisata Pantai)	7,181	1,221	1.) Kebersihan lokasi (F2)	0,779
			2.) Pengelolaan tempat wisata (F8)	0,555
			3.) Pengaruh cuaca terhadap waktu kunjungan (F11)	0,542
6. Faktor keenam (Pemasaran)	7,083	1,204	1.) Promosi wisata (F16)	0,799
			2.) Sarana dan penyampaian informasi (F15)	0,735
			3.) Tarif/harga terjangkau (F17)	0,624

Pada proses analisis faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan terhadap wisata pantai Kecamatan Watulimo antara lain :

a. Faktor Pertama : Aksesabilitas

Faktor pertama preferensi wisatawan terhadap atribut di wisata pantai Kecamatan Watulimo adalah faktor aksesabilitas yang terdiri dari kondisi dan jarak tempuh dari Kabupaten/Kota, waktu tempuh dari Kabupaten/Kota dan Frekuensi kendaraan. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan keragaman sebesar 21,004%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 21,004% kriteria wisatawan yang melakukan kunjungan ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo mempertimbangkan variabel yang ada pada faktor pertama ini.

Obyek wisata merupakan akhir dari perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesabilitas dimana obyek wisata harus mudah dicapai dan juga mudah ditemukan. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesabilitas suatu obyek wisata. Aksesabilitas merupakan faktor penting yang menjadi perhatian wisatawan dalam memilih obyek wisata (Fitriana, 2009).

Menurut Romani (2006), menyatakan bahwa aksesabilitas merupakan syarat 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 slalu ada jalan untuk menuju obyek wisata.

Tabel 54. Menjelaskan bahwa variabel waktu tempuh dari Kabupaten/Kota (0,809) merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa perjalanan wisata menuju pantai di Kecamatan Watulimo harus memenuhi syarat aksesabilitas dimana kondisi dan jarak tempuh dari Kabupaten/Kota (0,737). Kondisi jalan umum dan jarak menentukan aksesabilitas suatu obyek wisata. Selanjutnya frekuensi kendaraan mempunyai nilai terendah (0,725) yang berarti bahwa nilai ini memiliki pengaruh terhadap preferensi wisatawan yang cukup dipentingkan.

Aksesabilitas dari keempat pantai tersebut yang menjadi preferensi wisatawan dalam kategori penting-sangat penting adalah Pantai Damas sedangkan untuk Pantai Pasir Putih, Pantai Cengkrong dan Pantai Prigi dalam kategori cukup penting sampai sangat penting.

Nilai korelasi dari variabel-variabel yang termasuk dalam faktor aksesabilitas memiliki korelasi keseluruhan yang positif. Artinya semakin baik aksesabilitas yang tersedia untuk wisatawan maka semakin tinggi pula preferensi wisatawan dalam memilih wisata pantai Kecamatan Watulimo sebagai tempat tujuan wisata.

b. Faktor kedua : Daya tarik

Faktor kedua dinamakan daya tarik yang terdiri atas keindahan alam, keamanan dan jenis kegiatan wisata pantai. Variabel yang terdapat pada faktor daya tarik ini penting dimiliki oleh suatu obyek wisata pantai ini karena merupakan faktor yang dapat menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan. Menurut Romani (2006), daya tarik wisatawan merupakan suatu bentukan atau aktivitas

dan fasilitas yang berhubungan serta dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung kesuatu tempat tertentu. Daya tarik merupakan faktor yang membuat orang-orang berkeinginan untuk mengunjungi dan melihat secara langsung ke tempat yang mempunyai daya tarik tersebut.

Hasil analisis faktor didapatkan besarnya nilai variansi pada faktor daya tarik wisata ini karena faktor ini sebesar 15,846%. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria wisatawan dalam memutuskan berkunjung sebesar 15,846%. Nilai korelasi daya tarik wisata seluruhnya positif artinya semakin tinggi daya tarik yang dimiliki oleh wisata pantai Kecamatan Watulimo akan semakin tertarik untuk mengunjungi wisata pantai tersebut.

Hasil perhitungan analisis faktor didapatkan nilai yang paling penting keberadaannya dalam menentukan preferensi wisatawan adalah keindahan alam (0,795) yang dimiliki oleh wisata pantai di Kecamatan Watulimo beragam diantaranya Pantai Pasir Putih memiliki hamparan pasir putih yang luas, ombaknya relatif tenang. Pantai Prigi memiliki pasir yang berwarna kecoklatan, keindahan panorama laut lepas. Pantai Cengkong memiliki ekowisata mangrove. Pantai Damas memiliki keindahan alam pantai yang masih alami dengan tumbuhan kelapa ditepi pantai. Selanjutnya keamanan (0,711) karena dengan kondisi yang aman maka wisatawan tidak merasa cemas dalam melakukan kunjungan dan dapat santai saat berwisata. Selanjutnya jenis kegiatan wisata (0,673) karena pada Wisata Pantai Kecamatan Watulimo ini menawarkan jasa kepada para wisatawan diantaranya berperahu, *banana boat*, wisata kuliner selain itu para wisatawan juga dapat melakukan kegiatan wisata berenang, memancing, melihat langsung kegiatan nelayan.

Daya tarik pada Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas menjadi preferensi wisatawan dalam kategori penting-sangat penting.

Nilai korelasi dari variabel-variabel yang termasuk dalam faktor daya tarik memiliki korelasi keseluruhan yang positif. Artinya semakin baik daya tarik yang tersedia untuk wisatawan maka semakin tinggi pula preferensi wisatawan dalam memilih wisata pantai Kecamatan Watulimo sebagai tempat tujuan wisata.

c. Faktor ketiga : Pelayanan Wisatawan

Faktor keempat dinamakan pelayanan wisatawan yang terdiri dari pelayanan wisatawan, kenyamanan dan keberadaan jumlah pedagang. Variabel yang mendominasi faktor ketiga ini erat kaitannya dengan pelayanan tempat wisata terhadap wisatawan. Menurut Rahayu (2006), menyatakan bahwa kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh kegiatan pelayanan dan pengelolaan yang diberikan oleh suatu obyek wisata kepada wisatawan. Walaupun dalam suatu obyek wisata memiliki potensi wisata dan fasilitas yang lengkap, bila tanpa pelayanan dan pengelolaan yang baik maka potensi tersebut tidak akan dapat dimanfaatkan secara optimal.

Hasil analisis faktor didapatkan besarnya nilai variansi pada faktor pelayanan ini sebesar 11,940%. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi wisatawan terhadap wisata pantai Kecamatan Watulimo karena penyediaan pelayanan sebesar 11,940%. Keseluruhan variabel yang termasuk kedalam faktor pelayanan yang diberikan oleh pengelola, maka preferensi wisatawan terhadap wisata pantai semakin besar.

Hasil perhitungan analisis faktor didapatkan nilai yang paling penting keberadaannya dalam menentukan preferensi wisatawan adalah pelayanan wisatawan (0,757) karena sikap dan pelayanan petugas/pengelola yang baik dan ramah kepada wisatawan akan membuat nyaman dalam melakukan kunjungan wisata kembali di wisata pantai tersebut.

Variabel selanjutnya adalah kenyamanan (0,690) karena dengan rasa nyaman maka wisatawan akan puas menikmati saat berwisata. Kemudian variabel

yang memiliki nilai factor loadingnya terkecil yaitu keberadaan pedagang (0,686) karena ada tidaknya pedagang kurang memberi pengaruh kepada wisatawan karena sebagian dari mereka membawa bekal dari rumah.

Pelayanan terhadap wisatawan pada Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas menjadi preferensi wisatawan dalam kategori cukup penting-sangat penting.

Nilai korelasi dari variabel-variabel yang termasuk dalam faktor pelayanan wisatawan memiliki korelasi keseluruhan yang positif. Artinya semakin baik pelayanan yang tersedia untuk wisatawan maka semakin tinggi pula preferensi wisatawan dalam memilih wisata pantai Kecamatan Watulimo sebagai tempat tujuan wisata.

d. Faktor keempat : Sarana dan Prasarana

Faktor keenam terdapat dua variabel yang berpengaruh dominan yaitu variabel sarana dan prasarana. Oleh karena itu faktor ini dinamakan faktor sarana dan prasarana. Menurut Kurniawan (2013), menyatakan bahwa ketersediaan sarana dan prasarana dalam suatu obyek wisata sangatlah penting karena guna memenuhi kebutuhan wisatawan selama berwisata. Sehingga pengelola perlu memperhatikan kondisi guna menjaga dan meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hasil analisis faktor didapatkan besarnya nilai variansi pada faktor sarana dan prasarana sebesar 8,058%. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria wisatawan dalam memutuskan berkunjung sebesar 8,058%. Nilai korelasi sarana dan prasarana seluruhnya positif artinya semakin tinggi sarana dan prasaran yang disediakan oleh Wisata Pantai Kecamatan Watulimo akan semakin tertarik untuk mengunjungi wisata pantai tersebut.

Hasil perhitungan analisis faktor didapatkan nilai yang paling penting keberadaannya dalam menentukan preferensi wisatawan adalah variabel sarana (0,754) adalah tempat ibadah, toilet, area parkir, kios oleh-oleh, gazebo dan alat

untuk kegiatan wisata. Selanjutnya prasarana (0,718) diantaranya jalan, jembatan dan jaringan telepon. Karena ketersediaan jaringan telepon akan memenuhi kebutuhan berkomunikasi wisatawan selama berwisata. Hal ini cukup penting karena wisatawan lebih mementingkan sarana yang disediakan dibandingkan dengan prasarana yang ada.

Sarana dan prasarana pada Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas menjadi preferensi wisatawan dalam kategori penting-sangat penting.

e. Faktor kelima : Pengelolaan

Faktor kelima terdapat tiga variabel yang berpengaruh dominan yaitu variabel pengelolaan kawasan tempat wisata, kebersihan lokasi dan pengaruh cuaca terhadap waktu kunjungan. Oleh karena itu faktor ini dinamakan faktor pengelolaan. Menurut Rahayu (2006), menyatakan bahwa kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh kegiatan pelayanan dan pengelolaan yang diberikan oleh suatu obyek wisata kepada wisatawan. Walaupun dalam suatu obyek wisata memiliki potensi wisata dan fasilitas yang lengkap, bila tanpa pelayanan dan pengelolaan yang baik maka potensi tersebut tidak akan dapat dimanfaatkan secara optimal.

Hasil analisis faktor didapatkan besarnya nilai variansi pada faktor pengelolaan ini sebesar 7,181%. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi wisatawan terhadap wisata pantai Kecamatan Watulimo karena pengelolaan lokasi sebesar 7,181%. Keseluruhan variabel yang termasuk kedalam faktor pengelolaan yang dilakukan oleh pengelola, maka preferensi wisatawan terhadap wisata pantai semakin besar.

Hasil perhitungan analisis faktor didapatkan nilai yang paling penting keberadaannya dalam menentukan preferensi wisatawan adalah variabel kebersihan lokasi (0,779) karena dengan keadaan lokasi yang bersih akan memberi nilai plus terhadap lokasi wisata pantai. Kemudian pengelolaan tempat

wisata (0,555) karena dengan pengelolaan wisata pantai akan terlihat lebih indah dan menambah daya tarik bagi wisatawan. Sedangkan yang memiliki nilai faktor loading terendah adalah pengaruh cuaca terhadap waktu kunjungan (0,542) karena cuaca mempengaruhi keinginan untuk berkunjung. Wisatawan akan mempertimbangkan keadaan musim, apakah pada musim kemarau atau musim penghujan. Wisatawan lebih senang berkunjung pada musim kemarau daripada musim penghujan. Hal ini karena pada musim hujan dikhawatirkan terjadi peristiwa alam seperti banjir maupun longsor yang akan membahayakan keselamatan wisatawan.

Pengelolaan pada Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkrong menjadi preferensi wisatawan dalam kategori cukup penting-sangat penting. Sedangkan untuk Pantai Damas dalam kategori penting-sangat penting.

f. Faktor Keenam : Pemasaran dan Promosi

Faktor keenam dinamakan pemasaran/promosi yang terdiri dari variabel sarana dan penyampaian informasi, promosi wisata dan tarif/harga terjangkau. Variabel ini dapat berfungsi untuk memperkenalkan wisata pantai di Kecamatan Watulimo tidak hanya lokal saja tetapi juga sampai ke manca. Menurut Romani (2006), kegiatan promosi/pemasaran merupakan faktor pendukung produk wisata dengan tujuan untuk menarik wisatawan dalam melakukan kunjungannya. Kegiatan dapat dilakukan dengan cara publikasi melalui media cetak maupun media elektronik.

Hasil analisis faktor didapatkan besarnya nilai variansi pada faktor pemasaran/promosi ini sebesar 7,083%. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria wisatawan dalam memutuskan berkunjung karena faktor ini sebesar 7,083%. Nilai korelasi pemasaran/promosi seluruhnya positif artinya semakin tinggi promosi yang dilakukan oleh pihak yang bersangkutan maka akan semakin tertarik untuk mengunjungi wisata pantai tersebut.

Hasil perhitungan analisis faktor didapatkan nilai yang paling penting keberadaannya dalam menentukan preferensi wisatawan adalah Variabel promosi wisata (0,799) kegiatan ini dilakukan untuk memperkenalkan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo, kegiatan yang telah dilakukan diantaranya dengan adanya tayangan ditelevisi misal JTV, TransTV dan lain-lain. Pada media sosial seperti penguploadan gambar keindahan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo melalui facebook, Instagram, twitter. Selanjutnya sarana dan penyampaian informasi (0,735) merupakan metode yang didapatkan oleh wisatawan bagaimana mengetahui informasi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo. Penyampaian informasi mengenai wisata pantai ini lebih efektif melalui jejaring sosial, media elektronik, dari mulut ke mulut. Variabel yang memiliki nilai factor loading terkecil adalah tarif/ harga terjangkau (0,624) karena pada wisata tersebut harga tiket masuk serta tiket untuk melakukan kegiatan wisata cukup dijangkau oleh wisatawan. Apabila harga tiket mengalami kenaikan kemungkinan wisatawan akan berpindah untuk melakukan kunjungan di tempat lain.

Pemasaran dan promosi pada Pantai Pasir Putih, Pantai Prigi, Pantai Cengkong dan Pantai Damas menjadi preferensi wisatawan dalam kategori cukup penting- penting.

5.6 Upaya-Upaya Yang Dapat Dilakukan Dalam Pengelolaan Akibat Perilaku Wisatawan Memilih Wisata Pantai Kecamatan Watulimo

Perilaku wisatawan merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh pengelola yang menganut konsep pemasaran dengan tujuan memberikan kepuasan kepada wisatawan. Wisatawan merupakan salah satu faktor yang dapat mempertahankan keberadaan suatu obyek wisata. Sehingga pengelola perlu melakukan upaya-upaya dalam meningkatkan pelayanan serta pengembangan dari obyek wisata supaya jumlah wisatawan yang datang ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo semakin meningkat.

Berdasarkan hasil analisis proses pengambilan keputusan dan preferensi wisatawan terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dapat disimpulkan bahwa pentingnya mempelajari perilaku wisatawan untuk mengetahui karakteristik, proses pengambilan keputusan berkunjung dan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan. Adapun alasan yang mendasari perilaku wisatawan dalam memilih Wisata Pantai Kecamatan Watulimo antara lain :

a. Pantai Pasir Putih

Pantai Pasir Putih adalah urutan pertama yang menjadi daya tarik dan lebih diminati dibanding pantai lainnya karena :

- Keindahan hamparan pasir putihnya.
- Panorama sekitar pantai dengan singkapan batu vulkanik (karang besar) yang indah.
- Atraksi kegiatan pantai berupa berperahu, berenang dan *banana boat*
- Dapat menikmati ikan asap yang dijual di area obyek wisata.

Akan tetapi juga memiliki kekurangan diantaranya :

- Akses menuju lokasi Pantai Pasir Putih sedikit terkendala karena jalan Jlombang daerah Slawe dan di daerah Nglinggis Kec. Tugu terjadi longsor yang mengakibatkan jalan raya Trenggalek-Ponorogo tertimbun material longsor dan arus lalu lintas putus total.
- Area parkir kurang luas akibat semakin banyaknya wisatawan.
- Masih banyak ditemukan tumpukan sampah.
- Kurangnya sarana penunjang seperti perahu dan *banana boat*.

Upaya pengembangan yang dapat dilakukan diantaranya :

- ✓ Perlu dibangunnya infrastruktur yaitu perluasan area parkir karena semakin banyaknya wisatawan hingga area parkir berada dipinggir jalan.

- ✓ Disisi kiri (timur pantai) terdapat gugusan karang sehingga lebih cocok lagi kalau dimanfaatkan sebagai area pemancingan oleh wisatawan karena keanekaragaman ikan dan udang yang melimpah.
- ✓ Perlu penambahan petugas kebersihan dan tempat sampah di area sekitar pantai sehingga tidak ada lagi tumpukan sampah disekitar obyek wisata.
- ✓ Perlu adanya petugas pantai yang mengawasi atraksi wisatawan yang sedang berenang.
- ✓ Perlu penambahan sarana penunjang (perahu, banana boat) sehingga wisatawan tidak perlu mengantri dan menunggu ketika ingin mengelilingi keindahan pantai tersebut.

b. Pantai Prigi

Pantai Prigi adalah urutan kedua yang menjadi daya tarik dan diminati oleh wisatawan :

- Dapat melihat langsung kegiatan nelayan dan berinteraksi dengan nelayan
- Dapat menikmati upacara Larung Sembonyo yang menjadi ciri khas masyarakat atas ucapan rasa syukur terhadap hasil tangkapan ikan.
- Merupakan TPI dan Pelabuhan Nusantara tersbesar di Pantai Selatan Jawa.

Akan tetapi memiliki kekurangan diantaranya :

- Akses menuju lokasi Pantai Prigi sedikit terkendala karena jalan Jlombang daerah Slawe dan di daerah Nglinggis Kec. Tugu terjadi longsor yang mengakibatkan jalan raya Trenggalek-Ponorogo tertimbun material longsor dan arus lalu lintas putus total.
- Tidak ada batasan antara atraksi wisatawan dengan kegiatan nelayan.
- Masih terdapat tumpukan sampah disekitar area wisata.
- Atraksi wisatawan masih sedikit misal berenang.

- Pedagang kaki lima yang berjualan sembarang tempat di tepi pantai.
- Masih ditemukan *vandalisme* atau corat-coret disembarang tempat khususnya di gazebo-gazebo.

Upaya yang dapat dilakukan dalam pengembangan wisata pantai tersebut diantaranya :

- ✓ Perlu penambahan petugas kebersihan dan tempat sampah di area sekitar pantai sehingga tidak ada lagi tumpukan sampah disekitar obyek wisata.
- ✓ Perlu adanya petugas pantai yang mengawasi atraksi wisatawan yang sedang berenang.
- ✓ Perlu adanya batasan kawasan atraksi wisatawan untuk berenang atau bermain air dengan kagiatan nelayan karena untuk mengurangi bau yang tidak sedap.
- ✓ Perlu pembenahan gazebo-gazebo karena ada yang sudah retak dan banyak coretan didinding gazebo.
- ✓ Perlu adanya tempat khusus bagi pedagang yang berjualan.
- ✓ Perlu adanya atraksi baru seperti voli pantai. Serta melestarikan upacara adat Larung Sembonyo.

c. Pantai Cengkong

Pantai Cengkong adalah urutan ketiga yang menjadi daya tarik dan diminati oleh wisatawan karena :

- Udaranya sejuk disebabkan berdiri kokoh gunung Kumbokarno yang rimbun akan pepohonan
- Wisatawan dapat menikmati keindahan Ekowisata Mangrove Pancer Cengkong.
- Ombaknya yang landai dan pasir yang berwarna coklat kehitam-hitaman.

Akan tetapi memiliki kekurangan diantaranya :

- Fasilitas yang kurang memadai.
- Atraksi wisatawan yang masih sedikit.
- Pedagang yang masih sedikit.
- Masih ditemukan tumpukan sampah.
- Atraksi wisatawan yang masih sedikit.

Upaya yang dapat dilakukan dalam pengembangan wisata pantai tersebut diantaranya :

- ✓ Perlu adanya pos keamanan yang ada disekitar area wisata.
- ✓ Perlu penambahan pedagang yang berjualan makanan, minuman dan lain sebagainya.
- ✓ Perlu pembangunan sarana berupa toilet, tempat ibadah, gazebo serta akomodasi berupa tempat penginapan agar wisatawan yang dari luar daerah Kota Trenggalek dapat beristirahat selama menikmati perjalanan wisata.
- ✓ Perlu adanya penambahan penyewaan pelampung dan perahu agar wisatawan lebih menikmati ketika melihat pemandangan pantai.
- ✓ Perlu penambahan petugas kebersihan dan tempat sampah di area sekitar pantai sehingga tidak ada lagi tumpukan sampah disekitar obyek wisata.

d. Pantai Damas

Pantai Damas adalah urutan keempat yang menjadi daya tarik dan diminati oleh wisatawan karena :

- Keindahan alam pantai yang masih alami serta ombaknya tidak terlalu besar yang menambah suasana ketenangan jiwa.
- Terdapat pohon kelapa disekitar pantai yang menambah kesegaran udara serta terdapat mangrove yang menjadi daya tarik wisatawan.

Akan tetapi juga terdapat kekurangan diantaranya :

- Sarana dan prasarana yang kurang memadai.
- Fasilitas penunjang yang kurang memadai.
- Atraksi wisatawan yang masih sedikit.
- Keberadaan pedagang yang masih sedikit.
- Pengelolaanya kurang sehingga minat wisatawan yang berkunjung masih sedikit.

Upaya yang dapat dilakukan dalam pengembangan wisata pantai tersebut diantaranya :

- ✓ Perlu adanya penambahan papan nama petunjuk sehingga wisatawan lebih mudah menuju lokasi obyek wisata tersebut.
- ✓ Perlu adanya penarikan retribusi sehingga dapat digunakan untuk pengembangan sarana penunjang kepariwisataan.
- ✓ Perlu penambahan fasilitas seperti gazebo, tempat penginapan, tempat belanja/kios.
- ✓ Perlu penambahan petugas kebersihan dan tempat sampah di area sekitar pantai sehingga tidak ada lagi tumpukan sampah disekitar obyek wisata.
- ✓ Perlu adanya pos keamanan yang ada disekitar area wisata.
- ✓ Perlu penambahan pedagang yang berjualan makanan, minuman dan lain sebagainya.
- ✓ Perlu adanya atraksi baru seperti *surfing*, voli pantai, dan berperahu.

5.7 Pengembangan Berkelanjutan Pada Wisata Pantai Kecamatan Watulimo

Pengembangan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo akan berpengaruh pada keberlanjutan wisata pantai tersebut. Pengembangan wisata pantai tersebut dapat dilakukan melalui berbagai cara dalam pemasarannya. Wisata Pantai Kecamatan Watulimo termasuk dalam pemasaran jasa dimana tujuannya yaitu

untuk meningkatkan kepuasan para wisatawan dalam berkunjung. Adapun strategi pemasaran jasa Wisata Pantai Kecamatan Watulimo yang dapat dilakukan yaitu dengan mempertahankan mutu kualitas keindahan pantai di Kecamatan Watulimo, menambah produktivitas pengelola terhadap pelayanan kepada wisatawan dan promosi lewat berbagai media dengan menonjolkan keindahan serta atraksi wisata yang ada di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo tersebut. Sesuai dengan pendapat Kotler (2008), terdapat perbedaan dalam pemasaran produk dan jasa. Pada pemasaran produk yang memiliki karakteristik berwujud, maka dalam pemasarannya yaitu meletakkan barang disuatu tempat dan menunggu pelanggan. Sedangkan pada pemasaran jasa memerlukan pendekatan tambahan yaitu dengan berinteraksi secara efektif untuk menciptakan nilai superior. Selain itu tugas utama pemasaran jasa yaitu meningkatkan diferensiasi bersaing, mutu pelayanan dan produktivitas.

Pengembangan wisata pantai yang berkelanjutan dapat dilakukan dengan menerapkan berbagai prinsip, yaitu: layak secara ekonomi, lingkungan, sosial, kelembagaan dan tepat guna secara teknologi.

a. Aspek Ekonomi

Pembangunan berkelanjutan berkaitan erat dengan pertumbuhan ekonomi dan bagaimana mencari jalan untuk memajukan ekonomi dalam jangka panjang dan dapat meningkatkan kesejahteraan generasi masa depan. Pengembangan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo pada aspek ekonomi dapat diterapkan dengan cara memaksimalkan kesejahteraan manusia, efisiensi dalam penggunaan sumberdaya misalnya dalam mengambil hasil tangkapan ikan, penyediaan makanan khas yang di kelola oleh masyarakat misalnya ikan asap, sayur lodho. Selain itu masyarakat setempat juga dapat mendirikan kios-kios (kios manakan dan minuman serta kios pusat oleh-oleh). Adanya kegiatan

ekonomi tersebut diharapkan akan menambah penghasilan masyarakat sekitar di Kecamatan Watulimo serta meningkatkan taraf hidup dan ekonomi.

b. Aspek Lingkungan

Faktor lingkungan (ekologi) diperlukan untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan, aspek ekologi merupakan aspek yang banyak disorot ketika membahas tentang *sustainable design*. Kegiatan pariwisata cenderung merusak kelestarian lingkungan misalnya sampah yang bertumpuk. Dengan pengembangan pariwisata diharapkan dapat meminimalisir pencemaran lingkungan misal dengan penambahan jumlah tempat sampah serta diperlukan kesadaran diri dari wisatawan dalam membuang sampah pada tempatnya. Selain itu juga dapat melakukan kegiatan ekowisata dengan cara menjaga serta melestarikan keindahan Pantai di Kecamatan Watulimo. Sehingga wisatawan mendapat kenyamanan dalam menikmati keindahan alam wisata pantai tersebut.

c. Aspek Sosial

Pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan akan memerlukan partisipasi dari para *stakeholder*. Pada aspek sosial budaya masyarakat dan para wisatawan diharapkan untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu keberlanjutan dan serta mempromosikan praktik pengelolaan lingkungan yang baik. Interaksi dan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan persentuhan antarbudaya yang juga semakin intensif. Peningkatan kerjasama antar *stake holder* yaitu kerjasama antar pemerintah, swasta, dan masyarakat. Selain itu perlu adanya peningkatan SDM dan pemberdayaan kualitas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Tasikmadu dan Kelompok Pengawas Wisata (Pokmaswas) di Desa Karanggandu dengan penguasaan ilmu dan teknologi, ketrampilan dan kewirausahaan. Hal budaya dapat dilakukan dengan cara melestarikan upacara adat yaitu Upacara Larung

Sembonyo, dimana upacara ini diadakan setiap tahun sekali pada bulan Selo dengan tujuan sebagai ucapan rasa syukur atas hasil tangkapan ikan yang melimpah. Dengan adanya upacara tersebut, dapat menjadikan daya tarik bagi wisatawan karena dapat menyaksikan secara langsung serta mengetahui dan mempelajari budaya yang ada disana, sehingga diharapkan jumlah wisatawan yang berkunjung semakin banyak.

d. Aspek Kelembagaan

Keberlanjutan dari sisi kelembagaan dengan cara penguatan lembaga. Hal ini bertujuan untuk menjaga kelestarian serta keindahan Wisata Pantai Kecamatan Watulimo secara berkelanjutan. Penguatan lembaga dari pengelola akan dapat membentuk sebuah aturan yang mengikat seperti denda terhadap perilaku perusakan lingkungan seperti membuang sampah sembarangan dan kegiatan vandalisme (corat-corek di gazebo tempat wisata). Dengan adanya kebijakan tersebut akan memberikan dampak positif yaitu tetap terjaga keindahan wisata pantai dan melatif sikap kearifan dari seorang wisatawan itu sendiri serta diharapkan dapat menambah jumlah wisatawan yang berkunjung.

e. Aspek Tepat Guna Secara Teknologi

Keberlanjutan dari sisi statik diartikan sebagai pemanfaatan sumber daya alam terbarukan dengan laju teknologi yang konstan, sementara keberlanjutan dari sisi dinamik diartikan sebagai pemanfaatan sumber daya alam yang tidak terbarukan dengan tingkat teknologi yang terus berubah. Pengembangan pariwisata pada aspek teknologi ini dapat diterapkan dengan cara mempromosikan jasa pariwisata diberbagai media (*word of mouth*, media elektronik, media massa dan jejaring sosial) sehingga informasi yang tersampaikan kepada wisatawan akan semakin tersebar luas tidak hanya di Kota Trenggalek saja tetapi juga di luar Kota Trenggalek, hal ini diharapkan wisatawan yang berkunjung akan semakin banyak.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari penelitian yang berjudul “Analisis Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung dan Preferensi Wisatawan terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo” adalah :

1. Deskripsi keindahan dari masing-masing Wisata Pantai Kecamatan Watulimo diantaranya di (1) Pantai Pasir Putih dengan keindahan hamparan pasir putihnya, keindahan panorama sekitar pantai, atraksi wisata pantainya dan lain-lain; (2) Pantai Prigi dengan keindahan panorama sekitar pantai, dapat berinteraksi langsung dengan nelayan, belanja ikan segar serta pelaksanaan upacara adat Larung Sembonyo yang menjadi ciri khasnya; (3) Pantai Cengkrong dengan keindahan panorama sekitar pantai dan sekaligus dapat menikmati keindahan Ekowisata Mangrove Pancer Cengkrong; dan (4) Pantai Damas dengan keindahan alami pantainya, panorama alam sekitar pantai. Keunggulan dari keempat wisata pantai tersebut akan menambah daya tarik bagi wisatawan untuk tetap berkunjung di obyek Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa karakteristik wisatawan sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebesar 60% dengan usia berkisar antara 17 tahun hingga 24 tahun sebesar 60%. Status pernikahan wisatawan sebagian besar belum menikah 69,3%. Dan asal kedatangan mayoritas wisatawan berasal dari Tulungagung sebesar 48%. Wisatawan mayoritas mempunyai tingkat pendidikan adalah SMA sebesar 45,3% dan memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 52%. Pendapatan yang diperoleh oleh wisatawan mayoritas adalah Rp 500.000-Rp 2.000.000 sebesar

42,7% dan rata-rata pengeluaran mayoritas wisatawan sebesar Rp 500.000-Rp 1.000.000 sebesar 45%. Berdasarkan pengolahan data dengan tabulasi silang didapatkan hubungan antara status pernikahan dengan usia, asal kedatangan dengan pengeluaran, usia dengan tingkat pendidikan, tingkat pendidikan dengan pekerjaan, rata-rata pendapatan dengan pekerjaan, rata-rata pendapatan dengan rata-rata pengeluaran.

3. Berdasarkan analisis diketahui bahwa proses pengambilan keputusan berkunjung terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dimulai dengan tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi kunjungan, keputusan kunjungan, dan evaluasi pasca kunjungan. Tujuan utama berkunjung ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo adalah untuk menikmati keindahan alam (66,7%) dan manfaat yang diperoleh yaitu untuk hiburan dan refreshing (66,7%). Sumber informasi wisatawan didapatkan melalui keluarga/teman (70,7%). Pertimbangan utama wisatawan dalam memilih obyek wisata pantai yang akan dikunjungi adalah dari pemandangan alamnya (57%). Wisata pantai Kecamatan Watulimo dijadikan prioritas wisatawan jika dihadapkan pada berbagai pilihan obyek wisata pantai lainnya (74,7%). Hal yang membuat wisatawan pertama kali memutuskan berkunjung ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo adalah karena keindahan alamnya (60%) dan mereka merencanakan sebelumnya untuk melakukan kunjungan (60%). Selanjutnya rata-rata biaya yang dikeluarkan selama berkunjung berkisar Rp 100.000-Rp 200.000 (54,7%). Pantai Pasir Putih merupakan obyek wisata yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan (50,7%) dan rekreasi merupakan kegiatan wisata pantai yang paling banyak digemari (70,6%). Sebagian besar dari wisatawan menyatakan puas ketika sudah berkunjung ke Wisata Pantai Kecamatan Watulimo (80%) mereka tidak terpengaruh dengan adanya kenaikan tiket dimana akan tetap berkunjung ke wisata tersebut walaupun harga tiket naik (94,7%). Berdasarkan pengolahan

data dengan tabulasi silang didapatkan pengaruh antara pekerjaan dengan tujuan berkunjung, usia dengan sumber informasi, dan jenis kelamin dengan pertimbangan dalam berkunjung.

4. Dari hasil analisis faktor terdapat enam faktor preferensi wisatawan terhadap Wisata Pantai Kecamatan Watulimo yaitu : (1) faktor aksesabilitas (21,004%) yang terdiri dari variabel waktu tempuh dari Kabupaten/Kota (0,809), kondisi dan jarak tempuh dari Kabupaten/Kota (0,737), frekuensi kendaraan (0,725); (2) faktor daya tarik (15,845%) yang terdiri dari keindahan alam (0,795), keamanan (0,711), dan jenis kegiatan wisata pantai (0,673); (3) faktor pelayanan wisatawan (11,940%) terdiri dari pelayanan wisatawan (0,757), kenyamanan (0,690), dan keberadaan pedagang (0,686); (4) faktor sarana dan prasarana (8,058%) terdiri dari sarana (warung, gazebo, toilet, tempat ibadah, area parkir dll) (0,754) dan prasarana (jalan, listrik, jaringan telepon, air dll) (0,718); (5) faktor pengelolaan wisata pantai (7,181%) terdiri dari kebersihan lokasi (0,779), pengelolaan tempat wisata (0,555) dan pengaruh cuaca terhadap waktu kunjungan (0,542); (6) faktor pemasaran (7,083%) terdiri dari promosi wisata (0,799), sarana dan penyampaian informasi (0,735), dan tarif/harga terjangkau (0,624).
5. Adapun upaya-upaya yang dapat diterapkan dalam pengelolaan guna meningkatkan pengembangan wisata berkelanjutan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo diantaranya memperbaiki aksesabilitas untuk menuju lokasi wisata, menjaga keindahan dan kelestarian sumberdaya alam, menjaga dan memperbaiki sarana dan prasarana yang ada di wisata pantai, menambah atraksi (kegiatan) wisata yang lebih bervariasi, melakukan promosi terhadap wisata pantai agar lebih terkenal, kebijakan meningkatkan harga tiket, serta peningkatan kerjasama antar *stake holder*. Pengembangan berkelanjutan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo dapat dilakukan dengan menerapkan

prinsip layak secara ekonomi, lingkungan, sosial, kelembagaan dan tepat guna secara teknologi.

6.2 Saran

Adapun saran yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Mengingat faktor aksesabilitas berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan wisatawan maka pemerintah Kecamatan Watulimo disarankan untuk memperbaiki jalan atau akses untuk menuju lokasi obyek wisata.
2. Pengelola dapat melakukan kebijakan dalam peningkatan harga tiket dengan peningkatan pelayanan terhadap wisatawan melalui peningkatan fasilitas untuk kegiatan wisata, memperbaiki sarana dan prasarana yang kurang layak dan meningkatkan promosi terhadap obyek wisata agar wisata pantai tersebut semakin dikenal luas terutama untuk wilayah luar Kabupaten Trenggalek.
3. Perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan penambahan variabel agar hasil yang diperoleh semakin baik serta analisis mengenai kepuasan wisatawan dalam melakukan kunjungan di Wisata Pantai Kecamatan Watulimo.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A.A.P. 2012. Metodologi Penelitian Bisnis. UB Press. Malang. 194 hlm.
- Arikunto, S. 2007. Manajemen Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek. 2016. Trenggalek dalam Angka *in figure*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek
- Boyd, H.W, Walker, O.C dan Larreche, J.C. 2000. Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Jilid I Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta
- Bungin, B. 2001. Metodologi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif. Airlangga University Press. Surabaya
- Damanik, J dan Weber, H.F. 2006. Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi. PUSPAR UGM dan Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- 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
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Trenggalek. 2016. Laporan Tahunan Hasil Tangkapan. Kabupaten Trenggalek.
- Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Trenggalek. 2016. Laporan Tahunan Wisatawan. Kabupaten Trenggalek.
- Fitriyana, D. 2009. Analisis Proses Pengambilan Keputusan dan Preferensi Konsumen terhadap Obyek Wisata Pemancingan "Fishing Valley" Bogor. Skripsi pada Program Sarjana Manajemen Penyelenggaraan Khusus, Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Foster, Douglas W. 1974. Dasar-Dasar Marketing. Edisi ke 2. Diterjemahkan oleh: Soetojo. Erlangga. Jakarta.
- Gelgel, I.P. 2006. Industri Pariwisata Indonesia dalam Globalisasi Perdagangan Jasa (GATS-WTO). Refika Aditama. Bandung
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. 447 hlm.
- Harahab, N. 2010. Penilaian Ekonomi Ekosistem Hutan Mangrove dan Aplikasinya dalam Perencanaan Wilayah Pesisir. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hasan, M. 2013. Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif). Edisi Kedua. Bumi Aksara. Jakarta
- Hurriyati, Ratih. 2008. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. CV. Alfabeta. Bandung.
- Husaini dan Purnomo. 2008. Metodologi Penelitian Sosial Edisi Kedua. PT. Bumi Aksara. Jakarta.

- Indriantoro dan Supomo. 2012. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen. BPFE. Yogyakarta
- Kasali, R. 1998. Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2012. Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan Green Jobs untuk Indonesia. 150 hlm.
- Kotler, P. 2000. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Ketiga. Prenhallindo. Jakarta.
- _____ dan Armstrong, G. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Indeks. Jakarta.
- _____ dan Keller, K.L. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Indeks. Jakarta.
- Kurniawan, S. 2013. Analisis Persepsi dan Preferensi Pengunjung serta Tingkat Kesejahteraan Pedagang di Lokasi Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Manajemen. IPB
- META. 2002. Planning for Marine Ecotourism in the UE Atlantic Area. University of the West England. Bristol.
- Nicholson, W. 2001. Teori Ekonomi Makro: Prinsip Dasar dan Pengembangan. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Patani, I Gde dan Diart, Ketut Surya. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Andi Offset. Yogyakarta.
- Pradyamita, I. 2001. Kajian Mengenai Pengelolaan Sumberdaya Pesisir di Kota Denpasar Ditinjau dari Aspek Perikanan dan Pariwisata Dihubungkan dengan Rencana Umum Tata Ruang Wilayah Kota Denpasar. Skripsi pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rahayu, N. 2006. Analisis Proses Pengambilan Keputusan dan Preferensi Konsumen terhadap Wana Wisata Curug Nangka KPH Bogor. Skripsi pada Departemen IPB. Bogor.
- Rangkuti, F. 2009. Riset Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rizkhi. 2014. Preferensi Pengunjung terhadap Daya Tarik Obyek Wisata Teluk Palu di Kota Palu. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*. **Vol. 10** (4): 425-439
- Rochaety, E dan Tresnati. 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.
- Santoso, S. 2010. Statistik Multivariat. PT. Gramedia. Jakarta
- Sarwono, J. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Graha Ilmu. Bandung

Singarimbun, M dan Sofian, E. 2006. Metode Penelitian Survei. Edisi Revisi. LP3ES. Jakarta.

Setiawan dan Kusriani, D.E. 2010. Ekonometrika. Andi. Yogyakarta.

Spillane.1989. Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prosesnya. Kanisius. Yogyakarta

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Alfabeta. Bandung.

Suliyanto. 2005. Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta

Sumarwan, U. 2011. Perilaku Konsumen. Ghalia Indonesia. Bogor.

Supranto. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Rineka Cipta. Jakarta

Suvena dan Widyaatmaja. 2010. Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. Graha ilmu. Yogyakarta.

Suyanto, B dan Sutinah. 2007. Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif dan Pendekatan. Kencana. Jakarta.

Umar, H. 2003. Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. PT. Ghalia Indonesia. Jakarta

UU No 10 Tahun 2009. Tentang Kepariwisata. Undang-undang Republik Indonesia.

Usman, H dan Setiyadi, A. 2006. Metode Penelitian Sosial. Bumi Aksara. Jakarta.

Wardiyanta, M. 2006. Metode Penelitian Pariwisata. CV. Andi Offset. Yogyakarta

Wibisono, D. 2000. Riset Bisnis. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.

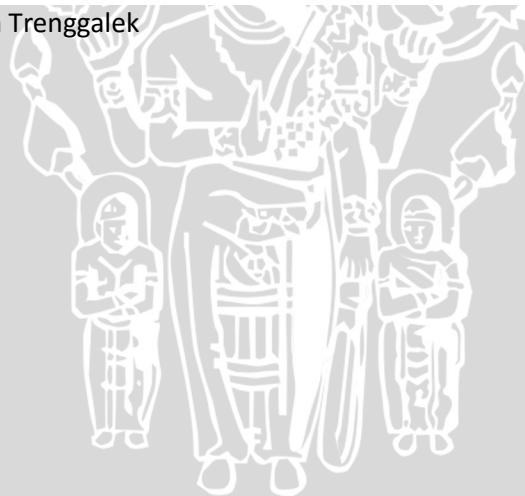
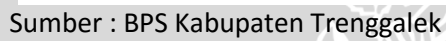
World Tourism Organization. 2013. Sustainable Tourism Governance and Management in Coastal Areas of Africa. UNWOTO. Madrid. 102 hlm

Yoeti, O. 1985. Pemasaran Pariwisata. Angkasa. Bandung.

Yulianda, F. 2007. Ekowisata Bahari sebagai Alternatif Pemanfaatan Sumberdaya Pesisir Berbasis Konservasi. Disampaikan pada Seminar Sains 21 Februari 2007 pada Departemen Manajemen Sumberdaya Perairan, FPIK. IPB

Yuliani. 2013. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kominfo (DISBUDPAR) dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Pampang Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (3): 450-464.

Lampiran 1. Peta Kecamatan Watulimo



Lampiran 2. Lokasi Wisata Pantai Kecamatan Watulimo



Sumber : east-java.com



Lampiran 3. *Anti Image Correlation*

		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16	F17
Anti-image Covariance	F1	.409	.025	.103	-.202	-.035	.001	.043	-.052	.055	-.065	-.096	.214	-.129	.005	.124	.000	.055
	F2	.025	.613	-.036	.008	.061	-.026	-.018	-.209	.054	-.158	-.201	.034	-.059	-.012	.055	.046	-.042
	F3	.103	-.036	.649	.004	-.041	-.008	-.105	-.006	.088	.117	-.065	.148	.061	.020	.043	-.032	-.076
	F4	-.202	.008	.004	.590	.026	-.074	.022	.084	.010	.022	.012	.019	.092	-.089	-.087	.128	-.013
	F5	-.035	.061	-.041	.026	.414	-.162	-.037	-.036	-.053	-.012	.020	-.035	-.027	-.081	-.072	-.137	.044
	F6	.001	-.026	-.008	-.074	-.162	.322	-.134	.059	-.112	-.025	.002	-.054	-.096	-.060	-.006	.005	-.063
	F7	.043	-.018	-.105	.022	-.037	-.134	.453	-.003	-.033	-.010	-.163	.006	.119	.028	.003	-.032	.009
	F8	-.052	-.209	-.006	.084	-.036	.059	-.003	.532	.025	.004	.148	.021	-.003	-.131	.018	.163	.082
	F9	.055	.054	.088	.010	-.053	-.112	-.033	.025	.485	-.133	.021	.010	-.003	-.026	-.093	.064	.122
	F10	-.065	-.158	.117	.022	-.012	-.025	-.010	.004	-.133	.575	.099	.065	.104	.113	-.045	-.116	.059
	F11	-.096	-.201	-.065	.012	.020	.002	-.163	.148	.021	.099	.568	-.019	-.031	-.094	-.134	.040	.101
	F12	.214	.034	.148	.019	-.035	-.054	.006	.021	.010	.065	-.019	.594	-.045	.074	.078	.086	.117
	F13	-.129	-.059	.061	.092	-.027	-.096	.119	-.003	-.003	.104	-.031	-.045	.549	-.046	.101	.066	.128
	F14	.005	-.012	.020	-.089	-.081	-.060	.028	-.131	-.026	.113	-.094	.074	-.046	.472	.097	.055	-.171
	F15	.124	.055	.043	-.087	-.072	-.006	.003	.018	-.093	-.045	-.134	.078	.101	.097	.641	.133	-.038
	F16	.000	.046	-.032	.128	-.137	.005	-.032	.163	.064	-.116	.040	.086	.066	.055	.133	.514	.042
	F17	.055	-.042	-.076	-.013	.044	-.063	.009	.082	.122	.059	.101	.117	.128	-.171	-.038	.042	.596

Lanjutan Tabel 3. *Anti Image Correlation*

Anti-image Correlation	F1	.623 ^a	.051	.200	-.412	-.084	.003	.101	-.112	.123	-.135	-.200	.434	-.273	.011	.242	-.001	.112
	F2	.051	.615 ^a	-.057	.013	.121	-.059	-.034	-.366	.100	-.266	-.341	.056	-.102	-.022	.088	.081	-.069
	F3	.200	-.057	.666 ^a	.007	-.079	-.018	-.194	-.010	.157	.192	-.107	.238	.102	.037	.066	-.055	-.121
	F4	-.412	.013	.007	.643 ^a	.052	-.169	.043	.150	.019	.037	.021	.032	.162	-.169	-.141	.233	-.022
	F5	-.084	.121	-.079	.052	.749 ^a	-.443	-.084	-.078	-.117	-.026	.041	-.071	-.057	-.184	-.139	-.297	.088
	F6	.003	-.059	-.018	-.169	-.443	.716 ^a	-.351	.142	-.283	-.059	.006	-.124	-.228	-.154	-.012	.012	-.143
	F7	.101	-.034	-.194	.043	-.084	-.351	.778 ^a	-.006	-.071	-.020	-.321	.012	.238	.060	.005	-.066	.018
	F8	-.112	-.366	-.010	.150	-.078	.142	-.006	.678 ^a	.048	.007	.269	.037	-.005	-.262	.031	.311	.146
	F9	.123	.100	.157	.019	-.117	-.283	-.071	.048	.789 ^a	-.253	.039	.019	-.005	-.054	-.167	.128	.226
	F10	-.135	-.266	.192	.037	-.026	-.059	-.020	.007	-.253	.637 ^a	.174	.111	.185	.217	-.074	-.213	.101
	F11	-.200	-.341	-.107	.021	.041	.006	-.321	.269	.039	.174	.547 ^a	-.033	-.055	-.182	-.222	.075	.173
	F12	.434	.056	.238	.032	-.071	-.124	.012	.037	.019	.111	-.033	.599 ^a	-.079	.140	.127	.155	.196
	F13	-.273	-.102	.102	.162	-.057	-.228	.238	-.005	-.005	.185	-.055	-.079	.659 ^a	-.090	.170	.124	.224
	F14	.011	-.022	.037	-.169	-.184	-.154	.060	-.262	-.054	.217	-.182	.140	-.090	.717 ^a	.176	.111	-.323
	F15	.242	.088	.066	-.141	-.139	-.012	.005	.031	-.167	-.074	-.222	.127	.170	.176	.658 ^a	.231	-.061
	F16	-.001	.081	-.055	.233	-.297	.012	-.066	.311	.128	-.213	.075	.155	.124	.111	.231	.675 ^a	.076
	F17	.112	-.069	-.121	-.022	.088	-.143	.018	.146	.226	.101	.173	.196	.224	-.323	-.061	.076	.597 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Lampiran 4. Hasil Tabulasi Silang

a. Tabulasi Silang Usia dengan Tingkat Pendidikan

Usia * Tingkat Pendidikan Crosstabulation

Count		Tingkat Pendidikan				Total
		SD/SMP	SMA/SMK	Diploma	S1	
Usia	17-24	8	28	1	8	45
	25-30	5	4	3	7	19
	31-35	0	2	1	1	4
	36-40	0	0	1	1	2
	41-45	0	0	2	0	2
	46-50	1	0	0	1	2
	>50	0	0	0	1	1
Total		14	34	8	19	75

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	39.947 ^a	18	.002
Likelihood Ratio	34.591	18	.011
Linear-by-Linear Association	5.265	1	.022
N of Valid Cases	75		

a. 24 cells (85.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .11.

b. Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Tingkat Pendidikan

Pekerjaan * Tingkat Pendidikan Crosstabulation

Count		Tingkat Pendidikan				Total
		SD/SMP	SMA/SMK	Diploma	S1	
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	7	30	1	1	39
	PNS	0	0	1	8	9
	Wiraswasta	2	1	3	9	15
	Ibu Rumah Tangga	2	0	2	1	5
	Lainnya	3	3	1	0	7
Total		14	34	8	19	75

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	64.244 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	71.119	12	.000
Linear-by-Linear Association	2.088	1	.148
N of Valid Cases	75		

a. 16 cells (80.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .53.

c. Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Pendapatan

Pekerjaan * Rata-Rata Pendapatan Crosstabulation

Count		Rata-Rata Pendapatan					Total
		<500	500-2000	2000-5000	5000-10.000	>10.000	
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	8	31	0	0	0	39
	PNS	0	1	7	0	1	9
	Wiraswasta	0	1	13	1	0	15
	Ibu Rumah TAngga	0	2	3	0	0	5
	Lainnya	1	5	1	0	0	7
Total		9	40	24	1	1	75

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	66.224 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	76.098	16	.000
Linear-by-Linear Association	9.826	1	.002
N of Valid Cases	75		

a. 22 cells (88.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

d. Tabulasi Silang Pendapatan dengan Pengeluaran

Rata-Rata Pendapatan * Rata-Rata Pengeluaran Crosstabulation

Count		Rata-Rata Pengeluaran					Total
		<500	500-1000	1000-3000	3000-5000	>5000	
Rata-Rata Pendapatan	<500	9	0	0	0	0	9
	500-2000	5	32	3	0	0	40
	2000-5000	0	0	21	3	0	24
	5000-10.000	0	0	0	1	0	1
	>10.000	0	0	0	0	1	1
Total		14	32	24	4	1	75

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.955E2 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	119.583	16	.000
Linear-by-Linear Association	60.005	1	.000
N of Valid Cases	75		

a. 20 cells (80.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Lampiran 5. Kegiatan Penelitian (Pengisian Kuesioner)

