

Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Frekuensi Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pantai Kenjeran Lama Surabaya

Eko Winarni⁽¹⁾

Fakultas Ekonomi, Universitas Yos Soedarso Surabaya ; eko.winarni76@gmail.com

Muhammad Said Alfian⁽²⁾

Fakultas Ekonomi, Universitas Yos Soedarso Surabaya ; muhammadsaidalfian@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat diandalkan dalam pembangunan nasional karena pariwisata dapat menghasilkan devisa bagi negara serta dalam penciptaan lapangan kerja dan berusaha. Salah satu kota di Indonesia yang cukup menarik minat wisatawan untuk berkunjung adalah Kota Surabaya., salah satunya adalah objek wisata pantai kenjeran. merupakan ikon yang ada di Kota Surabaya.,

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik wisatawan yang berkunjung ke pantai kenjeran dilihat dari aspek sosio ekonomi, serta mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh umur wisatawan, jenis kelamin wisatawan, pendapatan wisatawan, asal daerah wisatawan, jumlah anggota keluarga wisatawan, kedatangan wisatawan sebelumnya, biaya perjalanan ke objek wisata pantai kenjeran mempengaruhi frekuensi jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata pantai kenjeran.

Kedatangan sebelumnya berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan wisatawan ke pantai kenjeran, dan variabel pendapatan, jumlah anggota keluarga, biaya perjalanan ke pantai kenjeran tidak berpengaruh nyata terhadap frekuensi kunjungan wisatawan ke pantai kenjeran.

Kata Kunci : Frekuensi Kunjungan Wisatawan; Umur; Jenis Kelamin; Pendapatan; Asal Daerah; Jumlah Anggota Keluarga; Kedatangan Sebelumnya; Biaya Perjalanan; Objek Wisata Pantai Kenjeran Lama.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kegiatan pariwisata mempunyai peran penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Kegiatan pariwisata mampu berperan dalam menghasilkan devisa bagi negara serta dalam penciptaan lapangan kerja dan berusaha. Sebagai contoh, pembangunan hotel atau restoran di sekitar objek wisata akan menciptakan lapangan pekerjaan bagi penduduk sekitar dan dapat pula menciptakan usaha ekonomi bagi penduduk lokal seperti pembuatan souvenir atau bingkisan.

Pariwisata baik jenis pariwisata domestic maupun pariwisata internasional di dalamnya mengandung berbagai aspek yaitu aspek sosiologis, psikologis, hukum, ekonomi, ekologis, dan mungkin aspek lainnya. Mengingat begitu pentingnya peran pariwisata dalam pembangunan ekonomi dunia sehingga pariwisata sering dijuluki sebagai *passport to development*, maka tidak berlebihan bila hampir semua negara saat ini saling berkompetisi menjual keindahan alamnya, keunikan budayanya, dan keramah-tamahan penduduknya ke berbagai negara yang menjadi pasar potensialnya.

Pariwisata juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran sekaligus menciptakan kesejahteraan masyarakat. Di dalam realitanya, sektor pariwisata dijadikan sebagai alat untuk menormalkan kembali ekonomi Indonesia yang kurang stabil. Untuk mendukung sektor pariwisata, maka diperlukan adanya partisipasi dari masyarakat dan keprofesionalan dari pihak pengelola pariwisata itu sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku. Di samping itu dengan adanya perhatian yang serius dari pemerintah terhadap kepariwisataan, maka usaha di bidang kepariwisataan di Indonesia diharapkan berkembang dengan baik.

Salah satu Kota di Indonesia yang cukup menarik minat wisatawan untuk berkunjung adalah Kota Surabaya, ini merupakan salah satu dari jajaran kota-kota besar yang terdapat di Indonesia. Berbagai tempat-tempat wisata dan bersejarah dapat kita temukan di kota yang masuk ke dalam urutan kedua kota terbesar di Indonesia setelah Kota Jakarta.

Meski setiap tahun pengunjung wisatawan mengalami fluktuasi, tetapi jumlah pengunjung wisatawan mancanegara masih lebih banyak memilih jalur transportasi udara melalui Bandara Juanda dibandingkan transportasi laut yaitu Pelabuhan Tanjung Perak dan Pelabuhan Laut Ketapang. Untuk itu menjadi alasan utama bahwa wisatawan yang mengunjungi Provinsi Jawa Timur lebih dulu mengunjungi wisata yang berada.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka mengidentifikasi batasan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik wisatawan ke Pantai Kenjeran lama dilihat dari aspek sosio ekonominya?

2. Seberapa besar pengaruh umur wisatawan, jenis kelamin wisatawan, pendapatan wisatawan, asal daerah wisatawan, jumlah anggota keluarga wisatawan, kedatangan wisatawan sebelumnya, biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kenjeran lama mempengaruhi frekuensi jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Pantai Kenjeran lama?

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana karakteristik wisatawan ke Pantai Kenjeran lama dilihat dari aspek sosio ekonominya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh umur wisatawan, jenis kelamin wisatawan, pendapatan wisatawan, asal daerah wisatawan, jumlah anggota keluarga wisatawan, kedatangan wisatawan sebelumnya, biaya perjalanan ke objek wisata Pantai Kenjeran lama mempengaruhi frekuensi jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Pantai Kenjeran lama?

Metode

Metode pengambilan sampel yang dipergunakan adalah non probability sampling karena data yang diperoleh tidak dapat diketahui secara pasti jumlah populasi dari konsumen Wisata Pantai Kenjeran. Maka peneliti mengambil sampel menurut pendapat Malhotra (2005), yaitu jumlah responden paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variabel atau item yang digunakan dalam penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti sebesar 80 responden agar dapat representatif (mewakili populasi yang ada). Responden yang dijadikan sampel harus memenuhi kriteria yaitu pernah berkunjung ke Pantai Kenjeran. Alasan penetapan kriteria responden tersebut bertujuan agar informasi yang diperoleh dari responden benar-benar akurat.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab tujuan pertama dalam penelitian, yaitu mengidentifikasi karakteristik konsumen teh rosella merah. Analisis deskriptif pada penelitian ini menggunakan metode distribusi frekuensi yaitu dengan penyajian bivariate yaitu membandingkan antara karakteristik konsumen yang satu dengan karakteristik konsumen yang lain dimana kedua karakter tersebut mempunyai hubungan. Dari analisis ini akan diperoleh hasil dalam bentuk persen dan jumlah responden sesuai dengan karakteristik yang dimilikinya.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala pengukuran ini digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan Berkunjung Ke pantai kenjeran yang disajikan dalam bentuk pertanyaan kepada responden. Pilihan dibuat berjenjang mulai intensitas paling rendah sampai paling tinggi.

Untuk menguji validitas instrumen digunakan teknik korelasi Product Moment dengan mengkorelasikan skor total. Nilai korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan nilai

kritis tabel r dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Hipotesa yang dirumuskan sebagai berikut:

Ho: tidak terdapat hubungan antar pertanyaan; H₁: terdapat hubungan antar pertanyaan. Keputusan yang diambil adalah jika nilai korelasi Product Moment > nilai kritis, maka Ho ditolak dan H₁ diterima.

Instrumen yang digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini adalah teknik Alpha Cronbach. Teknik Alpha hanya digunakan untuk menganalisis reliabilitas kuisioner yang skalanya bukan skala diskrit (skala 0 dan 1). Suatu instrumen dikatakan reliable apabila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih.

Path Analysis dengan Program SPSS (Statistical Products and Solution Services). Penyusunan metode path analysis meliputi:

1. Spesifikasi model penelitian

Dua model path analysis digunakan dalam penelitian ini. Kedua model tersebut digambarkan melalui gambar jalur, sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Analisis regresi terhadap model

Model path analysis yang telah ditetapkan kemudian dilakukan analisis regresi linier berganda dengan melihat nilai R², analisis ANOVA serta koefisien jalur dengan tingkat kesalahan sebesar 10 %. Karena di dalam penelitian sosial masih dapat mentoleransi tingkat kepercayaan hingga 90%, variabel-variabel dalam penelitian sosial sangat luas dan tidak mudah untuk dideskripsikan secara keseluruhan.

.Pembahasan

• Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang tidak signifikan dari 18 variabel dalam penelitian. Variabel yang tidak signifikan tersebut adalah pendidikan dan ketersediaan produk. Hasil analisis reliabilitas dari instrumen penelitian ini yaitu koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0.725. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah reliable, karena nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6.

• Profil Konsumen

Profil konsumen sering digunakan sebagai dasar segmentasi pasar yang mengacu pada pengukuran statistik suatu populasi. Informasi demografi ini paling mudah didapatkan dan memiliki efektivitas untuk mengidentifikasi konsumen target yang berniat berkunjung ke Pantai Kenjeran.

- **Jenis Kelamin**

Menurut Kotler (1997), jenis kelamin merupakan aspek utama yang penting diketahui perusahaan ketika menciptakan suatu produk. Adanya perbedaan jenis kelamin akan membentuk perilaku pembelian yang berbeda pula. Berdasarkan jenis kelamin, konsumen dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 63,8 %. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen perempuan lebih sering terlibat dalam proses berkunjung, termasuk keputusan berkunjung ke Pantai Kenjeran.

- **Usia**

Apabila ditinjau dari segi pemasaran, semua penduduk pada semua usia merupakan konsumen. Konsumen pada setiap jenjang usia tertentu cenderung memiliki kebutuhan yang berbeda. Oleh karena itu, dibutuhkan segmentasi pasar untuk memudahkan sasaran pasar yang dituju dan mendapatkan pasar yang potensial untuk produk yang dipasarkan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Ujang (2004), Komposisi penduduk menurut kelompok umur pada suatu daerah dapat dijadikan sebagai dasar untuk segmentasi pasar suatu produk.

Konsumen terbanyak berasal dari golongan usia 21-30 tahun. Hal tersebut dikarenakan konsumen pada usia 21-30 tahun mempunyai tingkat informasi tentang teh rosella yang relatif tinggi, selain itu juga disebabkan oleh tingkat kesadaran akan pentingnya Refresing sehingga konsumen semakin selektif dalam memilih tempat Wisata.

- **Tingkat Pendidikan**

Menurut Engel, et.al (1994), perbedaan tingkat pendidikan akan membentuk perilaku pembelian yang berbeda pula. Tingkat pendidikan berperan penting dalam membentuk pilihan produk. Dari pendidikan terdapat proses belajar yang menghasilkan pengetahuan, kepercayaan dan sikap tertentu. Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap gaya hidup dan pola pikir dalam mempertimbangkan sesuatu. Tingkat pendidikan responden pengunjung Pantai Kenjeran yang paling dominan adalah Sarjana yaitu sebesar 42.5%. Hasil tersebut menunjukkan tingkat pendidikan responden cukup tinggi dan dianggap dapat mendeskripsikan dengan baik pemikiran responden terhadap produk.

- **Jenis Pekerjaan**

Jenis mata pencaharian seseorang akan mempengaruhi tingkat pendapatannya. Konsumen yang memiliki jenis pekerjaan tertentu pada umumnya mengkonsumsi barang-barang tertentu yang berbeda dengan konsumen dengan jenis pekerjaan lainnya (Kasali, 2000). Pengunjung Pantai Kenjeran di daerah penelitian cukup beragam apabila ditinjau dari jenis pekerjaan. Hal tersebut menunjukkan sebagian besar responden mempunyai penghasilan

sendiri yang dapat dibelanjakan sesuai dengan tingkat kebutuhan dan keinginan. Jenis pekerjaan paling dominan adalah PNS sebesar 35%.

- **Tingkat Pendapatan**

Justifikasi teori menunjukkan bahwa individu dengan tingkat pendapatan tinggi akan meningkatkan biayanya (cost) ber-kaitan dengan dukungan untuk membeli suatu produk. Tingkat pendapatan se-seorang akan mempengaruhi daya belinya, sehingga juga akan mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin tinggi pula kemampuan membeli seseorang.

Mayoritas tingkat pendapatan Pengunjung Pantai Kenjeran berkisar > 500.000-1.000.000 yaitu sebanyak 38,8 %. Hal tersebut sesuai dengan keterangan sebagian besar responden bahwa tiket masuk Pantai Kenjeran adalah sesuai atau terjangkau. Meskipun responden tidak mempunyai pendapatan yang terlalu tinggi, tetapi mereka masih mampu membeli tiket masuk Pantai Kenjeran.

Kesimpulan

1. Profil konsumen yang membeli atau berkunjung ke Pantai Kenjeran sebagian besar yaitu perempuan dengan persentase 63,8%, sedangkan kelompok usia terbesar yaitu antara 21-30 tahun dengan persentase 35,0 %. Tingkat pendidikan konsumen sebagian besar yaitu Sarjana 42,5 %, jenis pekerjaan yaitu Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebesar 35,0 % dan jumlah anggota keluarga rata-rata sebesar 3-4 orang sebesar 57,5 %.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap tingkat berkunjung ke Pantai Kenjeran yaitu faktor psikologis, individu dan strategi pemasaran. Nilai pengaruh setiap faktor tersebut terhadap pembelian berturut-turut 39,3 %; 8,5 %; 52,9 %.
3. Faktor dominan yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berkunjung ke Pantai Kenjeran yaitu faktor strategi pemasaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat upaya-upaya dalam strategi pemasaran Pantai Kenjeran, sehingga mempengaruhi dalam keputusan konsumen untuk berkunjung.

Daftar Pustaka

1. Ariyanto. 2005. *Ekonomi Pariwisata*.
2. Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta.
3. Hayati, Nur. 2012. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Wana Wisata Kopeng*. Balai Penelitian Kehutanan Makassar. Makassar.
4. Iqbal, Hasan. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

5. Khasani, M. Akrom. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kunjungan wisatawan di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal*. Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan. Universitas Diponegoro. Semarang.
6. Mc. Intosh, Robert W., Charles R. Goeldner. 1995. *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. Grad Publising Inc. USA
7. Mill, Robert Christie., Alastair A. Morrison. 1985. *Tourism System*, Prentice-Hall, Inc., New York.
8. Mulyani, Rina. 2006. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Kawasan Wisata Pantai Carita Kabupaten Padeglang*. Institut Pertanian Bogor.
9. Phosikham, Thongmala. Anoulom Vilayphone. Somvang Phimavong. 2015. *The Relationships between International Tourists' Travel Characteristics, Their Sources of Information, and Their Level of Satisfaction Based On Socio-Demographics, In Luang Prabang Province, Lao PDR*.
10. International Journal of Business and Social Science Vol. 6, No. 11