

Analisis Potensi Wisata dan Kesadaran Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik (Studi pada Pantai Pehpulo di Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar)

Andreas Kuntarto dan Retno Murnisari
Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara
Jl. Mastrip No. 59 Blitar, 66111, Jawa Timur

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan wisatawan lokal di Pantai Pehpulo ditinjau dari potensi wisata yang ada dan kesadaran masyarakat sekitar. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat sekitar, masyarakat yang mencari penghasilan di sekitar Pantai Pehpulo dan wisatawan lokal yang berkunjung. Analisis data penelitian ini menggunakan bantuan nilai mean item, mean variabel, serta melihat data valid dan reliabel menggunakan SPSS versi 17. Dari penelitian diketahui nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) yang diperoleh sebesar 0,674. Ini berarti bahwa 67,4% variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas Potensi Wisata (X1) dan variabel Kesadaran Masyarakat (X2). Sedangkan sisanya 32,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Artinya nilai koefisien kedua variabel bebas lebih dari 50% sehingga dinyatakan ideal mempengaruhi variabel terikat secara keseluruhan. Potensi Wisata dan Kesadaran Masyarakat di Pantai Pehpulo sudah tinggi. Terbukti dari hasil penelitian ini dimana mean variable keduanya sama – sama 4,1.

Kata kunci: potensi wisata, kesadaran masyarakat, kepuasan wisatawan

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki modal di dunia pariwisata, namun masih banyak potensi pariwisata di daerah yang masih belum terkelola dan dikenal luas wisatawan. Hal ini sangat disayangkan sebab jika potensi pariwisata di setiap daerah mampu dikelola dengan baik dan mendatangkan wisatawan, akan mampu meningkatkan perekonomian daerah tersebut.

Saat ini pemerintah memprioritaskan pembangunan infrastruktur yang dapat menjangkau daerah pedalaman atau terpencil, agar terjadi pemerataan dalam hal perekonomian di Indonesia. Salah satunya adalah pembangunan Jalan Utama Pantai Selatan Jawa (PANSELA) yang saat ini sudah terbangun sepanjang 1.177,82 kilometer yang membentang dari Provinsi Banten hingga Provinsi Jawa Timur. Dengan pembangunan ini, sudah pasti akses daerah Selatan Pulau Jawa akan lebih mudah, dan potensi pariwisata Daerah Selatan Pulau Jawa akan lebih mudah didatangi.

Di Wilayah Kabupaten Blitar pembangunan Jalan Utama Pantai selatan Jawa (PANSELA) akan dimulai di tahun 2017, membentang sejauh 62 Kilometer, melewati 4

Kecamatan yaitu Kecamatan Bakung, Kecamatan Wonotirto, Kecamatan Panggungrejo dan Kecamatan Wates. Pembangunan ini juga akan memberi peluang potensi wisata daerah selatan kabupaten Blitar untuk lebih dikenal.

Salah satu potensi pariwisata yang memiliki peluang untuk menjadi jujukan wisatawan adalah Pantai Pehpulo. Terletak di Desa sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur memiliki keindahan alam pantai yang masih asri. Lokasinya pun berjarak sekitar 3 kilometer dari Jalan Utama Pantai Selatan Jawa (PANSELA), sangat setrategis untuk dijadikan unggulan wisata di daerahnya.

Hal pertama yang harus dilakukan guna menjadikan Pantai Pehpulo sebagai wisata unggulan, tentu saja dengan menarik minat wisatawan domestik untuk datang dan mengagumi keindahan Pantai Pehpulo. Kepuasan wisatawan domestik yang datang berkunjung sangat penting untuk diketahui. Karena jika mereka merasa puas dengan apa yang diperoleh saat berwisata di Pantai Pehpulo, mereka akan datang lagi dan mempromosikan keindahan wisata Pantai Pehpulo ke wisatawan lain.

Kawasan Pantai Pehpulo yang berada di Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, sebelah Selatan Kabupaten Blitar memiliki potensi yang sangat bagus untuk dijadikan tujuan wisata unggulan. Selaras dengan pembangunan Jalan Utama Pantai Selatan Jawa (PANSELA) akan mempermudah akses jalan menuju Pantai Pehpulo kedepannya. Masyarakat dan Pemerintahan setempat sudah berusaha memanfaatkan potensi tersebut untuk menjadi wisata unggulan dan sumber pendapatan masyarakat. Wisatawan domestik juga sudah mulai mengenal pantai ini, di akhir pekan hari Sabtu dan Minggu sudah lumayan banyak wisatawan domestik yang datang. Saat ini akses jalan menuju Pantai Pehpulo terbilang sangat jelek dan melelahkan, masyarakat sekitar pun belum begitu menyadari potensi wisata pantai ini, membuat kepuasan wisatawan domestik terhadap wisata Pantai Pehpulo masih terbilang rendah.

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran Pariwisata

Manajemen pemasaran dalam bidang pariwisata sangat diperlukan di saat sekarang. Karena dengan adanya hal ini obyek wisata tersebut menjadi dikenal masyarakat luas dan dapat menarik banyak wisatawan untuk datang berkunjung. Yoeti (2008:32) menjelaskan, "pemasaran pariwisata dapat dipahami sebagai suatu usaha untuk mendekatkan atau mempermudah terjadinya pertemuan atau transaksi antara sisi penawaran dan permintaan. Hal tersebut bertujuan untuk pencapaian tujuan meningkatkan frekuensi transaksi wisata."

Manajemen Pemasaran Pariwisata memiliki tujuan yang harus dicapai. Secara garis besar ciri khas tujuan manajemen pemasaran pariwisata menurut Yoeti (2008:11) yaitu:

1. Dalam jangka panjang terus meningkatkan keuntungan.
2. Mendorong pertumbuhan pariwisata yang serasi dan memperkokoh dampak ekonomi bidang wisata.
3. Membawa keamanan dan keseimbangan dalam perencanaan pengembangan sosial dan ekonomi.
4. Memantapkan dan memacu porsi pasar dalam menghadapi persaingan pada bidang pariwisata.
5. Memajukan citra pariwisata negeri itu.

Dalam pelaksanaan dilapangan, tujuan tersebut dapat berubah dan berkembang sesuai situasi dan kondisi pariwisata setempat.

Strategi pemasaran pariwisata di suatu daerah sering menggunakan promosi dan publikasi dalam mengenalkan obyek wisatanya. Publikasi dan promosi bertujuan untuk

memberitahukan kepada khalayak umum mengenai produk pariwisata yang ditawarkan. Agar produk pariwisata dikenal banyak orang maka perlu memberitahukan secara detail kelebihan produk pariwisata yang ditawarkan.

Menurut Yoeti (2008:155) "dalam ilmu ekonomi, penawaran (*supply*) diartikan sejumlah barang, produk atau komoditi yang tersedia dalam pasar yang siap untuk dijual kepada konsumen yang membutuhkannya. Penawaran juga dapat diartikan sebagai jumlah barang (*goods*), jasa (*service*) atau komoditi yang tersedia di pasar dengan harga tertentu pada suatu waktu tertentu." Penawaran Pariwisata dapat berupa hal alamiah atau buatan manusia, yaitu:

1. Sumber-sumber dari alam.
2. Buatan manusia (5 Kategori)
 - a. Berciri sejarah, budaya dan agama, seperti industri seni kerajinan rakyat, industri kerajinan tangan, dll.
 - b. Prasarana-prasarana, yang meliputi prasarana umum yaitu kebutuhan pokok pola hidup modern (Pusat Belanja, Pusat Rekreasi, Dll) dan prasarana wisata (Hotel, Desa Wisata, Dll).
 - c. Sarana pencapaian dan alat transportasi penunjang, pelabuhan udara, kereta api, angkutan darat lainnya.
 - d. Sarana pelengkap yang bersifat rekreatif dan hiburan.
 - e. Pola hidup masyarakat yang sudah menjadi khas wisata yang sangat penting, seperti cara hidup bangsa dan pandangan hidup.

Jadi pemasaran wisata dapat diidefinisikan sebagai proses manajemen dimana organisasi pariwisata atau badan usaha wisata, dapat mengidentifikasi wisata pilihannya yang baik, yang aktual maupun potensial, dapat melakukan komunikasi dengan wisatawan untuk meyakinkan dan mempengaruhi kehendak, kebutuhan, motivasi, kesukaan dan hal yang tidak disukai, baik dalam skala kecil maupun besar, serta merumuskan dan menyesuaikan produk wisata mereka secara tepat, dengan maksud mencapai kepuasan optimal wisatawan.

Potensi Wisata

Nilai penting kontribusi pariwisata di masa kini memiliki dimensi yang luas, baik secara ekonomi, sosial politik, budaya, kewilayahan dan lingkungan. Secara ekonomi, sektor pariwisata memberikan kontribusi nyata dalam perolehan devisa Negara, PAD (Pendapatan Asli Daerah) dan juga pendapatan masyarakat yang tercipta dari usaha-usaha kepariwisataan yang dikembangkan. Karakter kepariwisataan mampu menciptakan beragam mata rantai kegiatan ekonomi, menciptakan lapangan kerja yang luas dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi.

Menurut Yoeti (2008:116), "pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dari apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap". Karakter yang bagus dalam kepariwisataan yaitu yang mampu memberi kepuasan kepada wisatawan yang datang. Untuk mencapai karakter kepariwisataan yang kuat, modal utama yang harus ada yaitu potensi wisata yang digemari atau disukai wisatawan. Potensi wisata di suatu wilayah ada yang datang secara alami, ada karena buatan manusia. Menurut Sujali, dalam Nugroho (2011:86), "potensi wisata sebagai kemampuan dalam suatu wilayah yang mungkin dapat dimanfaatkan untuk pembangunan, seperti alam, manusia serta hasil karya manusia itu sendiri."

Dalam PP No.67 Th. 1996, "potensi pariwisata nasional yang dimanfaatkan menjadi objek dan daya tarik wisata dapat berupa keadaan alam, flora, fauna, kebudayaan nasional dan kebudayaan daerah baik yang berwujud ide, kehidupan sosial maupun berupa benda hasil karya manusia yang perlu dijaga kelestariannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dalam rangka perwujudan Wawasan Nusantara." Pemerintah secara jelas membagi beberapa macam potensi pariwisata yang berada di dalam negeri. Namun potensi wisata tersebut masih dalam konsep mentah, masih perlu untuk dikembangkan lebih lanjut agar menjadi lebih baik lagi. Tujuan pengembangan potensi wisata agar potensi tersebut mampu menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung mencari kepuasan.

Daya tarik wisata menjadi poin penting, karena menjadi tujuan utama potensi wisata yang ada. Untuk mendapatkan daya tarik yang tinggi sehingga menarik wisatawan untuk datang berkunjung, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola potensi wisata. Seperti tertuang dalam PP No.50 Th. 2011, "daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan."

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Bab I Pasal 1 ; dinyatakan bahwa 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. Tempat tersebut memiliki indikator yaitu :

1. Keunikan.
2. Keindahan.
3. Keaneka Ragaman Kekayaan Alam.
4. Budaya.

Dari berbagai penjelasan para ahli dan Peraturan Pemerintah (PP) yang dibuat, dapat disimpulkan Potensi Pariwisata adalah sumber daya yang mampu dikembangkan lagi menjadi lebih besar dan menarik minat seseorang untuk datang mencari kepuasan.

Kesadaran Masyarakat

Kesadaran adalah tingkat psikologis seseorang dalam mengenali, memahami serta menyikapi peristiwa-peristiwa yang terjadi, baik peristiwa di lingkungannya maupun peristiwa yang terjadi di dalam dirinya. Seperti definisi Solso (2009:114) mengenai kesadaran, "kesiagaan (*awareness*) seseorang terhadap peristiwa-peristiwa di lingkungannya (seperti pemandangan dan suara-suara dari lingkungan sekitarnya) serta peristiwa-peristiwa kognitif yang meliputi memori, pikiran, perasaan dan sensasi-sensasi fisik." Setiap manusia memiliki tingkat kesadaran berbeda-beda, tingkat kesadaran bisa timbul secara naluriah maupun karena pengaruh dari luar diri.

Dari definisi beberapa ahli, kesadaran dibagi dalam dua kelompok dan dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kesadaran Pribadi

Kesadaran Pribadi bisa dibilang dengan kesadaran diri yaitu kemampuan seseorang dalam mengenali perasaan yang timbul dalam diri, sewaktu-waktu perasaan itu muncul. Hal ini juga menjadi dasar kecerdasan emosional seseorang. Dikutip dari Goleman (2009:87), "kesadaran diri adalah kemampuan dalam mengenali perasaan sewaktu-waktu perasaan itu terjadi. Kesadaran diri merupakan dasar dari kecerdasan emosional." Sedangkan menurut Mendatu (2010:201), "kesadaran diri adalah keadaan dimana seseorang bisa memahami dirinya sendiri dengan setepat-tepatnya. Seseorang

disebut memiliki kesadaran diri jika seseorang tersebut memahami emosi dan *mood* yang sedang dirasakan, kritis terhadap informasi mengenai dirinya sendiri dan sadar tentang dirinya yang nyata.”

Kesadaran diri yaitu kemampuan seseorang memahami dirinya sendiri dari sisi emosi yang sedang dirasakan, juga kritis mengenai informasi tentang dirinya, dan sadar tentang dirinya yang nyata. Ini juga menjadi dasar kecerdasan seseorang secara emosional.

2. Kesadaran Kolektif

Menurut Goleman (2009:95) “kesadaran kolektif atau bisa disebut dengan kesadaran umum yaitu seluruh kepercayaan dan perasaan bersama orang kebanyakan dalam sebuah masyarakat dan akan membentuk suatu sistem yang tetap yang punya kehidupan sendiri. Kesadaran kolektif bisa terwujud melalui kesadaran-kesadaran pribadi yang dianut, dipercayai dan dilaksanakan secara bersama-sama. Kesadaran kolektif merujuk pada struktur umum pengertian, norma dan kepercayaan bersama.”

Dapat disimpulkan Kesadaran Masyarakat adalah sikap psikologis kumpulan manusia secara kolektif, dalam menyadari, mempercayai dan mengerti serta melaksanakan suatu hal baik di lingkungan maupun dalam diri maupun sekitar. Sehingga membentuk suatu system yang dilaksanakan bersama tanpa harus ada dorongan yang besar dari luar.

Kepuasan Wisatawan

Secara sederhana konsep kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak puasan atau ketidak sesuaian yang dirasakan setelah pemakaian. Adapun definisi Kepuasan Pelanggan menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. Tjiptono dan Gregorius (2016:204) “kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan evaluasi purna beli dimana indikator pencapaiannya merupakan alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan.”
2. Sunyoto (2014:193) “kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan.”
3. Wardana dan Ratih (2012:98) “kepuasan adalah perbedaan antara seberapa banyak sesuatu yang seharusnya diterima dengan seberapa banyak yang sebenarnya dia terima.”
4. Alma (2014:285) “kepuasan ada jika jasa atau barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.”

Dalam penelitian ini dispesifikkan kepuasan pelanggan dalam bidang jasa wisata. Dalam bidang pemasaran jasa wisata kepuasan pelanggan atau wisatawan berorientasi pada pengalaman wisatawan dalam menikmati wisata, sudah sesuai dengan harapan mereka atau tidak.

METODE PENELITIAN

Waktu penelitian skripsi ini dimulai Bulan September 2016 sampai Juli 2017. Penelitian ini dilakukan di Pantai Pehpulo, Desa Sumbesih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar. Jenis Penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif, menjabarkan angka – angka yang di dapat dalam kuesioner, untuk menarik kesimpulan. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari wisatawan domestik yang datang pada akhir pekan (Sabtu dan Minggu), masyarakat yang mencari nafkah di pantai

(Pedagang, Nelayan, Juru Parkir), masyarakat yang berdomisili di dekat Pantai (1 wilayah RT yang paling dekat dengan Pantai) dan Pemerintahan setempat.

Definisi Operasional Variabel

Potensi Pariwisata

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Bab I Pasal 1 ; dinyatakan bahwa 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. Tempat tersebut memiliki indikator yaitu keunikan, keindahan, keaneka ragaman kekayaan alam, dan budaya.

Kesadaran Wisata

Kesadaran wisata yang akan di teliti dalam hal ini adalah kesadaran wisata Masyarakat dan Pemerintahan Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar. Variabel ini disesuaikan dengan teori Humanistik Abraham Maslow yaitu pemahaman potensi pantai, manfaat adanya pantai di desa, kegiatan yang dilakukan untuk pengembangan pantai, dan tujuan ke depan mengenai pantai.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan juga bisa diartikan sebagai kepuasan pelanggan dalam Manajemen Pemasaran. Ada empat indikator yang mempengaruhi variabel ini yaitu kualitas produk, kualitas layanan, harga, dan biaya.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah wisatawan domestik yang datang ke Pantai Pehpulo pada akhir pekan (Sabtu dan Minggu), masyarakat yang mencari nafkah di pantai (Pedagang, Nelayan, Juru Parkir), masyarakat yang berdomisili di dekat Pantai (1 wilayah RT yang paling dekat dengan Pantai) dan Pemerintahan setempat. Penelitian ini mengambil 103 responden sebagai sampel dengan rincian sebagai berikut:

1. Wisatawan domestic yang berkunjung ke Pantai Pehpulo pada akhir pekan (Sabtu dan Minggu) sebanyak 30 orang.
2. Masyarakat yang mencari nafkah di pantai Pehpulo 15 sampel, dengan rincian: Pedagang 6, Juru Parkir 4, Nelayan 5.
3. Masyarakat yang berdomisili paling dekat dengan pantai. 1 Rukun Tetangga terdekat (Rt 03 Rw 03 Dusun Pehpulo). Dengan jumlah pemegang Kartu Keluarga sebanyak 48. Setiap Kartu Keluarga akan diambil 1 orang sebagai sampel, yaitu kepala keluarga ataupun yang mewakili. Maka jumlah sampel masyarakat yang berdomisili di dekat pantai 48.
4. Pemerintahan Desa Sumbersih sebanyak 10 sampel, dengan rincian : Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kaur Kesra (Kepala Urusan Kesejahteraan Masyarakat), Kaur Umum, Kaur Ekobang (Kepala Urusan Ekonomi dan Pembangunan), Kaur Keuangan, Kepala Dusun, Jogoboyo, Pelaksana Tugas Harian (PLT), Modin.

Dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 103, sebaran pendidikannya merata mulai dari Sekolah Dasar (SD) sampai dengan Sarjana Strata Satu (S1). Responden yang tingkat pendidikannya hanya sampai Sekolah Dasar (SD) sebagian besar didapat dari penduduk yang berdomisili terdekat dari Pantai Pehpulo (Warga RT 03 RW 03, Dusun Pehpulo). Sedangkan Sarjana Strata Satu (S1) didapat dari pengunjung Pantai Pehpulo.

Usia responden dalam penelitian ini tidak ada yang dibawah 20 tahun, semua responden masuk dalam kategori dewasa. Semua data responden didapat dari penelitian langsung di lokasi penelitian Pantai Pehpulo, Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Terletak di Daerah Selatan Pesisir Jawa, Kabupaten Blitar memiliki banyak Pantai yang bisa dijadikan destinasi wisata. Meskipun Ombak laut selatan terbilang besar, namun untuk keindahan pantai tidak kalah dengan pantai yang terletak di Daerah Pesisir Utara Jawa.

Salah satu pantai yang terletak di Kabupaten Blitar, tepatnya di Dusun Pehpulo, Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, adalah Pantai Pehpulo. Dahulu masyarakat sekitar pantai menyebut pantai ini dengan nama Pantai Pasir Putih, seiring berjalannya waktu dengan makin banyaknya wisatawan yang datang, warga bersama pemerintahan setempat sepakat memberi nama Pehpulo. Nama ini diambil karena letak pantai yang berada di Dusun Pehpulo sekaligus agar mudah di kenali oleh wisatawan.

Seluruh area kepemilikan lahan Pantai Pehpulo dimiliki oleh Perhutani (Perusahaan Hutan Republik Indonesia), namun secara administratif pemerintahan masuk dalam area Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar. Sehingga dalam pengelolaannya ada kerja sama Perhutani dengan Pemerintahan Setempat.

Ciri khas Pantai Pehpulo memiliki hamparan pasir putih di sepanjang garis pantainya. Gugusan pulau-pulau di sekitar laut serta karang-karang yang terbentuk secara alami, membuat masyarakat menjuluki pantai ini sebagai "miniaturnya raja empat". Memang ombak di pantai laut selatan selalu cenderung besar sehingga berbahaya bagi wisatawan untuk berenang di laut. Namun dapat tergantikan bila wisatawan ingin melihat gugusan pulau-pulau secara dekat, dengan menyewa perahu nelayan sekitar. Wisatawan juga bisa menikmati pantai lain yang terletak di sebelah kiri dan kanan Pantai Pehpulo.

Perjalanan menuju Pantai Pehpulo memang masih sangat sulit untuk dilalui. Selain infrastruktur jalan yang sangat perlu pembaharuan, penunjuk arah menuju Pantai Pehpulo juga sangat sedikit. Infrastruktur jalan menuju Pantai Pehpulo memang perlu pembaharuan demi kenyamanan wisatawan yang berkunjung, contoh: aspal jalan yang sudah banyak mengelupas dan berlubang, sekitar 5 Kilometer perjalanan akhir menuju Pantai Pehpulo melewati jalan yang belum di aspal, masih berupa cor semen, penerangan jalan masih sangat sedikit bahkan saat memasuki Desa Sumbersih, sama sekali tidak ada penerangan jalan.

Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo merupakan pemilik wilayah administratif Pantai Pehpulo. Desa Sumbersih terletak di wilayah paling Selatan Kabupaten Blitar. Menurut Statistik Daerah Kecamatan Panggungrejo 2016 yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Blitar, nomor publikasi 3505.030.1102. Jumlah penduduk Desa Sumbersih laki-laki 1215 jiwa, perempuan 1171 jiwa, jumlah penduduk keseluruhan 2386 jiwa. Masyarakat Desa sumbersih terkenal dengan keramahannya, serta lingkungan desa yang masih sangat asri dan alami. Sangat berguna untuk meningkatkan wisata Pantai Pehpulo di wilayahnya.

Luas Desa Sumbersih sekitar 21,60 kilometer persegi, merupakan desa dengan area terluas di Kecamatan Panggungrejo, Kabupaten Blitar. Desa Sumbersih berjarak sekitar 40,5 Kilometer dari pusat Kabupaten Blitar. Terletak di paling Selatan Kabupaten Blitar, maka tanahnya pun tidak subur daerah Utara Kabupaten Blitar. Meski begitu sebagian besar pekerjaan penduduk adalah petani di ladang, dengan komoditi tanaman paling

banyak ditanam adalah jagung dan tebu. Cuma sebagian kecil saja penduduk yang bekerja sebagai nelayan, karena jarak dari rumah terakhir penduduk desa dengan Pantai Pehpulo masih relatif jauh sekitar 9 kilometer.

Analisis Data

Pengelompokan Data

Hasil rekapitulasi kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh 103 responden. Dengan sebaran responden yang telah dijabarkan dalam data responden diatas. Data akan disajikan dengan teknik rata-rata item per variabel (*mean item*), dengan rincian masing-masing 5 pertanyaan untuk variabel bebas Potensi Wisata (X1) dan Kesadaran Masyarakat (X2), serta 5 pertanyaan variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y).

Dapat diketahui dari hasil uji rata-rata variabel (*mean variable*) diatas, bahwa variabel bebas Potensi Wisata (X1) memiliki nilai rata-rata 4,1 yang artinya, responden setuju bahwa Wisata Pantai Pehpulo memiliki Potensi yang baik untuk dikembangkan. Variabel bebas Kesadaran Masyarakat (X2) memiliki nilai rata-rata 4,1 yang artinya, responden setuju bahwa Kesadaran Masyarakat sekitar mengenai Wisata Pantai Pehpulo sudah baik.

Untuk variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y), memiliki nilai rata-rata variabel 4 yang artinya seluruh responden puas saat berkunjung dan menikmati Wisata Pantai Pehpulo.

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji setiap item pernyataan dari variabel baik variabel bebas maupun terikat. Bertujuan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan benar-benar mampu mengungkapkan tujuan yang diukur dalam penelitian. Agar mendapat hasil yang tepat, uji validitas memiliki kriteria sebagai berikut:

r hitung > r tabel, maka pernyataan dinyatakan valid

r hitung < r tabel, maka pernyataan dianggap tidak valid

r tabel dalam penelitian dicari dengan rumus $df = N - 2$, dimana:

df (*Degree of Freedom*) = Nilai yang dicari r tabel nya.

N = Jumlah Keseluruhan Kuesioner

Jika dimasukkan dalam penelitian ini maka:

$df = N - 2$

$df = 103 - 2$

= 101

r tabel = 0.194

R hitung dalam penelitian ini dicari dengan menggunakan software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), hasil yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

NO	ITEM PERNYATAAN (X1)	r hitung	r tabel	KETERANGAN
1	X1 - 1	0,656	0,194	VALID
2	X1 - 2	0,816	0,194	VALID
3	X1 - 3	0,585	0,194	VALID
4	X1 - 4	0,645	0,194	VALID
5	X1 - 5	0,552	0,194	VALID
6	X2 - 1	0,612	0,194	VALID
7	X2 - 2	0,578	0,194	VALID
8	X2 - 3	0,379	0,194	VALID

9	X2 - 4	0,511	0,194	VALID
10	X2 - 5	0,373	0,194	VALID
11	Y - 1	0,766	0,194	VALID
12	Y - 2	0,682	0,194	VALID
13	Y - 3	0,360	0,194	VALID
14	Y - 4	0,651	0,194	VALID
15	Y - 5	0,720	0,194	VALID

Sumber Data Primer 2017

Dari keseluruhan hasil yang didapat dapat dinyatakan bahwa, semua item pernyataan dalam penelitian ini mampu mengungkapkan tujuan yang diukur dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk melihat kehandalan atau kemampuan kuesioner yang disebar, untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Dalam penelitian ini nilai *cronbach's alpha* dicari dengan menggunakan software SPSS dengan hasil :

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	KETERANGAN
X1	0,841	RELIABEL
X2	0,711	RELIABEL
Y	0,819	RELIABEL

Sumber Data Primer 2017

Dari hasil uji reliabilitas nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih dari 0,6. Semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini akan memakai tiga tahapan yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Tabel 2.
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	POTENSI WISATA	.506	1.975
	KESADARAN MASYARAKAT	.506	1.975

a. Dependent Variable: KEPUASAN WISATAWAN

Sumber SPSS (2017)

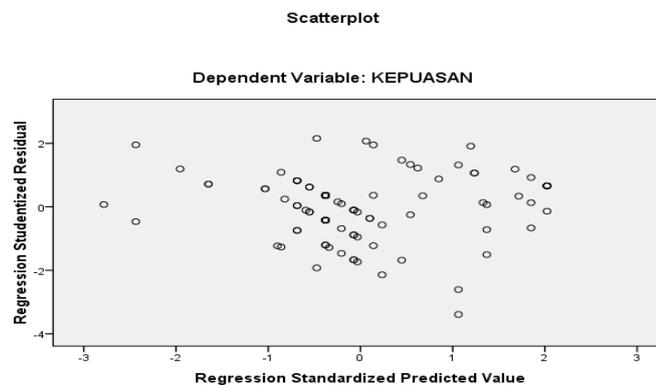
Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas digunakan untuk memastikan tidak adanya hubungan kausal dua variabel bebas atau lebih, atau variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada di luar variabel penelitian. Variabel penelitian dinyatakan bebas multikolinearitas apabila hasil VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10. Pengujian menggunakan software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini ditampilkan pada Tabel 2.

Hasil menunjukkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) variabel Potensi Wisata (X1) 1,975 dan Kesadaran Masyarakat (X2) 1,975. Semua kurang dari 10 sehingga dinyatakan bebas multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, dapat dilihat dalam pola gambar *scatterplot* di bawah ini:



Sumber SPSS 2017

Gambar 1.
Hasil *Scatterplot*

Hasil dari pola gambar *scatterplot* adalah penyebaran titik data tidak berpola, titik-titik data menyebar disekitar angka 0, dan titik-titik data tidak mengumpul di satu titik. Dengan demikian dapat dinyatakan variabel penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui hasil uji korelasi menggunakan tabel *Durbin-Watson* guna mengetahui nilai d_U dan nilai d_L , dengan ketentuan penelitian ini $\alpha=10\%$, $k=5\%$. Dengan ketentuan yang harus dicapai adalah $d_U < DW < 4 - d_U$. Hasil analisis menggunakan tabel *Durbin-Watson* menyatakan :

$$\begin{aligned} DW &= 1,830 \\ d_U &= 1,7818 \\ d_L &= 1,5788 \\ 4 - d_U &= 2,2182 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} d_U &< DW < 4 - d_U \\ 1,7818 &< 1,830 < 2,2182 \end{aligned}$$

Dengan hasil yang sudah didapat, dapat dinyatakan dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi antar variabel.

Tabel 3.
Hasil Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.825 ^a	.680	.674	1.335	1.830

a. Predictors: (Constant), KESADARAN MASYARAKAT, POTENSI WISATA
b. Dependent Variable: KEPUASAN WISATAWAN

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X1) Potensi Wisata dan (X2) Kesadaran masyarakat terhadap variabel terikat (Y) Kepuasan Wisatawan. Perhitungan statistic analisis regresi berganda pada penelitian ini menggunakan software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) tampak pada Tabel 4. Dari hasil persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa variabel bebas Potensi Pariwisata (X1) berpengaruh positif terhadap variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y) dengan nilai koefisien 0,604 dan Kesadaran Masyarakat (X2) berpengaruh positif terhadap variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y) dengan nilai koefisien 0,319.

Tabel 4.
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.049	1.370			.766	.446
POTENSI WISATA	.604	.080	.598		7.522	.000
KESADARAN MASYARAKAT	.319	.089	.286		3.603	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN WISATAWAN

Sumber SPSS (2017)

Uji T

Hasil Uji T pada tabel 4 dapat disimpulkan bahwa Variabel Potensi Wisata (X1) diperoleh nilai t hitung = 7,522 sengan tingkat signifikansi 0,000 dengan batas signifikansi 0,05. Hasil ini menyatakan Ha diterima dan Ho ditolak. Ada peningkatan Kepuasan Wisatawan secara signifikan melalui Potensi Wisata di Pantai Pehpulo. Variabel Kesadaran Masyarakat (X2) diperoleh nilai t hitung = 3,603 sengan tingkat signifikansi 0,000 dengan batas signifikansi 0,05. Hasil ini menyatakan Ha diterima dan Ho ditolak. Ada peningkatan Kepuasan Wisatawan secara signifikan melalui Kesadaran Masyarakat di Pantai Pehpulo.

Uji F

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi untuk variabel. Nilai koefisien variabel menggunakan *adjusted R square*.

Tabel 5.
Hasil Analisis Regresi Berganda
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.674	1.335

a. Predictors: (Constant), KESADARAN MASYARAKAT, POTENSI WISATA

b. Dependent Variable: KEPUASAN WISATAWAN

Tabel 6.
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	379.083	2	189.541	106.272	.000 ^a
	Residual	178.354	100	1.784		
	Total	557.437	102			

a. Predictors: (Constant), KESADARAN MASYARAKAT, POTENSI WISATA

b. Dependent Variable: KEPUASAN WISATAWAN

Sumber SPSS 2017

Dari Tabel 5 di atas, diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,674. Ini berarti bahwa 67,4% variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas Potensi Wisata (X1) dan variabel Kesadaran Masyarakat (X2). Sedangkan sisanya 32,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Dari hasil uji ANOVA atau uji F pada Tabel di atas, nilai F hitung sebesar 106,272 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05 (taraf signifikansi $\alpha = 5\%$), hal ini menyatakan variabel bebas Potensi wisata (X1) dan Kesadaran Masyarakat (X2), secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y).

Pembahasan

Dari penelitian diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,674. Ini berarti bahwa 67,4% variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas Potensi Wisata (X1) dan variabel Kesadaran Masyarakat (X2). Sedangkan sisanya 32,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Artinya nilai koefisien kedua variabel bebas lebih dari 50% sehingga dinyatakan ideal mempengaruhi variabel terikat secara keseluruhan.

Hasil Penelitian untuk variabel bebas Potensi Wisata (X1), menunjukkan Potensi Wisata di Pantai Pehpulo banyak digemari oleh wisatawan, di dapat dari nilai rata-rata variabel (*mean variable*) 4,1. Dari uji hipotesis variabel bebas Potensi Wisata (X1) diperoleh nilai t hitung = 7,522 dengan tingkat signifikansi 0,000, batas signifikansi 0,05. Ini menyatakan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya Potensi Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Pehpulo.

Hasil Penelitian untuk variabel bebas Kesadaran Masyarakat (X2), menunjukkan Kesadaran Masyarakat sekitar Pantai Pehpulo sudah tinggi, di dapat dari nilai rata-rata variabel (*mean variable*) 4,1. Dari uji hipotesis variabel bebas Kesadaran Masyarakat (X2) diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,603$ dengan tingkat signifikansi 0,000, batas signifikansi 0,05. Ini menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Kesadaran Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Pehpulo.

Hasil penelitian untuk variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y) memiliki nilai rata-rata variabel (*mean variable*) sebesar 4 artinya semua responden merasa puas dengan Wisata Pantai Pehpulo. Berdasarkan hasil uji ANOVA atau uji-F didapatkan F_{hitung} sebesar 106,272 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa variabel bebas yaitu Potensi Wisata (X1) dan Kesadaran Masyarakat (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Potensi Wisata dan Kesadaran Masyarakat bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Wisatawan Pantai Pehpulo.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan penelitian ini, kesimpulan yang didapat yaitu Uji Validitas, dari tabel 05, tabel 06, tabel 07 semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat dikatakan kesemua data atau seluruh butir angket pernyataan Potensi Wisata (X1) dan Kesadaran Masyarakat (X2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) adalah Valid. Uji Reabilitas, dari tabel 08, semua nilai $\alpha_{hitung} > \alpha_{batas}$, sehingga dapat dikatakan kesemua atau seluruh butir angket pernyataan Potensi Wisata (X1) dan Kesadaran Masyarakat (X2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) adalah Reliabel. Potensi Wisata (X1) dan Kesadaran Masyarakat (X2) baik secara parsial maupun simultan memiliki peran yang signifikan dalam menentukan tingkat Kepuasan Wisatawan (Y).

Saran

Penelitian ini menghasilkan beberapa saran bagi pengembangan kawasan wisata Pantai Pehpulo, yaitu:

1. Pemerintahan setempat (Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo dan Kabupaten Blitar), lebih gencar lagi menggali potensi Wisata Pantai Pehpulo agar lebih banyak daya tarik wisata yang disuguhkan.
2. Pemerintahan setempat (Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo dan Kabupaten Blitar), supaya meningkatkan lagi SDM (Sumber Daya Manusia) tentang kesadaran wisata masyarakat sekitar Pantai Pehpulo agar mampu mengembangkan wisata secara maksimal.
3. Pemerintahan setempat (Desa Sumbersih, Kecamatan Panggungrejo dan Kabupaten Blitar), supaya memberikan pengertian dan pelatihan kepada masyarakat sekitar tentang bagaimana cara menggali potensi di sekitar daerah wisata, tanpa merusak alam agar tetap asri dan tetap disukai wisatawan.

Saran-saran dari peneliti lebih menyoal ke Pemerintahan setempat, agar lebih membenahi Kesadaran Masyarakat sekitar mengenai pariwisata di daerah mereka. Hal ini dikarenakan nilai regresi Kesadaran Masyarakat sebesar 0,319 lebih rendah dari nilai regresi Potensi Wisata 0,604.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Barus, Sekar Indah Putri. 2004. Analisis Potensi Obyek Wisata dan Kesiapan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Danau Linting Kabupaten Deli Serdang. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.
- Daft, Richard L. (2011). *Era Baru Manajemen. New Era of Manajement*. Buku 2 Edisi 9. Jakarta: Salemba.
- Goleman, Daniel. 1996. *Working With Emotional Intelegence*. Bloomsbury Publishing Plc. England. Terjemahan T. Hermaya. 2009. *Kecerdasan Emosional Mengapa EI Lebih Penting Daripada IQ*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Berbasis Kompetensi)*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Mendatu, Achmanto. 2010. *Emosi Manusia: Arti, Ragam Jenis, Sebab dan Akibatnya*. Cetakan 2. Psikoeduka. Yogyakarta.
- P. Siagian, Sondang. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 1996. *Penyelenggaraan Kepariwisataaan*. 8 November 1996. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1996 Nomor 101. Jakarta.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011. *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional*. 2 Desember 2011. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 123. Jakarta.
- Solso, Robert L, Otto H. Maclin dan M. Kimberly Maclin. 2009. *Psikologi Kognitif*. Erlangga. Jakarta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Kasus)*. CAPS. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy daan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Andi. Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Cetakan Kedua. PT Pradnya Paramita. Jakarta.