



Analisis Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Produk Wisata Di Pantai Sauwmyen Distrik Oransbari Kabupaten Manokwari Selatan

Bartolomeus Kawey¹, Rumas Alma Yaap², Naftali Mansim³

¹ Alumni Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Papua

^{2,3} Dosen Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Papua

Received: Maret 2021; Accepted: Maret 2021; Published: Maret 2021

Abstrak

Produk wisata adalah bahagian penting dalam pengembangan sektor pariwisata. Kondisi riil produk wisata dalam bentuk atraksi wisata, ekseibilitas, fasilitas, di lokasi objek wisata Pantai Sauwmyen tidak terlalu mendukung untuk aktivitas pengunjung wisata. Kondisi ini tentunya akan sangat berpengaruh pada pengalaman dan kenyamanan berwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi wisatawan tentang Kondisi produk wisata serta kenyamanan pengunjung wisata yang didapatkan selama berwisata ke Pantai Sauwmyen Distrik Oransbari Kabupaten Manokwari Selatan. Metode analisis yang digunakan adalah Deskriptif dimana data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang pertama maka digunakan teknik analisis distribusi frekwensi terhadap persepsi responden dengan Skala Likert, teknik analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk menilai kenyamanan atau nilai amenities yang didapatkan oleh pengunjung wisata. Serta pendekatan IPA (*Importand Performance Analissys*) dengan penentuan untuk melihat persepsi responden terhadap masing-masing indikator produk wisata serta penentuan strategi pengembangan objek wisata Pantai Sauwmyen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan produk wisata dalam bentuk atraksi wisata, eksebitas, dan fasilitas yang memadai tidak sepenuhnya didapati di lokasi objek wisata, oleh karena itu hasil analisis data menunjukan persepsi responden terhadap produk wisata pada objek wisata adalah Kurang Puas. Selanjutnya sesuai realita maka kenyamanan pengunjung wisata selama berada di lokasi wisata ada pada kualifikasi Kurang Puas. Maka strateginya adalah Perlu adanya pengembangan objek wisata Pantai Sauwmyen oleh warga setempat dan pemerintah untuk meningkatkan kinerja, indikator produk wisata yang mempunyai kebutuhan utama bagi para pengunjung dan dapat dilihat pada responden dari setiap individu secara kepentingan maupun kinerja untuk pengembangan objek wisata pantai Sauwmyen yang lebih baik kedepan untuk digunakan oleh seluruh wisatawan

Kata kunci: persepsi, kepuasan, produk wisata

Abstract

Tourism products are an important part of the development of tourism sector. the real conditions of tourism products in the form of tourist attractions, facilities, at the location of the tourism attraction at the Sauwmyen beach re not very supportive for tourist activity. this condition will certainly greatly affect the experience and comfort travel. This study aims to determine the perceptions of tourists about the condition of tourism products and the comfort of tourist visitors obtained during a trip to Sauwmyen Beach, Oransbari district, South Manokwari Regency. Method the analysis used is descriptive where the data that has been collected is then analyzed quantitatively and qualitatively. To answer the first research question, the frequency distribution analysis technique is used perceptions of respondents with a Likert scale, analysis techniques Customer Satisfaction Index (CSI) to assess the comfort or emotional value obtained by tourist visitors. As well as the IPA (Import and Performance Analysis) approach with determination to see the respondents' perceptions of each tourism product indicator as well as determining the strategy for developing a tourist attraction in the coast of Sauwmyen. The result showed that the availability of tourism product in the form of tourism attraction excitability and adequate facilities are not fully found at the location of tourist object, there for their result of data analysis show that respondents' perceptions of tourism product at tourist object are less satisfied. Then according to reality then the

comfort of tourist visitors while in tourist sites is less satisfied. Then the strategy is the need for the development of sauwmyen beach tourism object by local residents and the government to improve performance, indicator tourism product that have a primary need for visitors and can be seen in the respondents of each individual in terms of their interest and performance for the development of a better Sauwmyen beach tourism object in the future to be used by all tourists.

Keywords: *perception, satisfaction, tourism products*

How to Cite: Kawey, B., Yap, Rumas A., Mansim, N. (2021). Analisis Persepsi Pengunjung Terhadap Ketersediaan Produk Wisata Di Pantai Sauwmyen Distrik Oransbari Kabupaten Manokwari Selatan. *JFRES: Journal of Fiscal and Regional Economy Studies*, 4(1), 37 – 49.

✉ Corresponding author :
E-mail: r.yap@unipa.ac.id

PENDAHULUAN

Sejak merosotnya harga minyak bumi dipasar internasional pada awal tahun 80-an terjadi krisis perekonomian dunia yang berkepanjangan, pertumbuhan ekonomi dunia mengalami perlambatan karena ketergantungan akan sektor migas terhadap perekonomiannya. Kemerosotan ini menyebabkan banyak negara kemudian mengambil kebijakan untuk mengembangkan sektor-sektor ekonomi lainnya untuk menunjang perekonomian dan salah satu sektor yang paling berpotensi adalah sektor pariwisata.

Menyadari akan penting dan berpotensi sektor pariwisata maka pemerintah Indonesia dalam beberapa dasa warsa terakhir menjadikan sektor pariwisata sebagai lokomotif baru perekonomian dan terus menggalakan pembangunan sektor pariwisata dan itu menunjukkan kontribusi positif terhadap perekonomian Indonesia. Devisa dari sektor pariwisata pada tutup buku 2018 meningkat mencapai angka US\$19,29 miliar atau hampir menembus target tahun tersebut sebesar US\$20 miliar. Kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto tahun 2018 mencapai 4,50%, dan tahun 2019 mencapai 4,80% (warta ekonomi.co.id).

Tujuan pengembangan pariwisata, bukan hanya sekedar untuk meningkatkan perolehan devisa bagi negara, akan tetapi lebih jauh diharapkan pariwisata dapat berperan sebagai katalisator pembangunan (*agent of development*). Dilihat dari sudut ekonomi, sedikitnya ada delapan keuntungan pengembangan pariwisata di Indonesia: Pertama, peningkatan kesempatan berusaha. Kedua, kesempatan kerja. Ketiga, peningkatan penerimaan pajak. Keempat, peningkatan pendapatan nasional. Kelima, percepatan proses pemerataan pendapatan. Keenam, meningkatkan nilai tambah produk hasil

kebudayaan. Ketujuh, memperluas pasar produk dalam negeri. Dan kedelapan, memberikan dampak multiplier effect dalam perekonomian sebagai akibat pengeluaran wisatawan, para investor, maupun perdagangan luar negeri.

Sugiarto (2019) mengatakan bahwa “dijadikannya pariwisata sebagai lokomotif baru pertumbuhan ekonomi Indonesia sudah senyatanya merupakan pilihan kebijakan strategis yang tepat, merujuk pada hasil Studi Bank Dunia, yang menegaskan peran penting sektor pariwisata bagi pembangunan berkelanjutan, mendorong pertumbuhan GDP, meningkatkan intensitas perdagangan internasional, menaikkan investasi global, disamping berperan dalam mengangkat negara-negara berpendapatan rendah (*low-income countries*)”.

Memasuki milenium baru kebutuhan pariwisata berkembang sangat pesat dan menjadi kebutuhan semua kalangan dan generasi, ini disebabkan karena pergeseran dan perubahan pandangan hidup dari prinsip ekonomi konvensional kepada ekonomi pengalaman, generasi sekarang lebih senang mengalokasikan dananya untuk menikmati sesuatu yang menciptakan pengalaman dan kenangan yang dapat dia banggakan, salah satunya berwisata ke spot-spot wisata baru hanya untuk menikmati suasana alam dan berfoto-foto.

Karena perubahan dan pergeseran pandangan tersebut maka pariwisata mesti ditangani dengan serius sesuai perkembangan zaman tanpa menghilangkan ciri khas daerah dan penanganan ini harus melibatkan semua pemangku kepentingan. Promosi wisata merupakan cara ampuh untuk memperkenalkan objek wisata bagi para wisatawan sekaligus menimbulkan minat berkunjung ke daerah wisata yang bersangkutan.

Objek wisata akan berkembang menjadi suatu tujuan wisata bila didukung oleh fasilitas, pelayanan, jasa, pemasaran, dan aksesibilitas fasilitas wisata yang memadai. Ketersediaan fasilitas wisata yang representatif, pelayanan, jasa, pemasaran, dan aksesibilitas yang tidak mampu memenuhi kebutuhan wisatawan menjadi persoalan di sebagian besar objek wisata.

Wisatawan akan termotivasi untuk melakukan perjalanan wisata bila dia memiliki persepsi yang baik akan objek wisata yang dituju. Lewat persepsi, wisatawan menentukan pilihan dan perilakunya, oleh karena itu persepsi wisatawan memberikan gambaran akan terpenuhinya harapan wisatawan ketika terjadi penyerahan jasa wisata di tempat wisata, dengan demikian maka persepsi wisatawan merupakan dasar pertimbangan pengembangan objek wisata sesuai dengan kebutuhan pasar.

Provinsi Papua Barat sebagaimana diketahui dikarunai sumber daya alam yang melimpah serta memiliki berbagai potensi pariwisata mulai dari pesisir pantai sampai pegunungan. Kabupaten Manokwari Selatan salah satu yang memiliki objek-objek wisata pantai yang indah, sayangnya hampir semua hanya sebatas rintisan dan belum mendapat perhatian dari pemerintah daerah. Salah satu objek wisata pantai yang paling digemari oleh masyarakat adalah objek wisata pantai Sauwmyen, pantai ini memiliki atraksi wisata yang menjanjikan, dengan pemandangan yang masih asli, pohon-pohon yang rindang, serta pasir pantai yang menghampar luas. Pemandangan yang indah kemudian di batasi dengan ketidaktersediaan produk wisata yang memadai.

Dengan tidak mengabaikan setiap upaya yang telah dilakukan oleh masyarakat Kampung Oransbari maka perlu diperhatikan apa yang menjadi kebutuhan pengunjung objek wisata Pantai Sauwmyen, bahwa berwisata merupakan kebutuhan sekunder yang harus dipenuhi oleh setiap Individu setelah kebutuhan primernya terpenuhi, semua orang mengambil keputusan berwisata karena adanya jasa kenyamanan (*Ementis*) yang ditawarkan dan itulah yang menjadi harapan dan kebutuhan dari mereka.

Keinginan akan rasa nyaman akan mendorong upaya memenuhi kenyamanan tersebut lewat dibangunnya fasilitas rekreasi, tempat-tempat bersantai, sarana bermain, dan fasilitas public lainnya, kesimpulannya adalah faktor emenitis

merupakan pengungkit pembangunan dan pembangunan kawasan dan perkotaan.

Dari hasil wawancara, rata-rata wisatawan pantai Sauwmyen mengatakan bahwa objek wisata ini memiliki pemandangan yang menarik, hutan yang masih asli, namun ada beberapa hal yang perlu menjadi perhatian karena tempat ini belum representative untuk menciptakan kenyamanan (Faktor Ementis) yang seharusnya dijual kepada para pengunjung wisata pantai Sauwmyen.

Harapan besar akan terpenuhi kenyamanan berwisata berbanding terbalik dengan kenyataan pelayanan yang dirasakan tidak maksimal oleh pengunjung, mulai dari jalan masuk untuk masuk ke kawasan wisata, tidak jelasnya petugas parkir, tidak adanya wahana permainan, tidak adanya fasilitas kebersihan, tidak adanya pos keamanan dan fasilitas kesehatan, serta masih banyak lagi faktor yang tidak berpihak pada kenyamanan pengunjung wisata.

Semua permasalahan yang sudah disebutkan diatas bila kemudian disandingkan dengan tujuan pembangunan sektor pariwisata maka seharusnya pemerintah kabupaten Manokwari selatan memberikan perhatian lebih kepada sektor pariwisata yang nyatanya semenjak pemekaran wilayah hingga kini belum ada tanda-tanda campur tangan dan kebijakan pemerintah yang mengarah pada pengembangan sektor pariwisata di Manokwari Selatan terutama wisata pantai Sauwmyen penelitian ini kemudian dilakukan dengan judul “Analisis Persepsi Pengunjung terhadap ketersediaan Produk Wisata di Pantai Sauwmyen” untuk menjangkau persepsi pengunjung wisata terhadap produk wisata yang selanjutnya akan menghasilkan strategi-strategi pengembangan kedepan agar emenitis yang adalah faktor utama tujuan seseorang berwisata bisa tercapai. Berdasarkan paparan latar belakang maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Persepsi Wisatawan terhadap Ketersediaan Produk wisata di Objek Wisata Pantai Sauwmyen?
2. Bagaimana tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Pantai Sauwmyen?
3. Bagaimana strategi pengembangan objek wisata Pantai Sauwmyen?

Dengan demikian tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis persepsi wisatawan terhadap ketersediaan produk, mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap objek dan merumuskan strategi pengembangan objek wisata

pantai Sauwmyen.

METODE PENELITIAN

Populasi dari penelitian ini adalah setiap orang yang mengunjungi objek wisata pantai Sauwmyen dan sampel yang digunakan 68 orang. Pertimbangan jumlahnya sesuai hasil survey awal yang didapati pada hari ramai atau libur (Sabtu dan Minggu). Biasanya jumlah kunjungan wisata ke objek wisata pantai Sauwmyen berkisar antara 80 sampai dengan 100 orang. Selanjutnya diasumsikan bahwa jumlah pengunjung objek wisata bisa mencapai 180 orang dalam seminggu di hari Sabtu dan Minggu, dan jarang sekali ada pengunjung di hari-hari lain selain dua hari tersebut. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel digunakan rumus slovin (Prasetyo dan Jannah, 2005:137), yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{180}{1 + (180)(0,10)^2} = 68,28 \approx 68 \text{ orang}$$

Di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan penarikan sampel).

Atas dasar rumus tersebut, jumlah sampel yang ditetapkan dengan nilai kritis sebesar 10%, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 68 orang pengunjung wisata pantai Sauwmyen.

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan adalah teknik survey. Oleh karena itu, untuk mendapatkan data, maka diperlukan metode pengumpulan data yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara kepada yang berhak dan berwenang memberikan data yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu pengunjung wisata.
2. Daftar pertanyaan (*questioner*), teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden pengguna jasa pengiriman yang menjadi sampel, yang memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.
3. Studi dokumentasi yaitu dengan mengumpulkan dan mempelajari data-data yang relevan dan mendukung penelitian antara lain yang diperoleh dari kantor BPS, kantor desa, dan perpustakaan serta data lain yang mendukung penelitian.

Teknik Analisis yang digunakan adalah deskriptif dimana data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil. Sebelum data yang didapatkan dari hasil kuisisioner ini diolah, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas kuisisioner. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah isi atau data dari butir-butir pertanyaan tersebut sudah sah (*valid*) dan handal (*reliable*). Apabila data dari butir-butir pertanyaan tersebut sudah valid dan reliable maka data tersebut dapat digunakan untuk mengukur kandungan instrumen yang ada.

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk dikatakan reliable apabila memberikan nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ (Ghozali, 2001).

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana :

α = koefisien reliabilitas instrumen (cronbach alpha)

k = jumlah variabel data yang membentuk variabel laten

$\sum \sigma_b^2$ = total varians butir

$\sum \sigma_t^2$ = total varians

Untuk melakukan analisis validitas data digunakan uji korelasi *Product Momment*. Suatu indikator dikatakan valid apabila besarnya nilai signifikansi $< 0,05$.

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan telah valid/sesuai. Pengujian ini dilakukan dengan perhitungan nilai T :

$$T_{hitung} = R_{bt} \frac{n-2}{\sqrt{1-R_{bt}^2}}$$

Dimana :

T_{hitung} = Nilai T

n = jumlah responden

R_{bt} = *corrected item total correlation*

Nilai T ditentukan berdasarkan tabel total correlation. Butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid jika nilai *Corrected Item Total Correlation* $R_{bt} > t_{tabel}$.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang pertama dan ke tiga maka dipakai pendekatan IPA (*Importand Performance Analissys*). IPA digunakan untuk melihat persepsi responden terhadap indikator-indikator Pendukung Parawisata yang Meliputi Atraksi Wisata, Eksebelitas, dan Kondisi Fasilitas tempat wisata. Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana :

Tki = tingkat kesesuaian responden

Xi = skor penilaian Jasa Yang diperoleh (atraksi wisata, eksebelitas, kondisi fasilitas tempat wisata) di Pantai Sauwmyen

Yi = skor penilaian konsumen akan harapannya

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam hal ini penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen/ pelanggan dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana :

\bar{X} = skor rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = skor rata-rata tingkat harapan

N = jumlah responden

(Supranto 2011:239-243). Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan huruf Y, dimana X merupakan tingkat kinerja atau ketersediaan produk wisata, dan Y merupakan tingkat harapan konsumen, tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan prioritas peningkatan strategi.

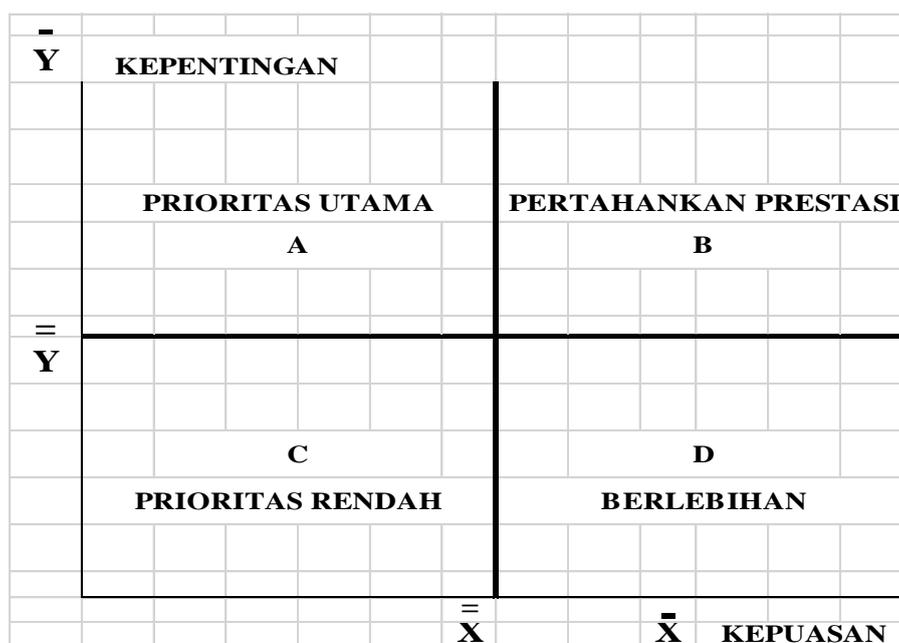
Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh garis berpotongan tegaklurus pada titik-titik (X,Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/konsumen. Sedangkan K adalah banyaknya indikator atau sub indikator.

Rumus selanjutnya :

$$\bar{x} = \frac{\sum Xi}{n} = \text{rata-rata dari rata-rata skor tingkat penyerahan jasa}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} = \text{rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan}$$

Hasil perhitungan dari rumus-rumus tersebut kemudian dimasukkan ke dalam diagram Kartesius. Dari sini, diketahui mana indikator-indikator yang merupakan prestasi dan perlu dipertahankan. Selain itu juga diketahui mana indikator-indikator yang kualitasnya tidak bagus.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Untuk dapat melihat posisi penempatan data yang telah dianalisis tersebut, maka dapat dibagi empat bagian:

- Kuadran A, “prioritas utama” berarti memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat harapan namun memiliki skor terendah dari sisi kinerja. Hasil ini menunjukkan letak ketidakpuasan pelanggan.
- Kuadran B, “pertahankan prestasi” berarti memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat harapan maupun pada sisi tingkat kinerja. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek ideal, karena di sini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang yang dianggap penting oleh pelanggan.
- Kuadran C, “prioritas rendah” berarti baik skor tingkat harapan maupun tingkat kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek pada kelompok ini dapat diabaikan oleh manajemen di masa yang akan datang.
- Kuadran D, “berlebihan” berarti skor tingkat harapan rendah namun skor tingkat kinerja tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa organisasi terlalu fokus pada aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan sehingga sumbernya dapat dialokasikan pada aspek lain yang mempunyai tingkat harapan tinggi tetapi masih rendah skornya pada tingkat kinerja.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang tiga menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). CSI merupakan indek untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. CSI memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan sehingga pada satuan waktu tertentu dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki apa yang kurang dan meningkatkan pelayanan yang dinilai customer adalah sebuah nilai lebih.

Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, dalam Syukri 2014:108):

- Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) tiap-tiap variabel,
- Membuat *Weight Factors* (WF) per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variable,
- Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut,

4. Membuat *Weight Score* (Wsk) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WFk dengan MSSk, dan

5. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Atau :

$$CSI = \frac{WT}{5}$$

Dimana:

$$WT = \sum WS$$

$$WS = WF \times MSS$$

$$WF = MIS / \sum MIS$$

$$MSS = \text{Mean Satisfaction Score}$$

$$MIS = \text{Mean Importance Score}$$

$$WF = \text{Weight Factors}$$

$$WS = \text{Weight Score}$$

$$WT = \text{Weight Total}$$

Hasil perhitungan kemudian diuji dengan menggunakan kriteria tingkat kepuasan dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Pengujian Tingkat Kepuasan Pengunjung Wisata

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80.99%	Puas
3	51% - 65.99%	Cukup Puas
4	35% - 50.99%	Kurang Puas
5	0% - 34.99%	Tidak Puas

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan.

Atraksi wisata adalah objek wisata yang sudah dipilih atau ditentukan oleh wisatawan dan akan mempengaruhi calon-calon wisatawan lainnya. salah satu elemen dalam atraksi wisata yaitu atraksi wisata alam pantai Sumyen Distrik Oransbari Kabupaten Manokwari Selatan.

Kondisi atraksi wisata Pantai Sauwmyen yang dapat diukur antara lain:

- Keunikan dari Pantai Sauwmyen
- Keindahan pemandangan Pantai Suwmiyen
- Kenyamanan Objek wisata Pantai Suwmiyen
- Kesejukan Pantai Sauwmiyen
- Kebersihan Pantai Sauwmyen.

Elemen-elemen yang termasuk dalam aksebilitas adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran, dan

kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi.

Aksebilitas Pantai Sauwmyen yang dapat diukur antara lain:

- a. Bagaimana kualitas jalan menuju pantai Sauwmyen
- b. Bagaimana keterjangkauan angkutan umum
- c. Kualitas jalan utama yang terdekat
- d. Bagaimana kondisi rambu lalu lintas
- e. Bagaimana penunjuk arah menuju pantai Sauwmyen

Fasilitas yang terdapat didalam suatu atraksi atau berkenan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi didalam suatu atraksi wisata. Kondisi Fasilitas Tempat Wisata Pantai Suwmyen yang dapat diukur antara lain:

- a. Luas tempat parkir
- b. Keamanan tempat parkir
- c. Keterampilan juru parkir
- d. Kebersihan Toilet
- e. Jumlah toilet
- f. Akses pusat informasi
- g. Tempat istirahat
- h. Rumah makan
- i. Sarana kesehatan
- j. Ketersediaan tempat sampah
- k. Toko cinderamata
- l. Fasilitas penginapan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reabilitas Kuisioner

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi Bivariate Pearson (Produk Momen Pearson). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa

yang ingin diungkap valid. Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Untuk melihat nilai r -tabel dipakailah rumus $df=N-2$ pada tingkat signifikan 5%, dengan N sebesar 68 maka didapati nilai r -tabel adalah sebesar 0,2387. Berikut hasil pengujian validitas dengan SPSS 20.

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian ditemukan semua nilai r -hitung lebih besar dari nilai r -tabel yang berarti instrumen atau item-item pertanyaan tentang kondisi produk wisata Pantai Sauwmyen menurut persepsi pengunjung berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Setelah melakukan uji validitas selanjutnya adalah uji reliabilitas, Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Jadi sebenarnya uji reabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi responden dalam menjawab setiap pertanyaan dalam kuisioner penelitian. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Pengujian reabilitas kuisioner dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha berdasarkan hasil perhitungan SPSS yang harus lebih besar dari 0,60 yang berarti jawaban responden adalah reliable atau konsisiten dan dapat diandalkan, dan sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha berdasarkan hasil perhitungan SPSS adalah lebih kecil dari 0,60 maka jawaban responden adalah tidak reliable atau tidak konsisiten dan tidak dapat diandalkan.

Berdasarkan hasil uji validitas didapati nilai Cronbach-Alpha dari Kepentingan adalah 0,926 dan Kinerja sebesar 0,860 yang berarti kedua nilai kepentingan dan kinerja lebih besar dari 0,60, dengan demikian reponden konsiten dalam menjawab semua pertanyaan.

Persepsi Pengunjung Wisata Terhadap Ketersediaan Produk Wisata Pantai Sauwmyen

Dari tabel 2 terlihat bahwa persepsi wisatawan terhadap *performance* (kenyataan yang didapati)

adalah sebesar 3,67 serta *importance* (harapan/kepentingan) mendapat persepsi sebesar 4,83 dengan tingkat kesesuaiannya mencapai 0,76 atau 76 % berada pada Tingkat kesesuaian <

100% berarti tingkat kinerja atribut atraksi wisata belum sesuai dengan kepentingan pengunjung wisata Pantai Sauwmyen.

Tabel 2. Persepsi Tentang Kondisi Atraksi Wisata Pantai Sauwmyen

No	Kondisi Atraksi Wisata	Kepentingan	Kinerja	Kesesuaian	Kategori
A	Keunikan Pantai Sauwmyen	4,81	4,15	0,862	M
B	Keindahan Pemandangan di Pantai Sauwmyen	4,84	4,47	0,924	SM
C	Kenyamanan Objek Wisata Pantai Sauwmyen	4,84	3,32	0,687	CM
D	Kesejukan Pantai Sauwmyen	4,81	4,40	0,914	SM
E	Kebersihan Pantai Sauwmyen	4,84	2,03	0,419	KM
	Rerata	4,83	3,67	0,76	M

Sumber: Data primer diolah, 2020

Selanjutnya bila ditinjau perbutir indikator untuk point A rata-rata persepsi responden akan tingkat kinerja adalah sebesar 4,15 berada pada rentang 3,401 – 4,200 artinya kinerja produk wisata Memuaskan (M), indikator B dipersepsikan pada angka 4,47 berada pada rentang 4,201 – 5,000 kategori Sangat memuaskan, indikator C 3,32

berada pada rentang 2,601 – 3,400 artinya kinerja produk wisata Cukup memuaskan (CM), indikator D 4,40 berada pada rentang 4,201 – 5,000. Artinya kinerja produk wisata Sangat memuaskan (SM), dan terakhir indikator E 2,03 berada pada rentang 1,801 – 2,600 artinya kinerja produk wisata Kurang memuaskan (KM).

Tabel 3. Persepsi Pengunjung Wisata Terhadap Akseibilitas

No	Akseibilitas	Kepentingan	Kinerja	Kesesuaian	Kategori
F	Bagaimana Kualitas Jalan Menuju Pantai Sauwmyen	4,74	3,35	0,708	CM
G	Bagaimana Keterjangkauan Angkutan Umum Ke Pantai Sauwmyen	4,81	2,90	0,602	CM
H	Kualitas jalan utama yang terdekat dengan Pantai Sauwmyen	4,87	2,96	0,607	CM
I	Bagaimana Kondisi Rambu Lalulitas Menuju Pantai Sauwmyen	4,65	1,91	0,411	KM
J	Bagaimana Kondisi Penunjuk Arah Menuju Pantai Sauwmyen	4,91	1,91	0,389	KM
		4,79	2,61	0,54	CM

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari tabel 3 didapati persepsi wisatawan terhadap akseibilitas menuju Pantai Sauwmyen angka kinerja bernilai 2,61 yang kalau dibulatkan nilainya 3 artinya Baik, aspek harapan/kepentingan diperoleh skor 4,79 dibulatkan menjadi 5 artinya sangat penting sekali, dengan tingkat kesesuaian sebesar 0,54 atau 54% berada pada Tingkat kesesuaian < 100% berarti tingkat kinerja atribut kondisi ekseibilitas menuju objek wisata Pantai Sauwmyen belum sesuai dengan kepentingan pengunjung wisata.

Selanjutnya bila ditinjau perbutir indikator untuk point F (Kualitas Jalan Menuju Pantai Sauwmyen) rata-rata persepsi responden akan tingkat kinerja adalah sebesar 3,35 berada pada rentang 2,601 – 3,400 artinya kinerja produk

wisata Cukup memuaskan (CM), indikator G (Keterjangkauan Angkutan Umum Ke Pantai Sauwmyen) dipersepsikan pada angka 2,90 berada pada rentang 2,601 – 3,400 artinya kinerja produk wisata Cukup memuaskan (CM), indikator H (Kualitas jalan utama yang terdekat dengan Pantai Sauwmyen) 2,96 berada pada rentang 2,601 – 3,400 artinya kinerja produk wisata Cukup memuaskan (CM), indikator I (Kondisi Rambu Lalulitas Menuju Pantai Sauwmyen) 1,91 berada pada rentang 1,801 – 2,600 artinya kinerja produk wisata Kurang memuaskan (KM), Indikator J (Kondisi Penunjuk Arah Menuju Pantai Sauwmyen) 1,91 berada pada rentang 1,801 – 2,600 artinya kinerja produk wisata Kurang memuaskan (KM).

Tabel 4 berikut menunjukkan kinerja dan harapan

pengunjung wisata terhadap kondisi fasilitas tempat wisata Pantai Sauwmyen.

Tabel 4. Persepsi Wisatawan Tentang Kondisi Fasilitas Tempat Wisata

No	Kondisi Fasilitas Tempat Wisata	Kepentingan	Kinerja	Kesesuaian	Kategori
L	Luas Tempat Parkir	4,84	2,69	0,556	CM
M	Keamanan Tempat Parkir	4,75	2,26	0,477	KM
N	Ketrampilan Juru Parkir	4,50	1,62	0,359	TM
O	Keberhasilan Toilet	4,91	1,79	0,365	TM
P	Jumlah Toilet	4,75	2,18	0,458	KM
Q	Akses Pusat Informasi	4,84	2,37	0,489	KM
R	Tempat Istirahat	4,88	2,97	0,608	CM
S	Rumah Makan	4,76	1,44	0,302	TM
T	Sarana Kesehatan	4,76	2,40	0,503	KM
U	Ketersediaan Tempat Sampah	4,96	1,60	0,323	TM
V	Toko Cindra Mata	4,62	1,34	0,290	TM
V	Fasilitas Penginapan	4,62	1,59	0,344	TM
		4,77	2,02	0,42	KM

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari tabel 4 terlihat bahwa persepsi wisatawan terhadap kondisi fasilitas wisata di Pantai Sauwmyen dari aspek *performance* (Kenyataan yang didapat) hanya bernilai 2,02 yang kalau dibulatkan nilainya 2 artinya Tidak Baik, sementara dari aspek *importance* (Harapan/kepentingan) diperoleh skor 4,77 dibulatkan menjadi 5 bernilai Sangat Penting Sekali, dengan tingkat kesesuaian antara kinerja terhadap harapan adalah sebesar 0,42 atau 42% berada pada Tingkat kesesuaian < 100% berarti tingkat kinerja atribut yang berarti kinerja kondisi fasilitas di tempat wisata belum sesuai dengan keinginan pengunjung wisata Pantai Sauwmyen.

Selanjutnya bila ditinjau dari indikator maka persepsi responden adalah sebagai berikut, indikator L (Luas Tempat Parkir) adalah sebesar 2,69 berada pada interval Nilai 2,601 – 3,400 Cukup memuaskan (CM), nilai persepsi terhadap indikator M (Keamanan Tempat Parkir) adalah sebesar 2,26 berada pada interval Nilai 1,801 – 2,600 kategori Kurang memuaskan (KM), nilai persepsi terhadap indikator N (Ketrampilan Juru Parkir) adalah sebesar 1,62 berada pada interval Nilai 1,000 – 1,800 kategori Tidak memuaskan (TM). Selanjutnya nilai persepsi terhadap indikator O (Kebersihan Toilet) adalah sebesar 1,79 berada pada interval Nilai 1,000 – 1,800 kategori Tidak memuaskan (TM), indikator P (Jumlah Toilet) mendapat penilaian sebesar 2,18 berada pada interval Nilai 1,801 – 2,600 kategori Kurang memuaskan (KM), untuk indikator Q (Akses ke pusat Informasi) mendapatkan nilai persepsi sebesar 2,37 berada pada interval Nilai 1,801 – 2,600

kategori Kurang memuaskan (KM).

Indikator selanjutnya adalah indikator R (Tempat Istirahat) dimana responden memberikan persepsi sebesar 2,97 berada pada interval nilai 2,601 – 3,400 kategori Cukup memuaskan (CM), selanjutnya indikator S (Rumah Makan) dipersiapkan oleh responden sebesar 1,44 ada pada interval nilai 1,000 – 1,800 berada pada kategori Tidak memuaskan (TM), indikator selanjutnya adalah indikator T (Sarana Kesehatan) yang oleh responden dipersiapkan pada nilai 2,40 berada pada interval nilai 1,801 – 2,600 kategori Kurang memuaskan (KM), selanjutnya adalah indikator U (Ketersediaan Tempat Sampah) dengan nilai persepsi sebesar 1,60 berada pada interval nilai 1,000 – 1,800 kategori Tidak memuaskan (TM), selanjutnya adalah indikator V (Toko Cindra Mata) indikator ini menurut persepsi responden diberi nilai 1,34 dan berada pada interval nilai 1,000 – 1,800 kategori Tidak memuaskan (TM), dan yang terakhir adalah indikator W (Fasilitas Penginapan) yang oleh responden dipersiapkan pada nilai 1,59 berada pada interval nilai 1,000 – 1,800 kategori Tidak memuaskan (TM).

Analisis Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Sauwmyen

Persepsi wisatawan menentukan preferensi dan perilakunya, oleh karena itu persepsi wisatawan memberikan gambaran akan terpenuhinya harapan wisatawan ketika terjadi penyerahan jasa wisata di tempat wisata, dengan demikian maka persepsi wisatawan merupakan dasar pertimbangan pengembangan objek wisata sesuai dengan kebutuhan pasar.

Tabel 5. Perhitungan CSI Pengunjung Wisata Pantai Sauwmyen

No	Indikator		MIS		MSS	WF	WS
1	Keunikan Pantai Sauwmyen	I1	4.81	K1	4.15	4.57	18.94
2	Keindahan Pemandangan di Pantai Sauwmyen	I2	4.84	K2	4.47	4.59	20.54
3	Kenyamanan Objek Wisata Pantai Sauwmyen	I3	4.84	K3	3.32	4.59	15.27
4	Kesejukan Pantai Sauwmyen	I4	4.81	K4	4.40	4.57	20.08
5	Kebersihan Pantai Sauwmyen	I5	4.84	K5	2.03	4.59	9.33
6	Bagaimana Kualitas Jalan Menuju Pantai Sauwmyen	I6	4.74	K6	3.35	4.50	15.08
7	Bagaimana Keterjangkauan Angkutan Umum Ke Pantai Sauwmyen	I7	4.81	K7	2.90	4.57	13.23
8	Kulitas jalan utama yang terdekat dengan Pantai Sauwmyen	I8	4.87	K8	2.96	4.62	13.66
9	Bagaimana Kondisi Rambu Lalulitas Menuju Pantai Sauwmyen	I9	4.65	K9	1.91	4.41	8.44
10	Bagaimana Kondisi Penunjuk Arah Menuju Pantai Sauwmyen	I10	4.91	K10	1.91	4.66	8.92
11	Luas Tempat Parkir	I11	4.84	K11	2.69	4.59	12.37
12	Kemanan Tempat Parkir	I12	4.75	K12	2.26	4.51	10.22
13	Ketrampilan Juru Parkir	I13	4.50	K13	1.62	4.27	6.91
14	Keberhasilan Toilet	I14	4.91	K14	1.79	4.66	8.37
15	Jumlah Toilet	I15	4.75	K15	2.18	4.51	9.82
16	Akses Pusat Informasi	I16	4.84	K16	2.37	4.59	10.88
17	Tempat Istirahat	I17	4.88	K17	2.97	4.64	13.77
18	Rumah Makan	I18	4.76	K18	1.44	4.53	6.52
19	Sarana Kesehatan	I19	4.76	K19	2.40	4.53	10.85
20	Ketersediaan Tempat Sampah	I20	4.96	K20	1.60	4.71	7.54
21	Toko Cindra Mata	I21	4.62	K21	1.34	4.39	5.87
22	Fasilitas Penginapan	I22	4.62	K22	1.59	4.39	6.97
	Jumlah		105.29		55.65		253.57
							CSI =253,574/5=50,71

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan seperti pada tabel 5.13 di dapat nilai *Weight Total* (WT) atau *Weight Score* (WS) total adalah sebesar 253,57, *High Score* (HS) pada skala likert yang dibuat adalah 5, maka dapat ditentukan nilai CSI sebagai berikut:

$$CSI = \frac{(\sum_{i=1}^p WSi)}{HS} \times 100\%$$

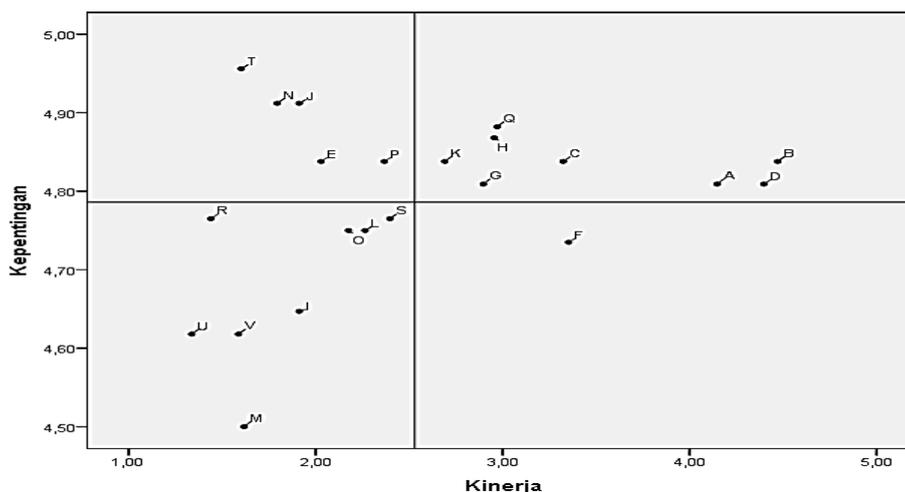
$$\rightarrow CSI = \frac{(253,57)}{5} \times 100\% = 50,71\%$$

Angka 50,71% berada pada rentan 35%-50,9% kriteria "kurang puas". Penyebab kurang puasnya pelanggan adalah karena hampir sebagian besar ketersediaan produk wisata belum mampu menciptakan kepuasan bagi wisatawan, hal ini sejalan dengan pendapat Sumarwan (Guspul &

Ahmadwaludin, 2014) yang mengatakan, bila hasil dibawah harapan maka pelanggan atau konsumen akan kecewa, dan sebaliknya bila hasil sesuai dengan harapan maka konsumen akan puas. Konsumen atau pelanggan yang puas akan setia, kurang sensitif terhadap harga, memberikan komentar dan persepsi yang baik terhadap produk yang dia rasakan (Maulana, 2016).

Penentuan Strategi Pengembangan

Penentuan strategi pengembangan objek wisata Pantai Sauwmyen maka analisis *performance* dan *importance* dan GAP yang telah dilakukan sebelumnya dilanjutkan dengan analisis diagram Kartesius untuk kemudian dari hasil analisis melahirkan strategi pengembangan yang paling tidak bisa memenuhi harapan wisatawan.



Gambar 5.4 Diagram Kartesius Persepsi Pengunjung Wisata Akan Harapan Dan Kinerja

Berdasarkan persebaran indikator atau titik GAP antara kinerja dan harapan konsumen pada empat kuadran seperti yang terlihat pada gambar 3 di atas melahirkan 4 strategi sebagai berikut:

1. Kuadran A, “prioritas utama” karena memiliki skor yang tinggi dari harapan responden, tapi dari sisi realita kinerja (penyerahan jasa) sangat rendah menurut persepsi wisatawan. Kuadran ini menunjukkan tingkat ketidakpuasan wisatawan karena harapannya tidak terpenuhi, dan indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah E (Kebersihan Pantai Sauwmyen), J (Kondisi Penunjuk Arah Menuju Pantai), N (Kebersihan Toilet), P (Akses Pusat Informasi), T (Ketersediaan Tempat Sampah).

Kebijakan yang perlu dilakukan adalah pemeliharaan kebersihan pantai oleh pengelola dan pemerintah daerah, perlu adanya sosialisasi dan tindakan yang konferhensif untuk membangkitkan kesadaran pengunjung dan pengelola akan pentingnya lingkungan indikator penting dan yang bersih terutama kebersihan pantai wisata Sauwmyen. Kondisi penunjuk arah adalah merupakan salah satu indikator penting dalam pengembangan wisata, dengan penunjuk arah menuju lokasi wisata akan mempermudah pengunjung untuk menemukan tempat dan lokasi objek wisata, oleh karena itu maka pengadaan penunjuk arah menuju objek wisata pantai Sauwmyen adalah kebutuhan penting. Selanjutnya kondisi kebersihan toilet adalah masalah selanjutnya yang timbul, terdapat 4 buah toilet umum yang semuanya tidak terurus, ini

harus segera diperbaiki dan dipelihara dengan baik oleh pengelola untuk memberikan dampak kenyamanan bagi pengunjung wisata, kondisi yang sama juga untuk keberadaan tempat sampah, jumlah tempat sampah yang hanya 1 buah membuat pengunjung wisata membuang sampah sembarangan oleh karena itu perlu bagi pengelola untuk menambah jumlah tempat sampah dan itu harus diatur kedudukannya agar mudah terjangkau oleh semua pengunjung. Indikator berikut adalah indikator akses informasi, hal ini menjadi persoalan karena keterjangkauan telkomsel khususnya 4G tidak sampai ke pantai Sauwmyen dan ini membatasi pengunjung mengakses internet untuk berbagi informasi baik secara pribadi maupun kondisi pantai Sauwmyen secepatnya, oleh karena itu maka keterjangkauan signal 4G sampai ke pantai Sauwmyen harus menjadi perhatian pengelola pemerintah daerah dan provider.

2. Kuadran B, “pertahankan prestasi” karena pada kuadran ini persepsi wisatawan memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat harapan maupun pada sisi tingkat kepuasan. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek ideal, karena di sini menunjukkan bahwa komponen produk wisata memiliki keunggulan yang dianggap penting oleh pelanggan. Indikator komponen produk wisata yang berada pada diagram ini meliputi A (Keunikan Pantai Sauwmyen), B (Keindahan Pemandangan Pantai Sauwmyen), C (Kenyamanan Objek Wisata Pantai Sauwmyen), D (Kesejukan Pantai Sauwmyen), G (Keterjangkauan Angkutan Umum ke Pantai Sauwmyen), H (Kualitas

Jalan Utama yang Terdekat dengan Pantai Sauwmyen), K (Luas Tempat Parkir), Q (Tempat Istirahat).

Berdasarkan posisi indikator pada diagram ini maka merupakan keharusan bagi pengelolaan dan campur tangan pemerintah untuk menjaga dan mempertahankan kondisi produk wisata yang ada, keunikan pantai sauwmyen, keindahan pemandangan, keamanan pantai dan kesejukan pantai yang ditandai dengan pasir yang halus, pepohonan yang rindang, terhampar di depan mata rimbun dan hijaunya hutan bakau merupakan keunikan yang dicari oleh pengunjung wisata. Selanjutnya keterjangkauan angkutan umum, kualitas jalan utama harus terus dipertahankan dan terus dipelihara agar perjalanan pengunjung wisata tetap nyaman menuju tempat wisata, selain itu tempat istirahat dan lahan parkir harus tepat dijaga kondisinya karena mampu memenuhi ekspektasi pengunjung.

3. Kuadran C, “prioritas rendah” berarti baik skor tingkat harapan maupun tingkat kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek pada kelompok ini dapat diabaikan oleh manajemen di masa yang akan datang. I (Kondisi Rambu Lalulintas), L (Keamanan Tempat Parkir), O (Jumlah Toilet), R (Tempat Istirahat), S (Sarana Kesehatan), U (Toko Cendera Mata), V (Fasilitas Penginapan), M (Ketrampilan Juru Parkir). Walaupun indikator produk wisata pada diagram ini dianggap prioritas rendah karena kinerja dan ekspektasi pengunjung wisata adalah rendah tetapi keberadaannya tidak bisa diabaikan karena merupakan suport sistem bagi pengembangan industri pariwisata terutama pantai Sauwmyen. Dalam jangka panjang indikator-indikator tersebut tidak bisa diabaikan bahkan dalam tahun-tahun kedepan produk wisata seperti Rambu Lalu lintas, keamanan tempat parkir, toko cendera mata, fasilitas penginapan, dan ketrampilan juru parkir akan sangat dibutuhkan bila objek wisata sudah semakin dikenal masyarakat banyak.
4. Kuadran D, “berlebihan” berarti skor tingkat harapan rendah namun skor tingkat kinerja tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa organisasi terlalu fokus pada aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan sehingga sumbernya dapat dialokasikan pada aspek lain yang

mempunyai tingkat harapan tinggi tetapi masih rendah skornya pada tingkat kinerja.F (Kualitas jalan menuju pantai Sauwmyen).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik simpulan dari penelitian ini adalah:

1. Setiap persepsi pengunjung wisata terhadap ketersediaan produk wisata sangat beragam sesuai kondisi sebenarnya di objek wisata pantai Sauwmyen. sesuai dengan atrakasi wisata secara umum memenuhi 75 % tingkat keinginan pengunjung nilai kinerja 3, 67 memuaskan. Untuk indikator Aksebilitas 54% dengan kinerja 2,62. Fasilitas tempat wisata sebesar 50,3% dengan kinerja 2,40 kurang memuaskan.
2. CSI dengan kepuasan sebesar 50,71% secara keseluruhan pengujung kurang puas dengan produk wisata.
3. Perlu adanya pengembangan oleh warga setempat dan pemerintah untuk meningkatkan kinerja, indikator produk wisata yang mempunyai kebutuhan utama bagi para pengunjung dan dapat dilihat pada responden dari setiap individu secara kepentingan maupun kinerja untuk pengembangan objek wisata pantai Sauwmyen yang lebih baik kedepan untuk digunakan oleh seluruh wisatawan yang berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Guspul, A., & Ahmadwaludin. (2014). Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Di Wonosobo. *Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsiq (PPKM)*,1(3),156–170. <https://doi.org/10.32699/Ppkm.V1i3.253>
- Hugo Itamar, A.Samsu Alam, Rahmatullah, 2014, Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tana Toraja, *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan, Volume 7, Nomor 2, Juli 2014, (91-108) ISSN 1979-5645*
- Hertanto Eko,2017, Customer Satisfaction Index (CSI) Model 1 Manajemen Pemasaran) Satisfaction_ Index_ CSI_Model 1 Manajemen Pemasaran_

- Maulana, S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 113–125.
<https://www.neliti.com/publications/78663/> Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Dan-Harga-Terhadap-Kepuasan-Pelanggan-Pt-Toi
- Mildeton, J.N. (2001), *Marketing In Travel And Teorism; A Divison Af Reeducational And Profesional Publishing. Ltd: Oxford UK.*
- Nainggolan Deby Marlina, Kampana Adi I Made, 2015, Stretegi Pengembangan Pantai Sawangan Sebagai Daya Tarik Wisata Nusa Dua, *Jurnal Destinasi Pariwisata* ISSN: 2338-8811 Vol.3 No 2, 2015.
- Pendit, S. N. (2003), *Seni Budaya Falsafa, Agama Hindu, Dan Pariwisata* gramedia; Jakarta.
- Prasetyo, Bambang, Dan Lina Miftahul Jannah. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori Dan Aplikasi*. Rajawali Pers.
- Supranto J, 2011, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Menaikan Pangsa Pasar*, Jakarta, Penerbt Rineka Cipta.
- Syukri Siti Husna AINU, 2014, *Penerapan Customer Satisfaction Index(CSI) Dan Analisis GAP Pada Kwalitas Pelayanan Trans Jogja* *Jurnal Ilmia Teknik Industry*, Vol. 13, No. 2, Des 2014 ISSN 1412-6869.