

Gambaran *Destination Image* Pantai Pasir Putih Situbondo Menurut Wisatawan Domestik Asal Kota Surabaya

Aditya Lugas Nateya
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Email : lugas_yr2@yahoo.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor *Destination Image* pada penelitian sebelumnya yang masih relevan digunakan pada saat ini dan dapat mengetahui gambaran *destination image* Pantai Pasir Putih Situbondo menurut wisatawan domestik asal Kota Surabaya.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *SPSS 18 for window*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *convenience sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 126 Responden yang terdiri dari 105 Responden didapatkan dengan pengisian kuesioner melalui aplikasi Google Docs dan 21 Responden menggunakan angket kuesioner. Data diolah menggunakan mean, dan standar deviasi.

Penelitian ini menyatakan dari 4 dimensi dalam *Destination Image* yaitu: *Socio – Cultural Amenities*, *Natural Amenities*, *Participative Recreational Activities*, dan *Climate Attribute Interrelation* yang terdapat 23 pertanyaan pada penelitian sebelumnya. Dari keempat dimensi dalam *Destination Image*, didapatkan hasil nilai rata-rata mean yaitu 3,752 dengan jumlah 23 pertanyaan. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa persepsi wisatawan terhadap Pantai Pasir Putih Situbondo cukup baik.

Kata Kunci: *Destination Image*, Pariwisata, Wisatawan, Destinasi Wisata

ABSTRACT

This study aims to examine the factors Destination Image in the previous study is still relevant in use today and can find a picture of the destination image Pantai Pasir Putih Situbondo by domestic tourists from Surabaya.

Data processing was performed using SPSS 18 for windows. The sampling technique used was the convenience sampling. The number of samples used were 126 respondents consisting of 105 respondents to the questioner obtained through the Google Docs and 21 respondents using questioner. The data is processed using the mean and standard deviation

This study states of Destination Image in 4 dimensions namely: Socio - Cultural Amenities, Natural Amenities, participative Recreational Activities and Climate Attribute Interrelation contained 23 questions in previous research. The fourth dimension of the Destination Image, showed the average value is 3.752 with a mean number of 23 questions. From these results it can be seen that the perception of tourists to Pantai Pasir Putih Situbondo good enough.

Keywords: Destination Image, Tourism, Traveler, Travel Destination

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

World Trade Organization (WTO) memprediksi pertumbuhan rata - rata pariwisata dunia selama Tahun 2000 - 2010 mencapai 4,2%, dan kawasan Asia diprediksi akan mengalami peningkatan pertumbuhan yang paling tinggi (Christianto, 2001), diprediksi sekitar 7% (WTO,

2005). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika pariwisata menjadi alat untuk meningkatkan perolehan devisa, membuka kesempatan usaha, dan membuka lapangan kerja. Menyadari arti pentingnya industri pariwisata, maka setiap negara berusaha memberikan layanan terbaik pada wisatawan (Kasali, 2004). Dampaknya, pasar untuk industri ini semakin kompetitif. Untuk mendapatkan posisi sebagai pemimpin pasar, strategi melalui saluran komunikasi dapat diberdayakan (Andreassen & Lindestad, 1998). Tujuannya adalah untuk membangun citra yang kuat dalam rangka menghasilkan daya tarik yang kuat dari sebuah destinasi wisata. Ketika wisatawan menilai dan mengevaluasi suatu destinasi wisata, persepsi terhadap suatu destinasi wisata merupakan komponen penting untuk melakukan kunjungan atau tidak. Sehingga proses pembentukan citra suatu destinasi wisata merupakan tahapan yang sangat kritis bagi wisatawan (Gartner, 1996).

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan berupa keindahan alam yang dapat menjadikan banyak daerah di Indonesia sebagai tujuan wisata bagi wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para turis adalah Bali sekitar lebih dari 3,7 juta disusul, DKI Jakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan. (http://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata_di_Indonesia). Jawa Timur termasuk daerah paling padat dan memiliki luas wilayah terbesar di Pulau Jawa yaitu sebesar 47.800 Km². Provinsi ini memiliki pesona wisata yang unik dan banyak sehingga memikat wisatawan untuk dapat mengunjungi. Daya tarik tujuan wisata diantaranya:

wisata alam, wisata pantai, wisata gunung, wisata belanja, wisata pendidikan, wisata seni, wisata budaya, wisata bahari, wisata petualangan, wisata sejarah, wisata agro, wisata konvensi, dan juga wisata religi.

Provinsi Jawa Timur yang terdapat didalam Negara Indonesia sebagai Negara maritim, memiliki luas wilayah perairan yang luas. Sebelah Utara berbatasan dengan Laut Jawa, Sebelah Timur berbatasan dengan Laut Bali dan Selat Bali, Sebelah Barat berbatasan dengan propinsi Jawa Tengah dan Sebelah Selatan berbatasan dengan Samudra Hindia. Dengan kondisi tersebut Provinsi Jawa Timur memiliki potensi yang besar di bidang wisata bahari. Objek-objek wisata bahari tersebar luas di beberapa kabupaten / kota di Provinsi Jawa Timur.

Salah satu kabupaten yang sering dikunjungi oleh para wisatawan adalah kabupaten Situbondo. Hal tersebut dikarenakan Kabupaten Situbondo memiliki jarak yang tidak terlalu jauh (sekitar 170 km) dari Kota Surabaya atau sekitar 4 Jam perjalanan dari Kota Surabaya. Kota Surabaya sebagai kota yang memiliki infrastruktur transportasi yang lengkap sehingga dapat memudahkan wisatawan untuk masuk dan keluar wilayah Provinsi Jawa Timur.

Kabupaten Situbondo memiliki kawasan wisata berbasis pariwisata alam yang cukup terkenal yaitu Pantai Pasir Putih. Hal tersebut dikarenakan pantai ini memiliki topografi indah yang melengkung menghadap ke laut dengan latar belakang hutan yang indah.

B. Identifikasi Masalah

Sigi awal menunjukkan bahwa menurut wisatawan domestik asal kota Surabaya, 70,71% menyatakan “Iya” dan 29,29% menyatakan

“Tidak”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa objek wisata Pantai Pasir Putih Situbondo termasuk sebagai objek wisata yang memiliki kesan bagus dan layak untuk dikunjungi oleh wisatawan domestik asal Surabaya.

Image adalah hal yang sangat penting diperhatikan oleh wisatawan untuk mengambil keputusan dalam pemilihan tujuan wisata. *Image* tujuan wisata adalah sebuah rangkaian kesan yang ditangkap oleh wisatawan mengenai suatu objek wisata. Suatu persepsi terhadap *image* tujuan wisata dari setiap wisatawan dapat berbeda-beda meskipun tujuan wisata yang dinilai dan dikunjungi sama.

C. Lingkup Bahasan

Berdasarkan dari latar belakang yang telah disajikan, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada *destination image*, yang terdiri dari beberapa dimensi, yaitu: Fasilitas Sosial dan Budaya (*Socio-cultural amenities*), Fasilitas Alam (*Natural amenities*), Aktivitas Rekreasi (*Participative recreational activities*), keterkaitan terhadap Iklim / Cuaca (*Climate attribute interrelation*), sesuai dengan penelitian mengenai *image* tujuan wisata menurut Brigit Leisen (2001).

D. Perumusan Masalah

Masalah yang akan dibahas pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana gambaran *destination image* Pantai Pasir Putih Situbondo menurut Wisatawan Domestik asal Surabaya?”

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pariwisata

Menurut Spillane (1990:20), Pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olah raga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah, dan lain-lain. Namun definisi yang lebih luas mengenai pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.

B. Wisatawan

Menurut Soekadijo (1996:17), definisi wisatawan menurut Pemerintah Indonesia tertuang dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia No. 9 Tahun 1969 tertulis dalam Bab I Pasal 1, bahwa “Wisatawan (tourist) adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu”.

C. Destinasi Wisata

Soekadijo (1996:19) berpendapat bahwa, terdapat 5 unsur pokok yang harus mendapatkan perhatian untuk menunjang pengembangan daerah tujuan wisata. Yaitu meliputi: Objek dan daya tarik wisata, Prasarana wisata, Sarana wisata, Tata laksana / infrastruktur, dan Masyarakat / lingkungan.

Daya tarik wisata yang juga disebut sebagai objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Sehingga dengan kedudukan yang menentukan tersebut, maka untuk membangun dan mengelola suatu daerah tujuan wisata harus dilakukan secara profesional. Pada umumnya daya tarik suatu daerah tujuan wisata berdasarkan pada: (1) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman, dan bersih; (2) Adanya aksesibilitas yang tinggi dan mudah untuk dapat mengunjunginya; (3) Adanya ciri khusus / spesifikasi yang bersifat langka; (4) Adanya sarana / prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.

D. Destination Image

Ada 4 (empat) faktor analisis didalam teori *destination image* (Leisen, 2001:55). Diantaranya adalah:

1. Socio-Cultural Amenities

Socio-Cultural Amenities adalah fasilitas yang terbentuk dari hubungan / interaksi antar individu satu dengan individu lain dalam bentuk pelestarian budaya, norma, bahasa, upacara religi dan gaya hidup (Laporan Eksekutif Penelitian Dampak Sosial Budaya Pembangunan Wisata Universitas Gajah Mada, 1999)

2. Natural Amenities

Natural Amenities adalah fasilitas alami yang memiliki karakteristik yang spesifik dan melibatkan estetika / keindahan dari suatu daerah tujuan wisata. Fasilitas ini berkaitan dengan ruang terbuka, topografi atau iklim dari suatu daerah tujuan wisata (Marcouiller, Kim, Deller, 2004:1034)

3. Participative Recreational Activities

Participative Recreational Activities adalah ragam kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan di lokasi wisata maupun sekitarnya dan bersifat rekreasi bagi wisatawan tersebut.

4. *Climate Attribute Interrelation*

Climate Attribute Interrelation adalah hubungan timbal balik antara kondisi musim / cuaca di lokasi wisata tersebut yang dapat berpengaruh terhadap daya dukung wisatawan untuk berwisata ke lokasi tersebut.

III. PEMBAHASAN

Hasil pengolahan kuesioner yang telah dibagikan kepada 126 responden yang telah memiliki kriteria yang sesuai dan telah dibahas secara menyeluruh dari setiap dimensi *Destination Image* Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo diketahui bahwa rata-rata total (mean) yang didapatkan sebesar 3,75 maka dapat disimpulkan bahwa responden menilai cukup baik terhadap *Destination Image* Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo.

Nilai mean tertinggi pada pernyataan Pemandangan di Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo Indah dengan nilai mean sebesar 4,349. Sedangkan untuk nilai standar deviasi tertinggi adalah pada pernyataan bahwa Musim Penghujan mendukung atau tidak untuk berwisata di Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo dengan nilai sebesar 0,993 yang memiliki arti bahwa pernyataan ini memiliki variasi tanggapan yang lebih beragam dibandingkan pernyataan yang lain.

Nilai mean atau rata-rata yang diperoleh pada dimensi *Socio – Cultural Amenities* adalah sebesar 3,667. Nilai ini menunjukkan responden memiliki persepsi yang cukup baik terhadap sosial budaya yang ada dilingkungan Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo. Nilai mean atau rata-rata yang diperoleh *Destination Image* pada dimensi *Natural Amenities* adalah sebesar 4,023. Hal

ini memiliki arti bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap segala pernyataan yang berkaitan dengan fasilitas alami yang terdapat di lingkungan Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo.

Nilai mean atau rata-rata yang diperoleh *Destination Image* pada dimensi *Participative Recreational Activities* adalah sebesar 4,015. Hal ini memiliki arti bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap segala pernyataan yang berkaitan dengan semua bentuk partisipasi yang dapat dilakukan oleh responden dalam melakukan kegiatan rekreasi di Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo. Nilai mean atau rata-rata yang diperoleh *Destination Image* pada dimensi *Climate Attribute Interrelation* adalah sebesar 3,301. Hal ini memiliki arti bahwa responden memiliki persepsi yang cukup baik terhadap segala pernyataan yang berkaitan dengan kondisi cuaca di Pantai Pasir Putih Situbondo.

IV. REKOMENDASI

Berdasarkan keseluruhan pembahasan penelitian ini, maka akan disampaikan beberapa rekomendasi yang nantinya diharapkan dapat berguna dan menjadi bahan masukan bagi berbagai pihak yang membutuhkan. Adapun rekomendasi yang disampaikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian, persepsi terendah pada dimensi *Socio – Cultural Amenities* atau hal yang berkaitan dengan fasilitas sosial budaya yang ada di lingkungan Pantai Pasir Putih Situbondo adalah mengenai kebudayaan kuno masyarakat lokal di Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo. Sehingga diharapkan Pemerintah daerah, Masyarakat atau pengelola Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo harus mencari, menghidupkan kembali, dan mempromosikan kebudayaan

kuno masyarakat asli lokal setempat agar dapat dikemas sebagai suatu bentuk alternatif atraksi wisata budaya bagi wisatawan yang berkunjung.

2. Berdasarkan dari hasil penelitian, persepsi terendah pada dimensi *Natural Amenities* atau hal yang berkaitan dengan fasilitas alami yang terdapat di lingkungan Pantai Pasir Putih Situbondo adalah mengenai kehidupan alam liar dan hutan pegunungan di sekitar kawasan tersebut. Sehingga diharapkan kedepan pengelola beserta pemerintah daerah setempat mampu memperbaiki fasilitas yang ada di *camping ground* area hutan di sekitar Pantai Pasir Putih Situbondo seperti kebersihan lokasi, ketersediaan kamar mandi dan air bersih serta membuat jalur pendakian sebagai alternatif wisata selain pantai bagi wisatawan.
3. Berdasarkan dari hasil penelitian, persepsi terendah pada dimensi *Participative Recreational Activities* atau hal yang berkaitan dengan suatu bentuk partisipasi yang dapat dilakukan oleh wisatawan dalam melakukan kegiatan rekreasi adalah mengenai kesempatan baik untuk berjalan kaki di sekitar Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo. Sehingga diharapkan pengelola wisata tersebut dapat menyediakan fasilitas berupa kendaraan berupa Jip maupun kendaraan *ATV All – Terrain Vehicle* (Kendaraan yang mampu berjalan di area berpasir) untuk mempermudah dan memberikan rasa nyaman bagi wisatawan yang ingin berjalan dan mengetahui objek wisata sepanjang bibir pantai.
4. Berdasarkan dari hasil penelitian, persepsi terendah pada dimensi *Climate Attribute Interrelation* atau hal yang berkaitan dengan kondisi cuaca di Pantai Pasir Putih Situbondo adalah mengenai musim penghujan berwisata di Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo. Hal yang

berkaitan dengan cuaca merupakan hal yang tidak mungkin dirubah karena faktor alam. Sehingga diharapkan kedepannya Pemerintah daerah, Masyarakat atau pengelola Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo dapat mencari solusi kegiatan wisata lain yang dapat dikemas secara menarik agar wisatawan masih dapat beraktivitas dan melakukan kegiatan wisata di Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo dalam kondisi cuaca hujan.

5. Diharapkan kepada warga yang menjual berbagai macam souvenir di sekitar lokasi Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo untuk dapat lebih kreatif dalam berinovasi agar wisatawan tertarik dan memiliki banyak pilihan jenis souvenir khas yang mencerminkan Objek Wisata Pantai Pasir Putih.
6. Diharapkan kepada Pemerintah Daerah setempat, dapat bekerjasama dengan pihak investor swasta untuk dapat membangun segala infrastruktur yang ada di kawasan Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo. Contoh: Hotel, Restoran, dan Operator Jasa yang lain (Kegiatan Wisata Olah-raga Air).
7. Bagi peneliti karena objek wisata ini memiliki potensi yang cukup baik untuk dikembangkan, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan konsep kausalitas sehingga dapat diketahui sebab – akibat seperti halnya meneliti tentang *Destination Image* terhadap peningkatan jumlah wisatawan di Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo

DAFTAR PUSTAKA

Crompton 1979; Kotler Haider and Rein, 1993

Leisen, Birgit., 2001, "Image Segmentation: The Case Of A Tourism Destination", *Journal of Service Marketing*, p. 49-64.

Soekadijo., 1996, **Anatomi Pariwisata**, Gramedia Pustaka Utama, Cetakan Pertama, Jakarta.

Spillane, James J., 1990, **Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya**, Kanisius, Cetakan Ketiga, Yogyakarta.

Suwantoro, Gamal., 1997, **Dasar-dasar Pariwisata**, ANDI, Edisi II, Yogyakarta.

Syafiie, Kencana, Inu., 2009, **Pengantar Ilmu Pariwisata**, CV. Mandar Maju, Cetakan Pertama, Bandung.

<https://situbondokab.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/265>

(diunduh 6 Maret 2014)

<https://jatim.bps.go.id/Subjek/view/id/16#subjekViewTab3|accordion-daftar-subjek2> (diunduh 6 Maret 2014)

<https://sriraharso.wordpress.com/2008/08/21/citra-destinasi-pariwisata/>
(diunduh 3 September 2015)

<http://www.indonesia.travel.id> (diunduh 3 September 2015)

<http://situbondokab.go.id> (diunduh 3 September 2015)

<http://pasirputihsitubondo.com/profil/> (diunduh 16 September 2016)

https://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata_di_Indonesia
(diunduh 23 Januari 2017)