

MOTIVASI DAN PERSEPSI WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE DAYA TARIK WISATA PANTAI PENIMBANGAN DI KABUPATEN BULELENG

Luh Putu Pusparini^{1*}, Putu Agus Prayogi², Ni Wayan Mekarini³

^{1,2,3}Fakultas Bisnis dan Pariwisata Universitas Triatma Mulya Bali

*e-mail: puspakarina07@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the motivation and perceptions of tourists visiting the tourist attraction of Penimbangan Beach in Buleleng Regency. The research method used in this research is descriptive qualitative. In this study, data collection was carried out by observation, interviews with resource persons, and distributing questionnaires to 55 tourists using incidental sampling technique in which 31 statements down. The questionnaire given consists of thirteen statements regarding tourist motivation which refers to the theory of push and pull motivation. These push factors and pull factors are actually internal and external factors that motivate tourists to make decisions to travel, as well as eighteen statements regarding tourist perceptions that refer to the Tourism Destination Attributes theory (4A), namely attraction, amenities, accessibility and ancillary services. The research found out 2 conclusions, such as (a) aspect of push and pull motivations that get the highest score are because visitors want to do recreation while swimming and to visit modern spot as well as contemporary hangouts. (b) Meanwhile, the perception of tourists on the attributes of tourist destinations (4A) in the tourist attraction of Penimbangan Beach in Buleleng Regency is that Penimbangan Beach is one of the unique tourist attractions, equipped with adequate facilities, very easy access to achieve, but not yet supported by sources of information and organization but still incomplete tourist attraction management.

Keywords: motivation, perception, tourist attraction, Penimbangan Beach

Pendahuluan

Keindahan dan keaneka-ragaman laut Indonesia memang sedemikian kaya sehingga tidak mengherankan terus menggugah minat baik bagi orang Indonesia maupun wisatawan asing. Karena proporsi luas lautan berbanding daratannya, maka Indonesia disebut juga sebagai negara maritime dimana luas total wilayah Indonesia adalah 7,81 juta km² yang terdiri dari 2,01 juta km² daratan sementara seluas 3,25 juta km² adalah lautan dan 2,55 juta km² adalah zona ekonomi eksklusif. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia merupakan suatu negara dengan luas perairan lebih besar dari pada luas daratan. Hal ini menyebabkan Indonesia memiliki keragaman dan kemewahan pada sektor kelautan.

Pariwisata kelautan merupakan salah satu sektor andalan utama bagi Indonesia. Ini terbukti pariwisata telah memberikan kontribusi yang sangat besar sebagai penyumbang devisa Negara. Pariwisata Indonesia apabila mampu dikemas dan dikelola dengan baik tentu menjadi aset Negara Indonesia dimana dapat mampu bersaing secara internasional dengan pariwisata di negara lain. Dengan demikian diharapkan nantinya pariwisata dapat berkembang dengan baik dan membawa dampak yang baik pula. Pada akhirnya diharapkan pariwisata dapat memberikan kesejahteraan baik secara ekonomi maupun secara tingkat taraf hidup masyarakat pada umumnya ataupun pelaku pariwisata pada khususnya.

Pariwisata di daerah Bali merupakan sektor paling maju dan berkembang, tetapi masih berpeluang untuk dikembangkan lebih modern lagi. Daerah ini memiliki obyek wisata alam

pantai yang tidak kalah dengan negara lain. Bahkan beberapa pantai di daerah Bali dikatakan sebagai surgawinya dunia. Keindahan pantai dengan segala potensinya dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata Bali. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan pada sarana dan prasarana kepariwisataan yang ada seperti sarana akomodasi, akses ke daerah wisata, fasilitas rekreasi pantai yang terdapat di pulau Bali serta jumlah wisatawan ke Pulau Bali yang semakin meningkat setiap tahunnya. Misalnya, Kabupaten Buleleng yang merupakan salah satu kabupaten yang menduduki daerah Bali bagian utara, membentang dari timur ke barat tengah Pulau Bali memiliki keindahan laut dan pantai serta budaya unik. Perkembangan pariwisata di Kabupaten Buleleng meningkat dibuktikan dengan jumlah kunjungan wisatawan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, seperti disajikan tabel 1.1 data kunjungan wisatawan ke kabupaten Buleleng di bawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kab. Buleleng

No	Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Asing	Total	Pertumbuhan (%)
1	2015	402,639	300,305	702,944	-
2	2016	504,145	301,313	805,458	14.58
3	2017	681,966	272,764	954,730	18.53
4	2018	610,703	393,108	1,003,810	5.14
5	2019	612,395	437,783	1,050,178	4.62
6	2020	81,215	50,084	131,299	-

Sumber:
Dinas

Pariwisata Kab. Buleleng, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng meningkat sejak tahun 2015 hingga tahun 2019. Jumlah wisatawan ditahun 2019 sebanyak 612,395 wisatawan domestik dan 437,783 wisatawan asing. Jumlah ini meningkat dari tahun 2015 dengan presentase 14,6% Peningkatan ini dapat dinilai secara positif sebagai kemajuan pengembangan pariwisata di Kabupaten Buleleng. Namun di tahun 2020, kunjungan wisatawan sangat mengalami penurunan dikarenakan Pandemic COVID-19. Namun demikian, dalam situasi pandemic pun Buleleng dibandingkan dengan daerah lain di Bali tetap menjadi pilihan tujuan wisata sebesar 131.029. Wisata Alam Pesisir Pantai banyak ditemukan di Kabupaten Buleleng dikarenakan Kabupaten Buleleng yang berada pada daerah pesisir pantai, salah satunya berada di Daerah Penimbangan, Desa Baktiseraga, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng.

Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan berjarak 2,3 km dari pusat Kota Singaraja dibuka sejak tahun 2016. Pantai Penimbangan merupakan ikon wisata Kota Singaraja dimana wisata pantai disertai wisata pendidikan konservasi penyu dan terumbu karang serta wisata kuliner dengan konsep *kekinian*. Berlokasi di pesisir utara Kabupaten Buleleng, Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan ini terdiri atas wisata pesisir pantai, wisata tirta, wisata religi, wisata konservasi penyu, wisata kuliner dan pemandangan alam yang indah. Sebagai destinasi wisata yang baru berkembang, Pengelolaan daerah pantai Penimbangan dibagi atas beberapa kelompok, yakni kelompok nelayan, kelompok pedagang dan kelompok konservasi. Masing-masing kelompok ini melakukan upaya-upaya dalam pengembangan daerah Pantai Penimbangan sebagai daerah tujuan wisatawan lokal maupun internasional. Daya Tarik Wisata pantai Penimbangan berusaha untuk memberikan fasilitas yang dapat memuaskan wisatawan. Fasilitas yang telah disediakan di Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan diantaranya adalah kamar mandi dan kamar ganti, tempat parkir, tempat sampah, dan gazebo sebagai tempat peristirahatan wisatawan serta banyak para pedagang

yang menjual makan dan minum yang menyediakan aneka makanan dan minuman. Lokasi para pedagang ini berada di pinggir pantai Penimbangan, wisatawan yang berkunjung sambil bersantai menikmati sajian makan murah dan disugahi pemandangan laut yang tenang serta suasana sunset menjadi salah satu moment menarik bagi wisatawan. Aksesnya yang begitu mudah dengan kondisi jalan bagus. Setelah memasuki malam hari, pantai ini menjadi tempat menarik untuk berkumpul sekedar berbincang-bincang, minum dan makan jajanan di pesisir laut yang tenang.

Daya tarik wisata Pantai Penimbangan belum termasuk dalam SK Bupati Buleleng tentang daya tarik wisata namun wisatawan yang mengunjungi daya tarik wisata pantai Segara Penimbangan meningkat sejak tahun 2016. Pada tahun 2020 jumlah wisatawan yang mengunjungi Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan berjumlah 6.480 orang. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan dipengaruhi oleh persepsi dan motivasi wisatawan. Semakin positif persepsi wisatawan akan atraksi wisata, fasilitas, akses dan sarana penunjang yang disediakan maka semakin banyak wisatawan yang mengunjungi Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan. Selain itu, dengan diketahuinya motivasi wisatawan, pihak pengelola dapat meningkatkan hal yang menjadi alasan wisatawan mengunjungi Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan. Jadi permasalahan yang diungkap adalah motivasi dan persepsi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Penimbangan di Kabupaten Buleleng.

Landasan Teori

Pada penelitian ini peneliti digunakan kajian teori yang terdiri dari definisi Pariwisata, Wisatawan, Daya Tarik Wisata, Motivasi Perjalanan Wisata, Atribut Destinasi Wisata dan Persepsi Wisatawan sebagai landasan pikir.

Secara etimologis kata “pariwisata” identik dengan “*travel*” dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010:12). Pariwisata menurut UU No. 10 Tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Pengertian tersebut meliputi: semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, sebelum dan selama dalam perjalanan dan kembali ke tempat asal, pengusaha daya tarik atau atraksi wisata (pemandangan alam, taman rekreasi, peninggalan sejarah, pagelaran seni budaya). Usaha dan sarana wisata berupa: usaha jasa, biro perjalanan, pramu wisata, usaha sarana, akomodasi dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan pariwisata. Selain itu, definisi pariwisata juga diberikan oleh Yoeti (dalam Irawan, 2010:11) bahwa pariwisata berasal dari bahasa *Sansekerta*, yaitu “*pari*” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, keliling, dan “*wisata*” yang berarti perjalanan atau bepergian. Di sisi lain, Freuler (dalam Irawan, 2010:11) merumuskan pengertian pariwisata dengan memberikan batasan sebagai berikut : “Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan *fenomena* dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan industri, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan”. Dari pengertian para ahli diatas, maka pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan wisata yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling-keliling, baik secara terencana maupun tidak terencana untuk memenuhi kebutuhan yang dapat menghasilkan pengalaman total bagi wisatawan.

Wisatawan merupakan salah satu dari stakeholder pariwisata yang banyak para ahli telah mengungkapkan pendapatnya mengenai arti dari wisatawan itu sendiri. Secara umum

wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang meninggalkan daerah asalnya untuk mengunjungi suatu daerah yang ingin dikunjungi dengan lama waktu lebih dari 24 jam dengan tujuan untuk bersenang-senang. Berdasarkan Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata atau kunjungan. Pengertian pengunjung mencakup (a) Wisatawan (*tourist*) yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara yang dikunjungi, dan (b) Pelancong (*excursionist*) yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjungi (termasuk pelancong dengan kapal pesiar). Secara rinci klasifikasi *tourist* dapat dipilah menjadi 6 jenis, meliputi:

- a) Wisatawan asing (*foreign tourist*) yaitu orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang ke suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana wisatawan tersebut menetap. Wisatawan asing bagi suatu negara dapat ditandai dari status kewarganegaraannya, dokumen perjalanan yang dimilikinya serta dari jenis mata uang yang dibelanjakannya, karena pada umumnya golongan wisatawan ini hampir selalu menukarkan uangnya terlebih dahulu pada Bank atau Money Changer sebelum berbelanja.
- b) *Domestic foreign tourist* yaitu wisatawan asing yang menetap pada suatu negara untuk berwisata di wilayah negara tempat tinggalnya. Wisatawan tersebut bukan warga negara dimana ia berada, melainkan adalah warga negara asing yang karena tugasnya hingga kedudukannya menetap dan tinggal pada suatu negara serta memperoleh penghasilan dengan mata uang negara asalnya.
- c) *Domestic tourist* yaitu seorang warga negara yang berwisata dalam batas wilayah negaranya sendiri.
- d) *Indigenous foreign tourist* yaitu warga negara suatu negara tertentu yang bertugas atau menjabat di luar negeri, kembali ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
- e) *Transit tourist* yaitu wisatawan yang berwisata ke suatu negara, yang menggunakan transportasi dan terpaksa singgah pada suatu pemberhentian seperti stasiun, bandar udara, dan stasiun bukan atas keinginan sendiri.
- f) *Business tourist* yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan untuk tujuan lain bukan untuk berwisata, akan tetapi perjalanan wisata akan dilakukan setelah tujuan utamanya telah terselesaikan.

Berdasarkan Undang-Undang No 10 tahun 2009 (dalam Karini, 2017: 78) tentang Kepariwisata menyatakan bahwa daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Daya Tarik Wisata umumnya memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan/atau aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah/tempat tertentu. Daya Terdapat 3 macam DTW menurut Direktorat Jendral Pemerintahan, yaitu:

a) Daya Tarik Wisata Alam

Daya Tarik Wisata Alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi wisata alam dapat dibagi menjadi tiga kawasan yaitu (a) Flora fauna dengan keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya ekosistem pantai dan ekosistem hutan bakau, (b) Gejala alam, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun dan danau, (c) Budidaya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan.

b) Daya Tarik Wisata Sosial Budaya

Daya Tarik Wisata Sosial Budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan dan kerajinan. Bagian-bagian daya tarik wisata sosial budaya (Marpaung dalam Karini, 2017: 78) diantaranya (a) Peninggalan Sejarah Kepurbakalaan dan Monumen, (b) Museum dan Fasilitas Budaya lainnya, (c) Pola Kehidupan, (d) Desa Wisata, dan (e) Wisata Keagamaan, Etnis dan Nostalgia

c) Daya Tarik Wisata Minat Khusus

Daya Tarik Wisata Minat Khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Dengan demikian, biasanya para wisatawan harus memiliki keahlian. Contohnya: berburu mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dan lainnya.

Daya tarik wisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan yang terdiri dari wisata pantai, wisata konservasi penyu dan terumbu karang, wisata kuliner termasuk dalam daya tarik wisata alam yang berada di Pantai Penimbangan, Desa Baktiseraga, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng.

Kunjungan yang dilakukan wisatawan didasari oleh motivasi tertentu. Menurut Cohen (dalam Karini, 2017:78) motivasi dipandang sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, ke arah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang, dengan melihat bahwa motif intrinsik (seperti self actualisation) sebagai komponen yang sangat penting. Motivasi perjalanan wisata juga dijelaskan oleh Maslow (dalam Keliwar dan Nurcahyo, 2015:14) dengan teori kebutuhan bahwa sebagai salah satu bukti bahwa kebutuhan akan perjalanan wisata akan terlaksana jika kebutuhan yang paling mendasar sudah terpenuhi maka akan naik ke jenjang selanjutnya. Selain motivasi yang dikonsepskan oleh Maslow, terdapat juga sebuah teori motivasi yang disebut dengan *push and pull motivation*. Teori ini terdapat di travel motivation. *Push and Pull motivation* ini menjelaskan mengenai motivasi wisatawan dilihat dari faktor-faktor penarik dan faktor-faktor pendorongnya. Konsep motivasi ini dilatar belakangi oleh faktor-faktor yang ada di sekitar wisatawan. Crompton (dalam Karini, 2017:78) berpendapat bahwa, Faktor pendorong terbentuk dari faktor-faktor *intangible* yang berasal dari dalam diri wisatawan itu sendiri, diantaranya:

a) *Self-fulfilment*

Keinginan untuk menemukan diri sendiri, karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.

b) *Wish-fulfilment*

Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi, yang lama dicita-citakan sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat, agar bisa melakukan perjalanan.

c) *Play*

Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan dan melepaskan diri sejenak dari berbagai rutinitas.

d) *Escape*

Sebuah keinginan untuk melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.

e) *Strengthening family bonds*

Ingin mempererat hubungan kekerabatan. Keakraban hubungan kekerabatan ini juga terjadi diantara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama, karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industri.

- f) *Romance*
Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang dapat memberikan suasana romantis.
- g) *Social interaction*
Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
- h) *Educational opportunity*
Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain dan/atau daerah lain atau mengetahui kebudayaan etnis lain. Ini merupakan dorongan yang dominan dalam pariwisata.
- i) *Relaxation*
Keinginan untuk penyegaran yang juga berhubungan dengan motivasi untuk *escape*.
- j) *Prestige*
Untuk menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat social.

Dari sisi faktor penarik yang memicu terjadinya kunjungan digolongkan sebagai faktor *tangible* yang ada di obyek wisata seperti keunikan obyek wisata, atraksi wisata dan potensi wisata lainnya. Menurut Spillane (1997:40) adapun faktor penarik wisatawan untuk mengunjungi lokasi obyek wisata yaitu (a) Keindahan alam dengan berbagai variasinya, (b) Kondisi iklim, (c) Kebudayaan dan atraksinya, (d) Sejarah dan legendaris, (d) Ethnicity dengan sifat kesukuannya, dan (e) Accessibility, yaitu kemudahan untuk mencapainya. Faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*) ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan wisata.

Analisis mengenai motivasi menjadi semakin penting apabila dikaitkan dengan pariwisata sebagaimana fenomena masyarakat modern. Fenomena tersebut adalah perilaku masyarakat yang dipengaruhi oleh berbagai motivasi dan berjalan secara kompleks. Sehubungan dengan perjalanan, motivasi terkait dengan jumlah kebutuhan yang menyebabkan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada 8 faktor *intangible* yang memotivasi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata Ke Pantai Penimbangan, diantaranya: *self fulfillment, wish fulfillment, play, escape, strengthening family bonds dan romance*. Sementara faktor *tangible* dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang ada di obyek wisata seperti keunikan obyek wisata, atraksi wisata, sejarah atau legendaris serta kemudahan biaya untuk berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Penimbangan. .

Untuk dapat menarik kunjungan, sebuah destinasi wisata yang unggul menurut Cooper (dalam Pitana dalam sambutannya di seminar *Cooperation in the Development of Education and Tourism in Global Era* pada 31 Mei 2012 di Surabaya) harus memiliki 4A, yaitu *attraction, amenity, accessibility, dan ancillary*.

1) *Attraction*

Attraction atau atraksi adalah produk utama sebuah destinasi. Atraksi berkaitan dengan *what to see* dan *what to do*. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Seharusnya sebuah atraksi harus mempunyai nilai diferensiasi yang tinggi. Unik dan berbeda dari daerah atau wilayah lain.

2) *Amenity*

Amenity atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana yang diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet

umum, tempat parkir, tempat sampah, wahana rekreasi air, alat pelindung diri (APD), serta sarana penunjang lainnya seperti penjual makanan dan minuman dengan tempat yang bersih dan nyaman sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenitas harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi. Destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari amenitas yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran dan *rest area*.

3) *Accessibility*

Accessibility atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi *individual tourist*, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan *travel agent*, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik.

4) *Ancillary*

Ancillary berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut, terdapat pusat informasi, peta penunjuk arah serta media promosi baik media cetak maupun online. Ini menjadi penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenitas yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka ke depannya pasti akan terbengkalai. Organisasi sebuah destinasi akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan.

Persepsi merupakan pendapat perorangan yang tentu saja berbeda dengan orang lainnya dalam melihat objek yang sama. Hal itu terjadi karena persepsi merupakan proses internal yang diakui individu dalam menyeleksi, dan mengatur stimuli yang datang dari luar. Stimuli itu ditangkap oleh indera, secara spontan pikiran dan perasaan kita akan memberi makna atas stimuli tersebut. Secara sederhana persepsi dapat dikatakan sebagai proses individu dalam memahami kontak/hubungan dengan dunia sekelilingnya. Selain itu, menurut Sarwono (dalam Karini, 2017:79) persepsi merupakan pengalaman untuk membedakan, pengamatan, mengelompokkan, memfokuskan dan sebagainya itu selanjutnya di interorientasi. Setiap wisatawan yang melakukan perjalanan wisata memiliki persepsi yang berbeda terhadap obyek wisata yang didatangi, hal ini tergantung padapengalaman berwisata, tingkat pendidikan, kondisi lingkungan, kondisi sosial-budaya negara asal wisatawan, serta pengaruh psikologis. Sejalan dengan itu, Mulyana (dalam Keliwar dan Nurcahyo, 2017:16) menegaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses internal yang memungkinkan seseorang untuk memilih, mengorganisasikan serta menafsirkan rangsangan dari lingkungannya dan dari proses tersebut dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut. Persepsi juga merupakan salah satu bentuk komunikasi, persepsilah yang menentukan orang untuk memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antara individu, dan sebagai konsekuensinya maka semakin cenderung membentuk suatu kelompok budaya ataupun kelompok identitas. Jenis-Jenis Persepsi manusia menurut Mulyana (dalam Keliwar dan Nurcahyo, 2015:16) dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu: Persepsi terhadap lingkungan fisik dan persepsi terhadap manusia (persepsisosial) yaitu proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami seseorang didalam lingkungan orang tersebut. Jadi, persepsi merupakan cara pandang, tindakan dan gambaran yang diberikan seseorang terhadap sesuatu yang berada di sekitar lingkungannya baik persepsi yang diberikan positif atau negatif. Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi wisatawan terhadap komponen 4A Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan, diantaranya *Attraction, Amenities, accessibility dan Ancillary*.

Metode Penelitian

Data penelitian dijarah melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan kelompok yang terlibat dalam pengelolaan pantai termasuk petugas konservasi penyu, kelompok nelayan dan dengan Kepala Desa Baktiseraga, sedangkan kuesioner disebar kepada para pengunjung Pantai Penimbangan. Data kuantitatif khususnya tanggapan responden ditempatkan sebagai data utama sedangkan data kualitatif berupa informasi dan keterangan terkait bersifat penunjang. Dalam mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan, peneliti menggunakan instrumen berupa pedoman wawancara, kuesioner, smart phone, dan kamera. Di samping itu juga menggunakan check list muncul atau tidaknya objek yang diobservasi dengan memberikan tanda cek (√) jika objek yang diobservasi muncul. Instrumen penunjang meliputi alat tulis menulis, smartphone digunakan untuk merekam penjelasan yang dituturkan oleh narasumber saat melakukan tanya jawab. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 55 wisatawan domestik yang sedang berkunjung atau pernah mengunjungi Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan atau 10% dari 547 populasi (merujuk jumlah karcis masuk terjual tahun 2020) dengan *accidental sampling*.

Data yang terkumpul dianalisis dengan langkah kerja analisis data deskriptif Kualitatif meliputi reduksi data, merangkum data, memilih dan memilah data sesuai kebutuhan terutama mencari pola untuk mendapat gambaran yang lebih jelas hingga peneliti nantinya mampu menarik simpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, hasil kuesioner, reduksi data, analisis, interpretasi data, dan triangulasi (Sugiyono, dalam Gotama, 2020:33). Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil survei terhadap objek penelitian. Kegiatan verifikasi ini berupa pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran peneliti, tinjauan ulang pada catatan-catatan selama masa penelitian juga hasil tukar pikiran dengan ahli atau membandingkan dengan temuan data lain yang berkaitan.

Hasil dan Pembahasan

Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan merupakan ikon wisata Kota Singaraja yang sangat unik, memiliki perpaduan beberapa unsur wisata, diantaranya wisata pantai, wisata pendidikan konservasi penyu dan terumbu karang serta wisata kuliner dengan konsep kekinian atau modern. Seiring berkembangnya daya tarik wisata ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung. Tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Penimbangan tentu dipengaruhi oleh motivasi dan persepsi dari para pengunjungnya.

1) Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pantai Penimbangan

Motivasi dapat dikatakan sebagai alasan wisatawan untuk berwisata mengunjungi daerah-daerah baru yang belum pernah dikunjungi. Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kondisi internal dan kondisi eksternal orang tersebut. Kondisi internal dipengaruhi keinginan dan kemauan rasa ingin tahu dan pengalaman yang muncul dari diri sendiri serta ditunjang oleh kemampuan biaya yang cukup. Sedangkan kondisi eksternal terkait dengan keberadaan daya tarik daerah wisata itu, fasilitas, pelayanan serta kemudahan dari dan ke destinasi wisata.

Untuk mengetahui motivasi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata pantai penimba, peneliti melakukan pengambilan data melalui wawancara kepada narasumber utama yakni Kepala Desa Baktiseraga, dimana Daya Tarik Pantai Penimbangan merupakan bagian dari wilayah desa Baktiseraga serta wawancara dengan pengelola Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan yang sekaligus sebagai Ketua Kelompok Pengawas Pantai Penimbangan untuk menambah data penelitian (merujuk lampiran 7 dan 8: gambar proses wawancara dan transkrip wawancara dengan Kepala Desa Baktiseraga dan Ketua Kelompok Pengawas Pantai Penimbangan). Selanjutnya, peneliti mengumpulkan data tentang motivasi

wisatawan yang berkunjung ke Pantai Penimbangan dengan menyebarkan kuesioner kepada para wisatawan yang berkunjung ke Pantai Penimbangan.

Berdasarkan keterangan dari narasumber serta sebaran kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti, maka motivasi wisatawan yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan adalah rata-rata sebesar 88,59% responden. Selanjutnya, Crompton (dalam Karini, 2017:78) berpendapat bahwa, motivasi dapat dikategorikan menjadi dua dimensi, yaitu Faktor pendorong (*Push Factor*) dan Faktor Penarik (*Pull Factor*). Konsep motivasi ini dilatar belakangi oleh faktor-faktor yang ada di sekitar wisatawan. Motivasi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan dilihat dari Faktor pendorong (*Push Factor*) adalah yang pertama karena ingin melakukan rekreasi pantai sambil berenang, yaitu sebanyak 100% responden. Rekreasi di pantai ini dilakukan baik pada pagi hari maupun sore hari. Aktivitas rekreasi sambil berenang akan mencapai puncaknya ketika akhir pekan atau pada saat hari-hari libur baik libur nasional maupun libur hari raya keagamaan. Yang kedua, motivasi pendorong wisatawan berkunjung ke Pantai Penimbangan adalah untuk menikmati waktu baik dengan teman atau keluarga sebanyak 98,18% responden. Umumnya wisatawan yang berkunjung ke Pantai Penimbangan adalah sekelompok orang dalam satu keluarga, atau sekelompok remaja yang datang baik untuk rekreasi atau sekedar duduk-duduk santai menikmati suasana pantai sambil bercengkrama. Motivasi wisatawan dilihat dari factor penarik (*Pull Factor*) adalah untuk mengunjungi tempat *nongkrong modern* dan *kekinian*, sebanyak 98,18% responden. Pantai Penimbangan selain menawarkan keindahan alam, kini berkembang menjadi daya tarik wisata yang dikemas secara modern dan kekinian. Pada saat sore hari menjelang senja, banyak wisatawan yang datang, khususnya para remaja, duduk bersantai, sambil menikmati keindahan alam, bercengkrama dengan teman sambil ditemani dengan alunan musik atau *life music*. Selain itu, berwisata ke pantai Penimbangan relatif biayanya murah menjadi pilihan wisatawan selanjutnya sebesar 96,36%. Biaya masuk daerah wisata Pantai Penimbangan sangat terjangkau yakni hanya cukup membayar parkir kendaraan; sepeda motor sebesar Rp2.000,00 sedangkan kendaraan roda 4 sebesar Rp5.000,00 termasuk warung-warung modern di Pantai Penimbangan menjajakan produk makanan dan minumannya dengan harga terjangkau

2) Persepsi Wisatawan terhadap Atribut Destinasi Wisata (A4) Pantai Penimbangan

Persepsi merupakan pendapat pribadi terhadap objek yang sama. Persepsi wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan dihubungkan dengan atribut 4A meliputi *attraction*, *amenity*, *accessibility*, dan *ancillary* dijabarkan di bawah ini.

a) Persepsi Wisatawan tentang *Attraction*

Atraksi wisata merupakan sebuah produk utama dari adanya Daya Tarik Wisata. Atraksi di Daya Tarik Pantai Penimbangan meliputi beberapa variabel yang menjadi penilaian terhadap persepsi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Penimbangan diantaranya keindahan alam yang unik, kebersihan lingkungan pantainya, pantai dengan ombak yang landai serta keindahan bawah lautnya, serta pantai dengan aktivitas rekreasi yang menarik. Persepsi wisatawan tentang atraksi Daya Tarik Pantai Penimbangan adalah rata-rata sebesar 94,55% responden. Sebagian besar persepsi wisatawan yang berkunjung ke Daya Tarik Pantai Penimbangan dari segi atraksi wisatanya adalah karena Pantai Penimbangan merupakan salah satu daya tarik wisata yang unik sebesar 98,18% responden. Daya tarik pantai Penimbangan menjadi unik karena Daya Tarik Pantai Penimbangan menawarkan keindahan alam yang merupakan perpaduan beberapa unsur wisata, diantaranya wisata pantai, wisata pendidikan konservasi penyu dan terumbu karang serta wisata kuliner dengan konsep kekinian atau modern.

b) Persepsi wisatawan tentang *Amenities* Pantai Penimbangan

Amenities adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Persepsi wisatawan terhadap *Amenities*

daya tarik wisata pantai Penimbangan rata-rata sebesar 93,03%. Hal ini menunjukkan bahwa para wisatawan sangat setuju terhadap pilihan fasilitas yang ada di objek wisata tersebut. Tersedianya kelengkapan daya tarik wisata Pantai Penimbangan seperti toilet umum, ruang ganti, dapat digunakan oleh wisatawan setelah melakukan aktivitas mandi atau berenang di pantai. Tersedianya Bak sampah yang memadai merupakan upaya menjaga lingkungan pantai tetap bersih. Selanjutnya ketersediaan Alat Pelindung diri dapat memberikan jaminan untuk menjaga keamanan para wisatawan selama melakukan aktivitas di pantai, seperti saat bermain kano, snorkeling, diving, atau berwisata naik perahu untuk menonton dolphin.

c) Persepsi wisatawan tentang *Accessibility* di Pantai Penimbangan

Accessibility atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Persepsi wisatawan terhadap *Accessibility* daya tarik objek wisata pantai Penimbangan rata-rata sebesar 96,97% responden. Penilaian ini tergolong tinggi dan wisatawan dapat dikatakan sangat setuju terhadap akses ke pantai Penimbangan. Hal ini disebabkan karena lokasi Daya Tarik Pantai Penimbangan yang berada dekat dengan Kota Singaraja dan akses jalan menuju daya tarik wisata yang baik dan memadai yang ditunjang dengan jalan bagus (kondisi jalan selama perjalanan menuju pantai Penimbangan terawat dengan baik), yang ditunjang dengan moda transportasi yang beragam, sehingga untuk mencapai lokasi objek wisata pengunjung hanya membutuhkan waktu ± 10 menit dari pusat Kota Singaraja dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat, terdapat rambu-rambu lalu lintas yang lengkap, terdapat papan petunjuk arah sehingga memudahkan para wisatawan yang ingin berkunjung ke pantai Penimbangan mudah menemukan lokasi pantai tersebut.

d) Persepsi wisatawan tentang *Ancillary Service* di Pantai Penimbangan

Ancillary berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut. Persepsi wisatawan terhadap *Ancillary Service* di daya tarik wisata pantai Penimbangan adalah rata-rata sebesar 65,45% responden. Dibandingkan dengan atribut daya tarik wisata lainnya, komponen *ancillary service* mendapat respon yang paling sedikit Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan terkait pelayanan informasi mengenai Pantai Penimbangan berupa brosur Obyek wisata, sumber informasi tentang obyek wisata secara tertulis belum tersedia.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat ditarik 2 simpulan berikut.

- a) Motivasi wisatawan yang mengunjungi daya tarik wisata Pantai Penimbangan sebesar 88,59% responden. Faktor pendorong (*Push Factor*) motivasi wisatawan adalah karena ingin melakukan rekreasi pantai sambil berenang, yaitu sebanyak 100% responden. Motivasi wisatawan dilihat dari faktor penarik (*Pull Factor*) adalah untuk mengunjungi tempat *nongkrong* modern dan *kekinian*, sebanyak 98,18% responden. Selain itu, biaya berwisata ke pantai Penimbangan relatif murah menjadi motivasi penarik wisatawan selanjutnya sebesar 96,36%.
- b) Dari sisi persepsi wisatawan terhadap Daya Tarik Objek Wisata Pantai Penimbangan terungkap melalui hasil wawancara dengan narasumber dan penyebaran angket yang mencakup atribut daya tarik wisata yang dikenal dengan istilah 4A. Dalam hal (a) *attraction* Pantai Penimbangan dipandang unik dan hal itu direspon oleh 98,18% responden, (b) *Amenities* dipersepsikan wisatawan sebagai daya tarik sebesar 93,03%, (c) Dalam hal, *Accessibility*, persepsi wisatawan rata-rata sebesar 96,97%

responden, sedangkan (d) *Ancillary Service* dipersepsikan wisatawan sebesar 65,45% responden. Angka tersebut dapat diinterpretasikan bahwa system administrasi pengelolaan Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan harus ditingkatkan, penyediaan media promosi yang memadai serta pusat informasi bagi wisatawan saat berkunjung harus disediakan serta aspek penataan. Wisatawan diharapkan ikut memelihara aksesibilitas, sarana dan prasarana pendukung bagi wisatawan dengan mengupayakan untuk mendapatkan dukungan dari pemerintah agar pengelolaan daya tarik wisata dapat berjalan dengan lebih baik. Hal terpenting, persepsi wisatawan haruslah menjadi patokan atau pondasi dasar yang harus dipahami oleh pengelola, karena dari persepsi atau pendapat wisatawanlah pengelola dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan yang ada di objek wisata Pantai Penimbangan sebagai bahan melakukan tindak perbaikan lebih lanjut.

Daftar Pustaka

- Budhana, Putu. 2020. Pengaruh Motivasi Non Finansial dan Disiplin Terhadap Loyalitas Karyawan di *The Haven Bali Seminyak*. Kertas Karya. Program Studi D IV Perhotelan. Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya. Badung
- Gotama, Made Adi. 2020. Pengembangan Desa Wisata Munduk Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng. Kertas Karya. Program Studi D IV Perhotelan. Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya. Badung
- Irawan, Koko. 2010. Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Karini, Oka. 2017. Motivasi dan Persepsi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng Jurnal Kepariwisata. Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana. Vol. 5 No. 2, 2017.
- Keliwar, Said dan Anton Nurcahyo. 2015. Motivasi dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure. Vol. 12, No. 2, Oktober 2015
- Pristiwasa, I Wayan Thariqy Kawakibi. 2017. Motivasi dan persepsi wisatawan terhadap Potensi Wisata di Kepulauan Mentawai. Jurnal Kepariwisata dan Hospilitas Vol. 1, No. 2, November 2017
- Pitana, Prof. Dr. I Gede. 2012. Cooperation in the Development of Education and Tourism in Global Era. Makalah Seminar pada 31 Mei 2012 di Surabaya.
- Sinaga, Supriono. 2010. Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Spillane, James J. 1994. Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi & Rekayasa Kebudayaan. Kanisius. Yogyakarta.
- Widyastuti, Ni Kadek. 2018. Vihara Dharma Giri Sebagai Daya Tarik Wisata Rohani di Kabupaten Tabanan. Jurnal Perhotelan dan Pariwisata. Vol. 8, No. 1, Januari - Juni 2018.
- _____. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. *Undang Undang tentang Kepariwisata*, UU Nomor 10 Tahun 2009. Jakarta: Direktorat Jendral Pariwisata.