
**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN DI PANTAI SENGGIGI KECAMATAN BATU LAYAR KABUPATEN
LOMBOK BARAT**

Oleh

Denek Bini Intan Rusma Ningrum¹, Fathurrahim² & Muharis Ali³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : ¹ Intanningrum1401@gmail.com, ² fathurrahim@gmail.com &
³ muharisali@gmail.com

Article History:

Received: 05-06-2024

Revised: 07-06-2024

Accepted: 11-06-2024

Keywords:

*Tourist Attraction,
Interest in Visiting
Tourists, Senggigi
Beach.*

Abstrak: Senggigi Beach is one of the leading tourist attractions in West Lombok Regency which is visited by many tourists, therefore it is necessary to think about alternative management and development that can be done, namely by improving tourist attractions, facilities, accessibility, improving products, improving services or other development. The aim of this research is to determine the significant influence of tourist attractions on tourists' interest in visiting Senggigi Beach. This research uses a quantitative research design with descriptive statistical analysis research type. The population of this study is tourists who visited Senggigi Beach in the 2022 period. The samples were chosen randomly from the relevant population and based on Slovin's calculations, namely 86 samples. This research obtained the results that the tourist attraction variable has a significant effect on the tourist interest variable, this is proven by the statistical results of hypothesis testing with a significant value of 0.000, less than 0.05 ($0.000 < 0.05$) and a t-count value of $5.079 > t\text{-table } 1,663$. So it can be concluded that the tourist attraction variable has a significant effect on the tourist interest variable in visiting Senggigi Beach.

PENDAHULUAN

Salah satu sektor andalan Pemerintah Daerah Kabupaten Lombok Barat adalah Pantai Senggigi karna memiliki ciri khas pasir putih dengan garis pantai yang panjang. Pantai ini terletak disebelah utara kota Mataram dengan jarak tempuh kurang lebih selama 30 menit. Lokasi ini menawarkan pantai laguna, panorama alam perbukitan yang mengelilingi lokasi objek wisata serta pemandangan sunset yang sangat indah sehingga banyak aktifitas yang bisa dilakukan seperti bersantai, berjemur, berenang, diving, snorkeling, surfing, bermain kano dan memancing.

Senggigi merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Kecamatan Batu layar, Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat. Di dalam peraturan Daerah kabupaten Lombok Barat Nomor 11 Tahun 2011 tentang

“Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Lombok Barat Tahun 2011-2031, Pantai Senggigi termasuk dalam kawasan peruntukan pariwisata dalam kategori wisata bahari dan juga termasuk dalam kawasan strategi dari sudut pandang ekonomi dengan sektor unggulan berupa pariwisata dan perikanan”.

Berdasarkan pada data jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Kabupaten Lombok Barat dari tahun 2018-2022. Dinyatakan bahwa jumlah kunjung wisatawan

terbanyak pada tahun 2018, pada destinasi wisata Lombok Barat mengalami penurunan setiap tahunnya, berbeda halnya dengan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke destinasi wisata Senggigi dari tahun ke tahun bisa dikatakan stabil dalam menerima kunjungan wisatawan domestik, jumlah kunjungan wisatawan terbanyak pada tahun 2022 dengan jumlah kunjungan sebanyak 233.917 jiwa dan jumlah kunjungan wisatawan paling sedikit terjadi pada tahun 2020 dengan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 96.041 jiwa. Dengan adanya jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat dari waktu ke waktu, maka perlu dipikirkan alternatif pengelolaan dan pengembangan yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas, peningkatan produk ataupun pengembangan lainnya. Oleh sebab itu peneliti tertarik mengambil judul “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Senggigi Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat” Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan dari persepsi wisatawan domestik tentang daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di pantai Senggigi.

LANDASAN TEORI

Daya Tarik Wisata

Menurut Yoety (2006) Daya tarik wisata adalah suatu objek ciptaan Tuhan maupun hasil karya manusia, yang menarik minat orang berkunjung dan menikmati keberadaannya. Adapun daya tarik Ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna. Sedangkan, daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purba kala, peninggalan sejarah, seni budaya, dan tempat hiburan. Berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya suatu kawasan wisata sangat tergantung pada komponen 4A, yaitu:

- a. Attraction (atraksi)
- b. Accesbility (aksesibilitas)
- c. Emenity (amenitas)
- d. Anciliery service (ansilieri)

Minat Berkunjung

Minat kunjungan merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata (Kotler & Keller, 2014). Adapun minat berkunjung wisatawan diukur berdasarkan indikator diantaranya yaitu keaktifan wisatawan mencari informasi terkait produk, kemandirian untuk berkunjung, serta keputusan untuk berkunjung (Ramadoni & Rumorong, 2019), seperti;

Faktor Penarik

1. Daya tarik alam dan budaya
2. Atraksi wisata
3. Keindahan pantai dan pantai pasir putih
4. Aktivitas rekreasi

Faktor pendorong

1. Promosi pariwisata
2. Rekomendasi teman atau keluarga
3. Faktor ekonomi
4. Aksesibilitas
5. Pariwisata khusus

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan

didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017), hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel daya tarik wisata terhadap variabel minat berkunjung wisatawan di pantai senggigi.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel daya tarik wisata terhadap variabel minat berkunjung wisatawan di pantai senggigi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk mengumpulkan data tentang pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan. Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi objek wisata pantai senggigi dalam periode 2018-2022. Sampel akan dipilih secara acak dari populasi yang relevan, jumlah sampel yang dipilih dalam penelitian ini sejumlah 86 sampel. Tahap pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang berisi pernyataan tentang persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik statistik yaitu analisis regresi sederhana untuk mengidentifikasi pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel (X) daya tarik wisata terhadap variabel (Y) minat berkunjung wisatawan di Pantai Senggigi. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS 24 untuk melakukan pengujian analisis data. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel (X) Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) Minat Berkunjung Wisatawan, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil statistik uji T dengan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan nilai t-hitung sebesar $5.079 > t\text{-tabel } 1.663$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel daya Tarik wisata (X) berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung wisatawan (Y).

- a. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel daya Tarik wisata (X) berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung wisatawan (Y).
- b. Berdasarkan nilai t diketahui nilai t-hitung sebesar $5.079 > t\text{-tabel } 1.663$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel daya Tarik wisata (X) berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung wisatawan (Y)

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi wisatawan tentang daya Tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Pantai Senggigi berdasarkan Faktor Daya Tarik yang mempengaruhi yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas, ansilieri berpengaruh signifikan dengan taraf signifikansi 0.000 kurang dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan nilai t-hitung 5.079 lebih besar dari t- tabel sebesar 1.663 ($5,079 > 1.992$). Adapun juga beberapa faktor yang membuat minat kunjungan contohnya, Faktor pendorong seperti; Daya tarik alam, Atraksi wisata, Keindahan pantai dan Pantai pasir putih, Aktivitas rekreasi. Dan juga ada Faktor pendorong yang mempengaruhi minat berkunjung seperti; Promosi pariwisata, Rekomendasi teman atau keluarga, Faktor ekonomi, Aksesibilitas dan Peristiwa khusus.

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan antara lain sebagai berikut:

1. Akademi dan Pendidikan

Bagi peneliti selanjutnya yang mengambil penelitian terkait pantai senggigi dapat melanjutkan penelitian lebih mendalam terkait topik seluar dari daya tarik wisata yang dapat menarik minat berkunjung wisatawan.

2. Pemerintah Daerah

Menggunakan hasil penelitian sebagai panduan untuk pengembangan strategi promosi dan pengelolaan pantai senggigi, misalnya dengan meningkatkan infrastruktur, kebersihan dan pelayanan wisata. Serta kolaborasi dengan pihak terkait seperti dinas pariwisata untuk menerapkan rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pemerintah Kabupaten Lombok Barat. Peraturan Daerah Kabupaten Lombok Barat No. 11 Tahun 2011./Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Lombok Barat 2011 – 2031.Kabupaten Lombok Barat
<https://jdih.lombokbaratkab.go.id/pencarian/MTYx/UGVyYnVwLU5vLi0yOC1UYWh1bi0yMDIwLW5vdy5wZGY1ZjcyYWE3NjBjMTQ0LnBkZg==/9/download> diakses pada 25 Mei 2023
- [2] A.Yoeti, oka. dkk (2006). Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya. PT. Pratnya Paramita
- [3] Kotler dan Keller, (2014) Buku Prinsip prinsip pemasaran By Philip Kotler Gary, Internasional Journal of Humanities and Social Science, Vol 1, No 10, pp 278-284.
- [4] Sugiyono (2017). Metode Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alpabeta