

MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN PADA DAYA TARIK WISATA KULINER PANTAI TANJUNG BIAS DITENTUKAN OLEH PELAYANAN

Oleh

Mardian¹, Syech Idrus² & Lalu Masyhudi³

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

Email : ¹ diarm2707@gmail.com, ² Sidroess@gmail.com & ³ laloemipa@gmail.com

Article History:

Received: 22-06-2024

Revised: 24-06-2024

Accepted: 28-06-2024

Keywords:

Minat berkunjung, Daya

Tarik Wisata Kuliner,

Pelayanan.

Abstrak: Tujuan penelitian, untuk membuktikan korelasi pelayanan dengan minat berkunjung wisatawan pada daya tarik wisata kuliner pantai Tanjung Bias. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan angket, observasi dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.500 wisatawan, menggunakan rumus dari Yamane sehingga memperoleh sampel sebanyak 94 responden dengan teknik random sampling. Analisis data dilakukan dengan teknik korelasi product moment dengan bantuan software aplikasi SPSS versi 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan sebesar 0,569 yang berarti semakin bagus pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata kuliner pantai Tanjung Bias.

PENDAHULUAN

Wisata kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang banyak digemari oleh wisatawan dan menjadi fenomena baru dalam industri pariwisata serta memiliki potensi untuk berkembang, karena selain menawarkan makanan dan minuman juga pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan. Oleh karena itu, bisnis kuliner sangat diminati oleh masyarakat dan pengusaha swasta. [1], [2]

Salah satu daya tarik wisata kuliner yang dikenal oleh wisatawan di NTB adalah pantai Tanjung Bias di desa Senteluk, kecamatan Batulayar, kabupaten Lombok Barat. Kuliner yang di tawarkan di pantai tersebut berupa makanan modern dan olahan hasil laut yang merupakan hasil tangkapan nelayan di desa Senteluk.

Pada dasarnya wisatawan memiliki keinginan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata melalui proses mencari, memilah dan memutuskan untuk berkunjung berdasarkan pengalaman dalam berwisata. Faktor penting yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan untuk memutuskan berkunjung atau tidak adalah sikap orang lain dan faktor situasi yang tidak terantisipasi. [3]

Dalam suatu daya tarik wisata kuliner yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan selain dari kualitas makanan dan harga adalah pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha kuliner, karena pariwisata dikenal sebagai industri yang berfokus pada jasa keramahtamahan. Oleh karena itu harus memiliki pelayanan yang baik. Keramahtamahan sangat dibutuhkan dengan tujuan agar dapat menciptakan suasana yang aman dan nyaman, sehingga wisatawan mendapatkan kesan yang baik selama berada di suatu daya tarik wisata. [4]

Hal ini di dukung dengan observasi awal yang dilakukan pada 03 April 2024, peneliti menemukan beberapa fakta lapangan bahwa pantai ini hanya dibuka pada sore hari, tetapi terdapat

beberapa kedai yang melakukan kerjasama dengan pihak travel sehingga membuka kedainya pada pagi hari sesuai dengan pesanan dari pihak travel tersebut. Sebelum membuka kedainya beberapa pemilik kedai melakukan briefing terlebih dahulu dengan karyawannya. Para pelaku kuliner selalu mengupayakan memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan yang menikmati kuliner, seperti mengantarkan pengunjung ke tempat duduknya, menyerahkan daftar menu kuliner, berpenampilan bersih dan rapi, menggunakan peralatan dapur yang bersih, berkomunikasi dengan baik serta memberikan senyuman yang hangat. Tetapi peneliti menemukan permasalahan terkait pelayanan di pantai ini yaitu terdapat beberapa kedai yang kurang bertindak cepat dalam menyajikan makanan dan minuman kepada pengunjung.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Khairunisyah, dkk pada 07 April 2024 yang berkunjung di pantai Tanjung Bias, bahwasannya wisatawan tidak hanya ingin menikmati makanan lezat, pemandangan sunset yang indah dan berkuda, tetapi juga mengharapkan pelayanan yang mengesankan dari para pelaku usaha kuliner.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti melakukan penelitian untuk membuktikan korelasi antara pelayanan dengan minat berkunjung wisatawan di daya tarik wisata kuliner pantai Tanjung Bias.

LANDARASAN TEORI

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang perilaku wisatawan yang dikemukakan oleh Ziadat (2105) bahwa teori perilaku berencana (TPB) membantu dalam menilai dan memahami perilaku wisatawan secara menyeluruh. Kemungkinan mengunjungi suatu tempat atau daerah wisata tertentu dan keinginan untuk menyarankan tujuan tertentu kepada orang lain dikenal sebagai niat perilaku wisatawan. [5]

Teori Perilaku Terencana didasarkan pada perspektif kepercayaan, yang dapat memengaruhi seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu. Perspektif kepercayaan diterapkan melalui kombinasi berbagai kualitas, karakteristik, dan atribut informasi tertentu, sehingga akan membentuk perilaku. Menurut teori TPB, seseorang melakukan suatu tindakan secara sadar karena adanya minat dan kemudahan. Minat seseorang dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti sikap, norma subjektif (pandangan masyarakat) dan kemudahan berperilaku. [6]

Umumnya perilaku seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Dalam teori ini menyatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu tindakan jika itu positif dan orang lain menganggapnya seperti itu. Penekanan perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor, bukan hanya sikap dirinya sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh teori motivasi, teori belajar dan teori lainnya. Dalam kaitannya dengan ilmu pariwisata khususnya pada perilaku wisatawan, variabel-variabel yang ada dalam model konsep teori ini berkaitan juga dengan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan (Pratiwi & Prakosa, 2021).

Pelayanan adalah setiap tindakan atau aktivitas yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan. Pelayanan adalah perilaku produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tujuan untuk membuat konsumen puas. [7]

Adapun dimensi-dimensi kualitas pelayanan sebagai tolak ukurnya meliputi:

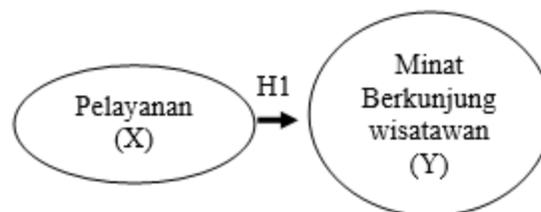
1. Bukti Fisik (Tangibles)
2. Keandalan (Reliability)
3. Daya Tanggap (Responsiveness)
4. Kepastian atau jaminan (Assurance)
5. Empati (Empathy)

Minat berkunjung wisatawan merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu daya tarik wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata (Setyowati & Liliyan, 2022).

Terdapat beberapa dimensi dalam minat berkunjung wisatawan, diantaranya: [8]

1. Minat Transaksional
2. Minat Referensial
3. Minat Preferensial
4. Minat eksploratif

HIPOTESIS



Gambar 1. Model Hipotesis

Berdasarkan model di atas dan hasil dari teori, konsep dan penelitian terdahulu, maka peneliti dapat merumuskan hipotesis penelitian ini, yaitu:

H1 : Pelayanan memiliki korelasi terhadap minat berkunjung wisatawan di daya tarik wisata kuliner pantai Tanjung Bias.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, menggunakan analisis statistika agar dapat diuji secara operasional maka, hipotesis alternatif (H1) diubah menjadi hipotesis nihil (H0) sebagai berikut:

H0 : Pelayanan tidak memiliki korelasi terhadap minat berkunjung wisatawan di daya tarik wisata kuliner pantai Tanjung Bias.

METODE PENELITIAN

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan penyebaran angket yang diukur menggunakan acuan skala likert, observasi dan wawancara dengan BUMDes dan beberapa wisatawan yang berkunjung ke pantai Tanjung Bias.

Populasi yang diteliti adalah wisatawan yang pernah mengunjungi pantai Tanjung Bias minimal 2 kali melakukan kunjungan dan menikmati kuliner dikedai/lapak di pantai Tanjung Bias. Populasi yang diambil yaitu kunjungan wisatawan selama sebulan terakhir sebanyak 1.500 wisatawan. Peneliti menggunakan rumus Yamane untuk menentukan jumlah sampling sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 94 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling, karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi product moment dengan bantuan software aplikasi SPSS versi 25.0. Digunakan pengujian korelasi product moment karena data yang dihasilkan adalah data dengan distribusi normal..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti sebanyak 94 responden, proses pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan lembaran angket kepada responden. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	50	53%
Perempuan	44	47%
Total	94	100%

Dari Tabel 1 tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, maka yang paling dominan adalah laki-laki sebanyak 53% dan perempuan sebanyak 47%.

Tabel 2. . Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
15-20	21	22.3%
21-30	68	72.3%
31-40	4	4.3%
41-50	1	1.1%
Total	94	100%

Dari Tabel 2 tentang karakteristik responden berdasarkan usia, maka yang paling dominan mengunjungi pantai Tanjung Bias adalah rentan usia 21-30 tahun yakni sebanyak 72,3%, 15-20 tahun sebanyak 22,3%, 31-40 tahun sebanyak 4,3% dan 41-50 tahun sebanyak 1,1%.

Tabel. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP/Sederajat	1	1%
SMA/Sederajat	72	77%
Diploma	2	2%
Sarjana (S1)	19	20%
Total	94	100%

Dari Tabel 3 tentang karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, maka yang paling dominan adalah yang berpendidikan terakhir SMA/ sederajat sebanyak 77%, sarjana (S1) sebanyak 20%, Diploma sebanyak 2% dan SMP/Sederajat sebanyak 1%.

Analisis Deskriptif Variabel pelayanan dengan minat berkunjung wisatawan

Angket yang disebarkan kepada wisatawan dengan total 32 pernyataan, terdiri dari 16 pernyataan untuk variabel Pelayanan (X) dan 8 pernyataan untuk variabel minat berkunjung wisatawan (Y).

Variabel pelayanan memiliki 5 dimensi, terdiri dari keandalan, ketanggapan, kepastian/jaminan, kepedulian dan bukti fisik/nyata. Jawaban responden diukur menggunakan skala likert, diperoleh rata-rata responden memberikan jawaban positif dengan nilai frekuensi yang diperoleh indikator keandalan sebesar 355, indikator ketanggapan sebesar 361, kepastian/jaminan sebesar 176, kepedulian sebesar 185 dan dimensi bukti fisik/nyata memperoleh frekuensi sebesar 354.

Variabel minat berkunjung wisatawan memiliki 4 dimensi, terdiri dari minat transaksional dengan nilai frekuensi yang diperoleh sebesar 176, minat refrensial nilai frekuensi sebesar 183, preferensial nilai frekuensi sebesar 174 dan minat eksploratif dengan nilai frekuensi sebesar 187.

Uji Hipotesis Korelasi *Product Moment*

Menurut Sugiyono (2020) untuk melihat tingkat hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut: [9]

Tabel 4. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Cukup Kuat
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan korelasi *product moment*, dapat diketahui bahwa antara pelayan dengan minat berkunjung wisatawan memiliki korelasi yang signifikan dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0.05 dan nilai *pearson correlation* yang diperoleh sebesar 0,569 memiliki tingkat korelasi yang cukup kuat dan bentuk korelasinya adalah positif yang berarti semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata kuliner pantai Tanjung Bias.

Pembahasan

Berdasarkan jawaban responden dengan penyebaran angket yang diukur menggunakan skala likert. Rata-rata responden memberikan jawaban positif pada pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha kuliner di pantai Tanjung Bias. Tetapi diantara kelima dimensi pelayanan, terdapat satu dimensi yang memiliki nilai frekuensi yang paling rendah adalah kepastian/jaminan. Oleh karenanya pelaku usaha kuliner harus meningkatkan pemberian layanan khususnya dari sisi kepastian/jaminan dengan memahami kebutuhan pengunjung, menawarkan berbagai jenis jaminan seperti jaminan akan kualitas makanan dan minuman, jaminan memiliki kompetensi sesuai bidangnya dan memiliki sifat respek dengan memenuhi kebutuhan pengunjung. Menurut Endrawati dan Juliani (2018) kepastian/jaminan (*Assurance*), adalah pengetahuan, kompetensi dan kesopanan santunan serta kepercayaan diri pegawai/karyawan. Sehingga jaminan sangat penting untuk memenuhi kebutuhan pengunjung serta pengunjung akan merasa diperhatikan oleh karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa pelayanan memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil analisis dengan menggunakan korelasi *pearson product moment* memperoleh nilai *Pearson Correlation* sebesar .569** atau 0,569, berarti besarnya korelasi variabel pelayanan dengan minat berkunjung wisatawan adalah cukup kuat dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi. Hasil tersebut berada pada kategori 0.40 – 0.599. Sehingga hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel pelayanan yang meliputi: keandalan, ketanggapan, kepastian/jaminan, kepedulian dan bukti fisik/nyata memiliki korelasi positif dan signifikan dengan minat berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, H1 dalam penelitian ini diterima dan H0 ditolak.

Hasil tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Endrawati dan Juliani (2018) menjelaskan bahwa pelayanan adalah perilaku produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tujuan untuk membuat konsumen puas. Artinya baik atau tidaknya

pelayanan dipengaruhi oleh perilaku produsen yang memberikan layanan kepada konsumen. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Damayanti dan Khoirudin (2021) dengan hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat terhadap layanan Trans Jogja. Kemudian dari hasil tersebut sebesar 49.5% pengguna layanan Trans Jogja memiliki latar belakang sebagai mahasiswa, maka pihak pengelola dapat fokus untuk lebih memperhatikan titik-titik layanan trans jogja di berbagai kampus maupun fasilitas pendukung yang sering dikunjungi oleh mahasiswa. [10]

Sama halnya dengan di Pantai Tanjung Bias bahwasannya para pelaku usaha kuliner perlunya untuk memperhatikan titik-titik layanannya, seperti memenuhi kebutuhan pengunjung dari saat kedatangan hingga kembali ke rumahnya masing-masing, memiliki pengetahuan tentang kuliner yang ditawarkan dan dasar-dasar layanan, serta sopan santun yang ditunjukkan kepada pengunjung agar pengunjung merasa terkesan selama berada di daya tarik wisata tersebut dan akan berkunjung kembali maupun merekomendasikan kepada kerabatnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai korelasi ekspektasi wisatawan dan pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan di daya tarik wisata kuliner pantai Tanjung Bias, Kecamatan Batulayar, Kabupaten Lombok Barat yang telah dikaji menggunakan teori payung yaitu teori perilaku wisatawan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara pelayanan terhadap minat berkunjung, karena semakin bagus pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata kuliner pantai Tanjung Bias.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran dari peneliti:

- a. Diharapkan kepada pihak pemerintah dan Bumdes desa Senteluk untuk menambahkan beberapa program pelatihan seperti dasar-dasar service dan grooming agar pemilik kedai dan karyawan dapat dengan sigap memberikan solusi kepada pengunjung dan memperhatikan penampilan sehingga dapat meminimalisir terjadinya keluhan dari pengunjung.
- b. Diharapkan kepada para pelaku usaha kuliner di pantai Tanjung Bias untuk memastikan ketersediaan bahan baku agar dapat meningkatkan produk kuliner dan ketepatan waktu dalam menyajikan makanan dan minuman, sigap dalam membantu pengunjung dan melakukan evaluasi secara berkala untuk menilai kelayakan dan kinerja karyawannya agar karyawan termotivasi dan disiplin dalam bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Prayogo, D., & Suryawan, I. B. (2018). Dampak fenomena wisata kuliner terhadap kunjungan wisatawan di Kota Malang, Jawa Timur. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, No. 2, Vol.5, 335-339.
- [2] Saptaningtyas, R.S., Handyani, T., & Indriani, N.K.A.I.P.M. (2021) Kajian Potensi Wisata Kuliner Pantai Ampenan. *Jurnal arsitektur, planologi, dan teknik sipil*. No. 1, Vol.3,: 14,: <https://doi.org/10.29303/sade.v1i1.6>
- [3] Setyowati, H., & Liliyan, A. (2022). Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, No.1, Vol.5, 26,: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/44773>
- [4] Yukitasari, I. G. A. P., & Mahagangga, I. G. A. O. (2018). Kiat Pengelola Wisata Kuliner Seafood dalam Memberikan Pelayanan kepada Wisatawan di Pantai Kedonganan (Berbasis Hospitality). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, No.1, Vol.6, 192-194.
- [5] Bui, T. T. B. (2022). An evaluation of the new tourist behavior model based on the extended theory of planned behavior. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, No.2, Vol.8, 49,: <https://ssrn.com/abstract=4485910>
- [6] Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, dan Fasilitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, No.1, Vol.11, 76-77,: <http://journal2.uad.ac.id/index.php/fokus/index>
- [7] Endrawati, D., & Juliani, R. D. (2018). Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan PT. Indoguna Utama Semarang. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, No.6, Vol.3,: <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/INSPI/article/view/1055>
- [8] Maulana, I. (2022). Pengaruh Self-Concept dan Lifestyle Terhadap Minat Berkunjung pada Destinasi Wisata di Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No.2, Vol.11, 562,: <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/985>
- [9] Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Damayanti, A. P., & Khoirudin, R. (2021). Ekspektasi Pengguna Layanan Transportasi Publik Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*. No. 1, Vol 7, 99-108.

HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN