

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI TERHADAP JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI PANRITA LOPI KECAMATAN MUARA BADAK

Fahmi Ahmadin

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, JL. Muara
Muntai No 01 Gunung Kelua, Kota Samarinda
Email: Fahminrzain@gmail.com

Abstract

This study aims to determine whether or not the influence of the factors of interest in visiting, namely tourist attraction and promotion on the number of tourist visits to Panrita Lopi Beach, Kec. Kutai Kartanegara Rhino Estuary. The subjects in this study were tourists who visited Panrita Lopi Beach, Kec. Muara Badak, with the number of samples used as many as 100 respondents and with an age limit above the age of 18 years - 50 years who can be respondents in this study. The results of this study indicate if there is an influence between Tourist Attraction and Promotion with the Number of Tourist Visits at Panrita Beach Lopi Kec. Muara Badak, Kutai Kartanegara Regency with a standardized regression value of (0.256). The results of the t test show t count (2.168) with a significance value of 0.01 using a confidence level of = 95% (0.05). Then other results found that there is no influence between promotion and interest in visiting is explained by the coefficient value of the promotion variable from the standardized regression equation of (0.082). The results of the t test show t count (0.843) with a significance value of 0.40. By using = 95% (0.05). Then the results of all the variables when tested together get results. Based on the F test, the calculated F is 3.909 with a significance level of 0.02. Because the probability is much smaller than 0.05 ($0.02 < 0.05$) and F count is greater than F table ($3.909 > 3.09$) which means that there is a significant influence between attractiveness and promotion on the number of tourist visits, with the results of the coefficient showing a number of 0.560 which can be interpreted if the tourist attraction and promotion variable contributes 56% to the number of tourist visits at Panrita Beach Lopi Kec. Muara Badak, Kutai Kartanegara Regency and the remaining 44% of the contribution was given by variables or other factors outside of this research.

Keywords: *Number of Tourist Visits, Attraction, Promotion, Beach*

Pendahuluan

Sektor pariwisata sangat potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan bagi negara Indonesia. Hal ini terbukti dari data Kementerian Bappenas yaitu pada tahun 2015 total kunjungan wisman ke Indonesia naik 2,9 % dibandingkan tahun sebelumnya. Total wisman tahun 2015 mencapai 9,7 juta jiwa. Sedangkan dari segi jumlah kunjungan wisatawan internasional, dari tahun 1950 sampai 2015 peningkatan jumlah kunjungan wisatawan internasional bergerak dari 25 juta sampai 1,2 miliar turis dengan pertumbuhan setiap tahunnya rata-rata sekitar 6%. Bahkan diperkirakan pada tahun 2020, jumlah wisatawan dunia akan mencapai 1,6 miliar kunjungan. (Bapenas, 2016).

Dengan melihat prediksi tersebut tidak mustahil, negara-negara berkembang (termasuk Indonesia) juga dapat menikmati hal tersebut. Pertumbuhan pariwisata sangat berarti bagi negara-negara berkembang karena menawarkan cara untuk mengeluarkan diri dari keterbelakangan oleh karenanya program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan pembangunan ekonomi nasional.

Salah satu daerah yang memiliki pariwisata yang baik dan mampu bersaing baik nasional maupun internasional ialah Kalimantan Timur. Provinsi ini terkenal memiliki keindahan alam yang luar biasa yang bahkan diakui oleh dunia dan di Kalimantan Timur sendiri memiliki banyak daya tarik wisata unggulan seperti Biduk-Biduk dan Kepulauan Derawan. Akan tetapi tidak hanya daya tarik wisata itu saja yang ada di Kalimantan Timur ada juga daya tarik wisata yang cukup potensial dan berada di Kabupaten Kutai Kartanegara ialah Pantai Panrita Lopi. Pantai Panrita Lopi terus mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawannya semenjak dibuka kembali. Hal ini dapat dilihat dari data jumlah kunjungan wisatawan yang dikeluarkan oleh pengelola Pantai Panrita Lopi.

Tabel 1. Daftar Kunjungan Wisatawan Pada Pantai Panrita Lopi Kec. Muara Badak Pada Tahun 2020

Januari	3.931	Juli	7.482
Februari	1.887	Agustus	11.000
Maret	885	September	11.252
April	0	Oktober	286
Mei	1.020	November	7.507
Juni	9.823	Desember	10.019

Sumber: data diolah (2021)

Pantai Panrita Lopi yang terletak di Kecamatan Muara Badak, Kabupaten Kutai Kartanegara, kembali dibuka lagi. Hal ini akan bisa menjadi pilihan destinasi pariwisata baru bagi calon wisatawan yang sudah rindu dengan suasana pantai selama pandemi ini dan untuk bisa sampai di lokasi ini, calon wisatawan hanya memerlukan jarak tempuh jalur darat sekitar 95 kilometer dari Kecamatan

Tenggarong yang memakan waktu sekitar 3 hingga 4 jam. Namun akan lebih dekat jika dari Kota Samarinda. Sampai di lokasi wisatawan akan langsung menemukan suasana pantai yang sangat indah, untuk menginap 1 malam wisatawan cukup membayar uang sebesar 20 ribu rupiah. (Kompas, 2020).

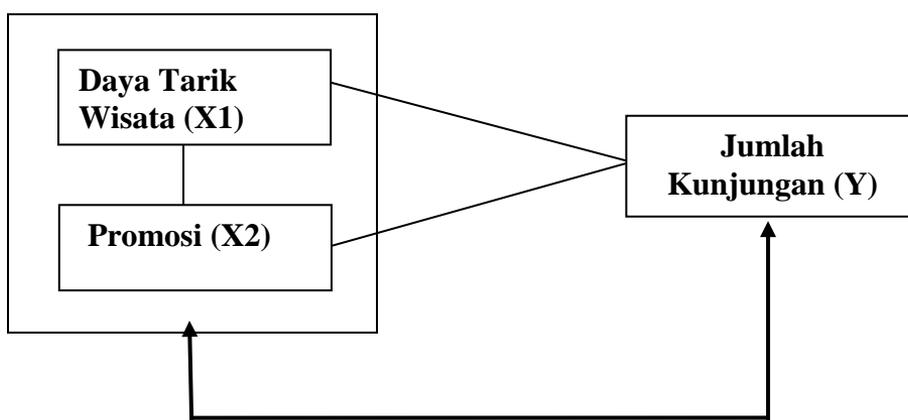
Pariwisata suatu daerah dapat dikatakan berkembang sangat bergantung pada jumlah wisatawan yang berkunjung, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan kualitas daya tarik wisata serta promosi yang dilakukan sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan lebih baik. Dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada Pantai Panrita Lopi menemukan bahwa daya tarik wisata yang ada di Pantai Panrita Lopi kurang dari segi atraksinya seperti tidak adanya wahana-wahana permainan seperti permainan air, segi amenitas perahu penyebrangan menuju pulau kurang memiliki alat pengaman seperti pelampung dan aksesibilitas atau kemudahan menuju kepantai kurang karena kurang banyaknya perahu penyebrangan yang dapat menampung banyak wisatawan menuju pantai sedangkan untuk promosi yang di lakukan oleh pengelola pantai panrita lopi masih kurang optimal, walau telah melakukan promosi melalui media sosial dan cetak tapi masih kurang optimal karena dari wawancara beberapa wisatawan, peneliti menemukan bahwa wisatawan berkunjung karena informasi dari mulut kemulut. Karenanya dapat diketahui jika kualitas daya tarik wisatanya ditingkatkan dan juga promosi yang dilakukan optimal maka akan berdampak pada banyaknya kunjungan wisatawan yang akan berkunjung ke Pantai Panrita Lopi. Peningkatan kualitas daya tarik wisata dan pemanfaatan media promosi di suatu daerah wisata akan sangat diperlukan sehingga berdampak pada banyaknya informasi menarik terkait kegiatan pariwisata yang dapat diketahui akan kualitas daya tarik wisata tersebut.

Promosi menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran pariwisata bagi banyak industri dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien (Setyorini, 2018). Penelitian yang dilakukan (Susanto, 2012) menunjukkan bahwa media sosial baik facebook, Youtube maupun Instagram memberikan pengaruh kepada Kunjungan wisatawan. Sejalan dengan penelitian (Deni & Winamid, 2017) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kunjungan wisatawan di Kota Palembang.

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu misalnya, lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah dan peristiwa tertentu (Aliyah, 2017) dan (Rozak, 2012) menyatakan bahwa daya tarik wisata menjadi motivasi yang pertama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Sejalan dengan penelitian (Irfandi, 2019) menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan pada daya tarik wisata di Kota Pekanbaru.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini merupakan usaha yang ditempuh dalam menemukan dan mengembangkan serta menguji kebenaran pengetahuan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Jumlah Kunjungan (Y) di Pantai Panrita Lopi Kec. Muara Badak dan variabel independen adalah Daya Tarik Wisata (X1) dan Promosi (X2).



Gambar 2.
Hubungan Antar Variabel Penelitian

Keterangan:

- : ——— Garis Hubungan secara parsial variabel independen terhadap dependen
- : ↔ Garis Hubungan secara simultan variabel independen terhadap dependen

Daya Tarik Wisata dan Promosi merupakan salah dua unsur terpenting yang saling berkaitan satu sama lainnya dalam mempengaruhi jumlah kunjungan. Semakin baik daya tarik wisata dan promosi yang diberikan oleh dua unsur tersebut, maka semakin baik dalam meningkatkan jumlah kunjungan di Pantai Panrita Lopi.

Hasil dan Pembahasan

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu minat kunjungan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu daya tarik wisata dan promosi. Dalam penelitian ini juga dijelaskan bahwa responden yang digunakan ialah pengunjung atau wisatawan di Daya Tarik Wisata Pantai Panrita Lopi yang berjumlah 100 orang responden dengan batasan umur responden minimal 18 tahun dan responden juga diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan dan jumlah kunjungannya.

Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	14,844	2	7,422	3,909	0,02
Residual	184,146	97	1,898		

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2. Uji F diperoleh F hitung sebesar 3,909 dengan signifikansi 0,02. Karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 (0,000 lebih kecil dari 0,05) dan F hitung lebih besar dari F tabel (3,909 lebih besar dari 3,09) maka dinyatakan bahwa variabel independen meliputi daya tarik wisata (X1) dan promosi (X2) secara simultan mempengaruhi jumlah kunjungan (Y) secara signifikan. Oleh karena itu, H1 penelitian yang menyatakan “diduga terdapat pengaruh signifikan secara simultan daya tarik wisata dan promosi terhadap minat kunjungan” diterima dan H0 ditolak.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Hilal, 2020) yang mana penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara daya tarik wisata dan promosi terhadap jumlah kunjungan pada daya tarik wisata air atau pantai. Lalu ditemukan pula bahwa pengaruh diantaranya bersifat positif, yang artinya semakin baik daya tarik wisata dan promosi maka akan semakin meningkat tingkat kunjungan wisatawanannya.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	Sig.
Daya Tarik Wisata	2,168	0,01
Promosi	0,843	0,402

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 3. Uji t diketahui bahwa nilai koefisien variabel daya tarik wisata dari persamaan regresi memiliki t hitung 2,168 dengan nilai signifikansi 0,01 dengan menggunakan tingkat kepercayaan 0,05. Hasil ini menunjukkan secara parsial daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan, artinya semakin tinggi tingkat daya tarik wisata maka semakin tinggi jumlah kunjungan wisatawan pada daya tarik wisata Pantai Panrita Lopi. Oleh sebab itu, H1 penelitian “diduga terdapat pengaruh signifikan secara parsial daya tarik wisata terhadap minat kunjungan” diterima dan H0 ditolak.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Tsania, 2018) dan (Saputra, 2017) yang mana penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara individual atau parsial antara daya tarik wisata terhadap jumlah kunjungan pada daya tarik wisata air. Lalu ditemukan pula bahwa pengaruh variabel daya tarik wisata bersifat positif, yang artinya semakin

baik daya tarik wisata maka akan semakin meningkat tingkat kunjungan wisatawanannya.

Berdasarkan hasil Uji t variabel promosi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat kunjungan dan hasil ini dapat dielaskan dari nilai koefisien variabel promosi dari persamaan regresi memiliki t hitung 0,843 dengan nilai signifikansi 0,40 dengan menggunakan tingkat kepercayaan 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Oleh sebab itu H1 penelitian menyatakan “diduga terdapat pengaruh signifikan secara parsial promosi terhadap minat kunjungan” ditolak dan H0 diterima

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan temuan (Hilal, 2020) dan (Handayani, 2017) yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap jumlah kunjungan pada daya tarik wisata air atau pantai. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian lain dimungkinkan adanya beberapa faktor lain yang mempengaruhi dan menjadi kendala dalam penelitian ini. Pendapat tersebut dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Datukramat, 2017) yang menjelaskan promosi merupakan hal yang paling wajib dilakukan agar orang-orang dapat mengetahui daya tarik wisata apa saja yang terdapat di suatu daerah, maka kurangnya promosi merupakan kelemahan yang sangat penting untuk ditanggulagi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Panrita Lopi kec. Muara Badak maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: (1) Variabel daya tarik wisata dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap jumlah kunjungan di daya tarik wisata pantai Panrita Lopi, ini berarti variabel daya tarik wisata dan promosi mempengaruhi tingkat kunjungan pantai. (2) Variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan secara individual atau parsial terhadap tingkat kunjungan wisatawan di pantai Panrita Lopi, akan tetapi tetap diharapkan bagi pengelola pantai Panrita Lopi agar tetap dapat memberikan perhatian lebih kepada semua daya tarik yang di sediakan pada pantai. Karena dari hasil pengamatan peneliti terhadap wisatawan, wisatawan masih banyak menyoroti masalah kualitas daya tarik yang tersedia pada pantai panrita lopi seperti fasilitas yang masih kurang lengkap dan atraksi atau wahana permainan air yang masih perlu di tingkatkan serta peningkatan aksesibilitas yang masih perlu ditingkatkan seperti penambahan kapal serta pelampung penyelamat. Ketika kualitas daya tarik wisata semakin baik maka akan dipastikan akan terjadi peningkatan jumlah kunjungan pada pantai Panrita Lopi. (3) Variabel promosi wisata tidak berpengaruh signifikan secara parsial atau individual terhadap tingkat kunjungan wisatawan pada daya tarik wisata pantai Panrita Lopi. Bagi pengelola pantai Panrita Lopi diharapkan terus meningkatkan kualitas promosi yang dilakukannya menjadi lebih baik lagi agar calon wisatawan mendapatkan pengetahuan dan tertarik untuk

berkunjung setelah mengetahui informasi yang diberikan melalui media promosi. Kemajuan teknologi saat ini dapat membantu proses promosi yang dilakukan secara berkesinambungan dalam penyebarannya seperti melalui media sosial maupun media cetak, karena semakin baik promosi yang dilakukan maka akan semakin meningkat tingkat kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke pantai Panrita Lopi.

Daftar Pustaka

- Aliyah, I. (2017). *Konservasi Permainan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kampung (Studi Kasus Kampung Dolanan Sidowayah, Kabupaten Klaten)*. Bapenas. (2016). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Nasional. Jumlah Wisatawan*.
- Datukramat, H.P, dkk. (2017). *Faktor-Faktor Penyebab Tidak Terkelolanya Objek Wisata Pantai Batu Pinagut Bolaang Mongondow Utara*. Vol. 4 No. 1 (2017) eJurnal Unsrat.
- Deni, M & Winarnib, S. (2017). "Pengaruh Pramuwisata dan Promosi Terhadap Kunjungan Wisatawan Kota Palembang".
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Handayani, dkk. (2017). "Pengaruh Promosi Wisata Bahari Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Pelabuhan Muncar Banyuwangi". *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*.
- Hilal, W. (2020). "Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata dan Promosi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pada Museum Monumen Yogya Kembali".
- Irfandi, & N. (2019). "Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Kuliner Malam (WKM) terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Pekanbaru".
- Maulana, Sapri, (2020). *Pantai Panrita Lopi Kecamatan Muara Badak*. <http://www.google.com/amp/s/www.kompas.tv/amp/article/121888/videos/wisata-pantai-panrita-lopi>. (diakses 1 Maret, 2021)
- Rozak, B. &. (2012). "Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah".
- Saputra, N. (2021) *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang*.
- Setyorini, T. (2018). "Influence of Implementation on Mix Promotion Model Strategy towards Tourist Visitation in Indonesia".
- Susanto, B. (2012). "Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung".
- Tsania, D. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di The World Landmark*.