

Analisis Sikap Wisatawan Dalam Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan (Studi Pada Pantai Mesra Gunungkidul)

Regina Tyas Pramukti, Agung Sulistyo², Amiluhur Soeroso
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

Penulis Korespondensi: agungsulistyo@stipram.ac.id,
reginatyas91@gmail.com, amiluhursoeroso@stipram.ac.id

Informasi Artikel:

Received: 14 Maret 2024, Accepted: 03 April 2024, Published: 06 Mei 2024

Abstract

Several beaches do not maintain their existence, so interest in visiting them is low. This condition differs from Mesra Beach, which experienced a growth in visitors. To support its existence, managers must pay attention to visitors' needs. This situation is an effort to create sustainable tourism through visitor satisfaction. This research aims to determine visitors' attitudes toward Mesra Beach. This research uses mixed research methods as an exploratory effort. The Fishbein attitude model is used as a data analysis technique. Data collection uses questionnaires and interviews. Questionnaires were distributed to 384 respondents, while open interviews were conducted to explore the questionnaire results. The attributes used in this research include beach cleanliness, natural beauty, accessibility, facilities, and aesthetic photo spots. The research results explain that visitors' attitudes towards Mesra Beach are positive (92,600). This value is in the correct position (cut of the point) between the agree and strongly agree ranges. The aesthetic photo spot attribute obtained the highest attitude value (22.081). Meanwhile, the complete facilities attribute obtained the lowest attitude value (9.694). Managers can maintain the best attributes and improve the quality of attributes that obtain the opposite value. This way, Pantai Mesra can maintain its existence and formulate further policies.

Keywords: Fishbein, Mesra Beach, Sustainable Tourism, Visitor Attitudes

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor penting yang tengah berkembang dan menjadi fenomena global (Bangun Mulia, 2021). Pertumbuhan ekonomi serta pembangunan nilai sosial budaya menjadi dampak positif pariwisata (Aziz, 2022). Dalam perkembangannya, pariwisata melibatkan berbagai sektor, seperti ekonomi, sosial, kesehatan, dan sebagainya yang melibatkan peran serta masyarakat. Sebagai upaya memperoleh keseimbangan hidup dan kesejahteraan, pariwisata menjadi upaya untuk mewujudkannya (Poerwanto & Shambodo, 2020). Beberapa penelitian menegaskan jika pariwisata memberikan peranan tambahan seperti: pemberdayaan masyarakat, merangsang munculnya industri pendukung pariwisata serta mampu menurunkan emosi negatif seseorang.

Perkembangan berikutnya menempatkan sektor pariwisata dalam menjaga berbagai hal yang berkaitan dengan pariwisata, seperti layanan transportasi, ketersediaan akomodasi, serta daya tarik lainnya (Mudrikah et al., 2014). Pariwisata dan pertumbuhan ekonomi saling berkorelasi dalam memperhatikan dampak yang dihasilkan. Pariwisata berimbas langsung terhadap perekonomian, mencakup penciptaan lapangan kerja serta distribusi pendapatan (Yakup & Haryanto, 2021). Berbagai dampak yang muncul merupakan akibat pariwisata sehingga perlu dipertimbangkan dalam menjaga keberlanjutan pariwisata. Pariwisata berkelanjutan menitikberatkan pemanfaatan sehingga pengaruh positifnya dapat dirasakan semua pihak (Febriandhika & Kurniawan, 2019). Melihat dampak pariwisata tersebut, tidak sedikit wilayah di Indonesia berlomba mengembangkan peluang wisata yang ada. Keanekaragaman daya tarik menjadi aset wisata seperti budaya, etnis dan suku, adat kebiasaan memiliki peluang untuk dikembangkan. Beberapa destinasi wisata memiliki potensi dan peluang untuk dikembangkan. Namun demikian, kondisi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Namun demikian, fakta dilapangan menunjukan banyak pengelolaan pariwisata yang berujung kegagalan. Upaya tersebut memerlukan pengelolaan kreatif agar dapat presepsi positif dibenak wisatawan (Syamsu, 2018).

Salah satu tujuan pariwisata yang dapat dinikmati adalah wisata pantai. Pantai-pantai ini tidak hanya menjadi daya tarik alami, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang besar (Febyanto et al., 2014). Pantai Mesra merupakan pantai yang terdapat di sepanjang pesisir selatan Gunungkidul. Daya tarik pantai ini menghadirkan perpaduan air laut dan pasir putih serta area lapang hijau yang indah. Pantai Mesra dikenal juga dengan nama Pantai Ngrawe, merupakan sebuah pantai indah dan estetik yang terletak di kawasan Gunungkidul Yogyakarta. Sering disebut sebagai "Miami-nya Jogja" dan merupakan destinasi populer bagi wisatawan yang mencari keindahan alam pantai dengan berbagai spot indah untuk fotografi media sosial. Pantai Mesra menyediakan beragam fasilitas, antara lain penyewaan tenda untuk berkemah, kasur, penerangan, air, toilet, musala (mushola), ruang pertemuan berupa Joglo, area api unggun, dan restoran. Pantai ini terpelihara dengan baik, minim sampah, dan pengunjung dihimbau untuk turut menjaga kebersihan lingkungan dengan membuang sampah dengan benar.

Area pantai terlihat bersih dan tidak ada sampah yang berserakan menjadikan pantai semakin nyaman dikunjungi. Wisatawan bisa melakukan kegiatan di pantai ini, seperti berjemur, bersantai, maupun bermain air. Kondisi tersebut menjadikan Pantai Mesra sebagai destinasi wisata yang ramai dikunjungi. Setiap tahun jumlah kunjungan wisatawan semakin meningkat, terlihat berdasarkan kunjungan wisatawan pada Januari hingga Juli 2023, seperti yang tersaji pada Tabel 1:

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Bulan Januari-September 2023

Bulan	Jumlah Pengunjung Melalui Pos Baron
Januari	28.234
Februari	45.783
Maret	69.339
April	101.838
Mei	151.113
Juni	186.460
Juli	294.248
Agustus	77.756

September	332.985
Total	1.287.756

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel sebelumnya, jumlah kunjungan wisatawan melalui Pos Baron tergolong ramai. Kunjungan wisatawan awal tahun 2023 berjumlah 28.234 orang dan naik 45.783 orang pada bulan kedua. Jumlah kunjungan wisatawan kemudian meningkat pada bulan Maret sampai Juli, pada bulan Juli berjumlah 294.248 orang dan mulai turun kembali pada bulan Agustus dengan jumlah 77.756 orang. Jumlah tersebut meningkat kembali pada bulan September dengan jumlah 332.985 orang. Situasi tersebut berbanding terbalik dengan Pos masuk lain di Kabupaten Gunungkidul yang cenderung sepi. Seperti, Pos Tepus yang memiliki berbagai pantai yang tergolong sepi pengunjung karena terdapat beberapa permasalahan, seperti kurangnya sarana prasarana dalam mendukung kegiatan pariwisata. Pos Gunung gambar yang menawarkan pemandangan pantai yang masih asri, tetapi sepi pengunjung dikarenakan akses menuju destinasi wisata tergolong sulit. Keadaan ini berbeda dengan Pos Baron yang terus ramai dilalui wisatawan karena memiliki daya tarik khusus, yaitu Pantai Mesra, yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung wisata yang lengkap.

Sebagai upaya menjaga eksistensi destinasi wisata, pengelola perlu mengerti keinginan wisatawan serta mempelajari hal-hal yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Kepuasan dimaknai sebagai hasil penilaian pengunjung setelah membandingkan realita dengan ekspektasinya (Ong & Pambudi, 2014). jika kinerja sebuah layanan tidak sesuai ekspektasi (harapan) maka konsumen akan kecewa dan sebaliknya. Kepuasan wisatawan adalah hal sangat penting untuk diperhatikan oleh pengelola. Mengacu pada hal tersebut studi yang dilakukan oleh (Siregar, 2021) menegaskan pentingnya kepuasan bagi destinasi wisata dalam rangka mempertahankan keberlanjutan destinasi wisata. Kunci untuk mempertahankan wisatawan dapat diwujudkan melalui kepuasan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara hasil produk dan harapannya (Fanggidae & R. Bere, 2020). Kepuasan wisatawan tidak bisa diwujudkan dengan kualitas pelayanan saja, tetapi terdapat faktor lain yang mendukung implementasi kepuasan wisatawan. Oleh karena itu pengelola perlu melakukan pengukuran tingkat kepuasan wisatawan di destinasi wisata. Pengelola Pantai Mesra perlu mengetahui sikap dan perilaku wisatawan yang berkunjung. Model multi-atribut *fishbein* dapat digunakan dalam mengukur sikap wisatawan. (Engel et al., 1995). Melalui metode *fishbein*, sikap wisatawan terhadap suatu destinasi dapat diketahui dengan diberikan beberapa instrumen pertanyaan terkait atribut dominan yang dimiliki suatu destinasi. Pertanyaan tersebut digunakan untuk mengukur kepercayaan dan evaluasi yang berkaitan dengan kepercayaannya. Pengelola mampu menggunakan, mengevaluasi, dan meningkatkan kualitas produk maupun jasa layanan yang dimiliki dengan menggunakan metode *fishbein*.

Berdasarkan observasi dan studi literatur yang telah dilakukan, peneliti mencoba memetakan beberapa atribut dominan yang dipakai. Beberapa atribut itu adalah spot foto, kebersihan pantai, keindahan alam sekitar pantai, aksesibilitas, dan fasilitas. Selanjutnya, atribut-atribut tersebut digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini. Daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas merupakan dalam riset tersebut diketahui beberapa instrumen yang ada dan menjadi penentu keputusan kunjungan ke Pantai Istana Amal. Lebih lanjut, instrumen itu menjadi penentu keberhasilan dalam pengembangan daerah tujuan wisata (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021). Beberapa konsep fotografi juga menjadi penentu keputusan wisatawan untuk berkunjung di destinasi wisata pantai Pantai Kedung Tumpang (Kusumo, 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya banyak mengangkat isu pengembangan (Ambarwati & Kalijaga, 2021). Penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi celah penelitian dalam mengkaji sikap wisatawan terhadap Pantai Mesra.

Pantai Mesra menjadi destinasi wisata yang relatif banyak dikunjungi wisatawan dibandingkan dengan pantai lainnya. Pentingnya menerapkan kepuasan wisatawan merupakan upaya dalam menjaga eksistensi kunjungan wisatawan. Kondisi yang terjadi, beberapa pantai tidak memperhatikan kepuasan wisatawan. Beberapa masalah yang dialami pengelola, seperti: minimnya sarana prasarana serta kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Berkaca pada hal tersebut, pengelola perlu memperhatikan wisatawan selaku penerima layanan. Penelitian ini penting untuk mendapatkan gambaran persepsi pengunjung melalui pengelolaan pantai mesra di Gunung Kidul.

2. Kajian Literatur dan Kajian Teori

2.1 Kajian Literatur

Menciptakan pengelolaan organisasi yang baik perlu mempertimbangkan penilaian yang diberikan penerima layanan (Sulistyo et al., 2022; Yudiandri & Sulistyo, 2022). Melalui upaya tersebut, berbagai layanan yang diberikan organisasi akan memberikan panduan bagi pengelola dalam menyusun strategi yang akan digunakan. Terlebih bagi sektor pariwisata, kepuasan merupakan hal utama yang harus diwujudkan. Beberapa instrumen yang dapat menjadi perhatian pengelola sektor pariwisata, diantaranya: akses (Djuwendah et al., 2021), fasilitas (Pahleviannur et al., 2020), kualitas sumber daya manusia (Trabucchi et al., 2021) serta atraksi yang dimiliki (Frenzel, 2017). Situasi tersebut membuat pengelola daya tarik harus melihat kembali alasan kunjungn serta kebutuhan yang akan dipenuhi. Konsep yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1985, 1991; Ajzen et al., 2007) menyinggung masalah alasan psikologis pemikiran seseorang. Dalam perkembangannya, konsep ini dapat dijadikan acuan dalam menjelaskan sikap seseorang dalam mendapatkan kepuasan.

Pengelola daya tarik wisata pantai mesra perlu memperhatikan untuk mengetahui sikap serta perilaku pengunjung (Çelik & Dedeoğlu, 2019). Upaya ini dapat diwujudkan dengan menggunakan model multi-atribut *Fishbein*. Konsep ini merupakan panduan yang banyak diadopsi untuk mengetahui sikap penerima produk layanan. Panduan ini akan mampu memberikan informasi bagi pengelola pantai Mesra melalui dua faktor (Mahanani & Sulistyo, 2023; Sulistyo et al., 2022; Sulistyo & Djamil, 2018; Sulistyo & Salindri, 2019). Keyakinan menjadi faktor pertama yang harus diketahui dalam konsep ini. Sedangkan faktor kedua merupakan evaluasi dari keyakinan yang telah diketahui nilainya. Fokus utama konsep ini akan memudahkan pengelola dalam mengadopsi serta mengevaluasi dalam meningkatkan nilai produk yang ditawarkan. Hasil temuan dalam konsep ini dapat memberikan pengaruh bagi individu dalam memutuskan suatu keinginan yang harus diwujudkan.

Penelitian ini berusaha untuk membuka selubung sikap pengunjung terhadap objek wisata pantai. Beberapa penelitian pada ranah berbeda telah dilakukan pada objek layanan produk dan layanan akomodasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Mahanani et al., 2023) menjelaskan pentingnya pengelola dalam memahami kebutuhan dan kepuasan pengunjung dalam upaya keberlanjutan. Implementasi dalam menjaga kepuasan penerima layanan juga masuk pada wilayah penyediaan akomodasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Supratman, 2022) mencoba untuk melihat sikap pengunjung terhadap layanan yang didapat tamu selama berada di hotel melalui penawaran produk yang diberikan.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Sikap

Sikap merupakan cerminan penilaian, perasaan, dan keinginan individu yang biasa konsisten terhadap suatu objek tertentu. Sikap mengarahkan individu ke dalam kerangka pemikiran yang mencakup preferensi positif atau negatif dan dorongan untuk mendekat atau menjauh terhadap objek tersebut (Kotler & Armstrong, 2018). Preferensi positif atau negatif tersebut merupakan hasil dari evaluasi individu terhadap keyakinan mereka terhadap objek sikap (Fishbein & Ajzen, 1975).

2.2.2 Perilaku Konsumen

Karakteristik yang dimiliki konsumen akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan yang diinginkan. Menurut (Santoso & Kartika, 2018) kebutuhan dan keinginan wisatawan sangat bervariasi dan dapat berubah karena dipengaruhi beberapa faktor. Perilaku wisatawan merupakan tindakan perseorangan, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan. Aktivitas yang dilakukan dimulai dari penilaian, perencanaan, memilih, mendapatkan, dan menggunakan barang yang dapat mempengaruhi keputusan. Beberapa faktor yang mempengaruhi wisatawan adalah motivasi, kepribadian, pengamatan, sikap, dan persepsi konsumen. Sedangkan faktor eksternal yang dapat merubah perilaku, seperti: kelompok referensi, kelas sosial-budaya, serta komunikasi.

2.2.3 Kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan hasil yang muncul dari dalam diri seseorang. Kepuasan dimaknai sebagai situasi senang atau sebaliknya, setelah membandingkan harapan serta layanan yang diterima. Apabila produk atau jasa pariwisata sudah memenuhi harapan wisatawan, penerima layanan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila produk atau layanan jasa tidak dapat memenuhi harapan wisatawan, maka akan muncul rasa kecewa atau tidak puas. Hasil tersebut berdampak pada langkah seseorang dalam mencari produk atau jasa layanan di tempat lain guna memenuhi kebutuhan dan keinginan (Andayani, 2014).

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian campuran antara kuantitatif dan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan secara eksploratif untuk mendapatkan berbagai informasi yang diperlukan. Lebih lanjut, Penelitian ini juga menggunakan pendekatan konvergen untuk menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan (Yam, 2022).

3.2 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di pantai Mesra Gunungkidul, DI Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan setelah memperoleh izin dari pengelola pantai Mesra.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam studi ini merupakan wisatawan yang datang di pantai Mesra Gunungkidul. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, jumlah kunjungan wisatawan di pantai Mesra pada bulan Januari-September 2023 sebanyak 1.287.756, sehingga rata-rata kunjungan perbulan wisatawan melalui Pos Baron yakni 143.084 wisatawan. Penggunaan tabel Krejcie merupakan cara dalam menentukan jumlah sampel, sehingga jumlah responden terpilih adalah 384 wisatawan.

Published by:

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Kuesioner

Kuisisioner dalam studi ini diberikan kepada wisatawan yang berkunjung di Pantai Mesra selaku responden. Kuisisioner tersebut terbagi menjadi dua bagian, yakni bagian awal adalah identitas pengisi atau responden dan bagian terakhir adalah pernyataan instrument destinasi penelitian. Jawaban dari kuisisioner digunakan untuk mengukur sikap wisatawan terhadap atribut-atribut dominan Pantai Mesra.

3.4.2. Observasi

Observasi adalah teknik pengambilan data dengan mendatangi objek penelitian secara langsung untuk mendapatkan berbagai hal maupun data. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mendatangi secara langsung destinasi wisata Pantai Mesra untuk menggambarkan destinasi penelitian, mendapatkan data kunjungan wisatawan, dan menyebarkan kuisisioner maupun melakukan wawancara kepada wisatawan yang berkunjung.

3.4.3. Wawancara

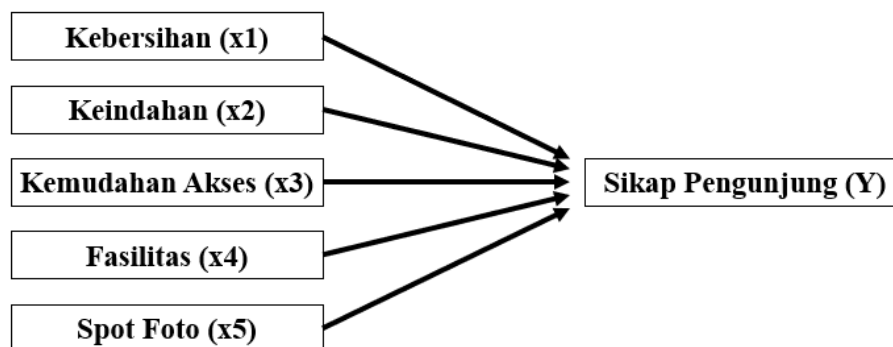
Wawancara dalam penelitian ini merupakan wawancara terbuka yang memiliki tujuan dalam mendapatkan informasi yang mendalam mengenai pendapat dari responden (Widyaningsih, 2021). Wawancara terbuka ditujukan kepada wisatawan pengunjung destinasi wisata Pantai Mesra, dalam hal ini wisatawan dengan tujuan untuk menggali jawaban yang telah diisi pada kuisisioner.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengambilan data, seperti foto kegiatan, catatan, transkrip, dan lain sebagainya yang berfungsi dalam melengkapi data hasil penyebaran kuisisioner, observasi, dan wawancara. Dokumentasi pada penelitian ini merupakan foto yang didapatkan saat melakukan penyebaran kuisisioner, wawancara, dan observasi di destinasi wisata Pantai Mesra.

3.5. Penentuan Atribut Penelitian

Penentuan atribut atau indikator yang digunakan merupakan hal penting yang perlu dipahami. Atribut yang digunakan merupakan alasan dominan yang menjadi acuan pengunjung mengunjungi objek penelitian. berdasarkan hasil observasi serta studi literatur yang dilakukan, ditemukan beberapa alasan kunjungan seperti: kebersihan (Mahanani et al., 2023), keindahan (Frenzel, 2017), kemudahan akses (Djuwendah et al., 2021), fasilitas (Pahleviannur et al., 2020) serta spot foto (Kusumo, 2023).



Gambar 1. Model Instrumen dan Analisa Sikap Yang Digunakan

3.6. Teknik Analisis Data

Model *fishbein* menjadi salah satu metode terkenal yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap suatu destinasi (Engel et al., 1995). Metode *fishbein* menjadi teknik pengolahan data yang digunakan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata Pantai Mesra. Rumus dalam metode ini, yakni:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i v_i$$

Keterangan:

A_o = Sikap terhadap destinasi

b_i = Kekuatan keyakinan bahwa destinasi memiliki atribut i

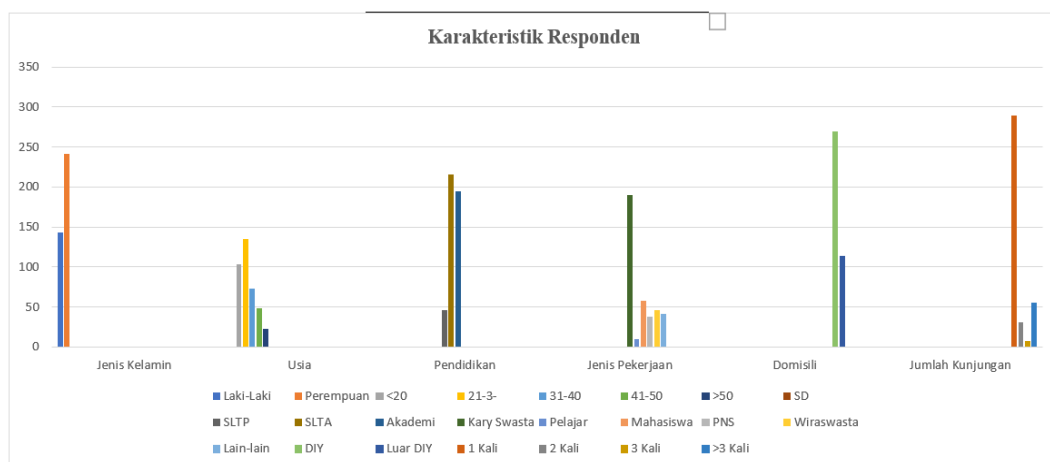
v_i/e_i = Evaluasi mengenai atribut i

n = Jumlah atribut dominan

Penelitian ini tidak bertujuan menguji pengaruh instrumen atau atribut terhadap kepuasan. Penelitian ini akan menghasilkan temuan analisa sikap berdasarkan atribut yang digunakan melalui analisa *Fishbein*. Model ini berfokus pada terbentuknya sikap individu terhadap suatu destinasi melalui dua faktor penting. Faktor pertama merupakan keyakinan terkait dengan atribut yang ada pada objek penelitian. Faktor berikutnya merupakan hasil evaluasi setiap keyakinan terhadap atribut, dengan mengukur seberapa baik atau tidak baik keyakinan terhadap beberapa atribut tersebut. Nilai keyakinan dan evaluasi tersebut dapat dikalikan untuk mengetahui nilai sikap individu terhadap suatu destinasi. (A_o) diartikan sebagai hasil analisa sikap pengunjung terhadap objek penelitian didasarkan atribut yang digunakan. (B_i) merupakan pernyataan awal yang diberikan oleh informan terkait atribut yang digunakan. (V_i atau E_i/e_i) merupakan hasil evaluasi dari pernyataan respon terkait pernyataan awal atau keyakinan awal yang telah disampaikan sebelumnya. Sedangkan (n) merupakan jumlah atribut yang digunakan dalam menganalisa nilai sikap. Atribut merupakan alasan yang sering muncul dan mendasari kunjungan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden



Gambar 3. Karakteristik Respondena

Berdasarkan data yang diperoleh, profil responden cenderung lebih banyak berjenis kelamin perempuan, sedangkan rentang usia adalah rentang 21-30 tahun sedangkan informasi pendidikan didominasi oleh lulusan sekolah lanjutan tingkat atas. Berdasarkan aktivitas pekerjaan, tempat tinggal serta jumlah wisatawan didominasi oleh karyawan swasta, domisili didominasi pengunjung dari Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan kunjungan didominasi oleh responden yang telah berkunjung sebanyak 1 kali.

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Suatu penelitian memerlukan alat ukur yang valid untuk mendapatkan hasil data yang Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Supriadi, 2021). r_{tabel} untuk 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,361. Berdasarkan hasil uji validitas terhadap setiap instrumen keyakinan (b_i) dan evaluasi (v_i/e_i), didapatkan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian, maka instrumen dapat dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Instrumen	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Keyakinan (b_i)	b_i1	0,788	0,361	Valid
		b_i2	0,808	0,361	Valid
		b_i3	0,664	0,361	Valid
		b_i4	0,833	0,361	Valid
		b_i5	0,799	0,361	Valid
2	Evaluasi (v_i/e_i)	v_i/e_i1	0,737	0,361	Valid
		v_i/e_i2	0,848	0,361	Valid
		v_i/e_i3	0,724	0,361	Valid
		v_i/e_i4	0,776	0,361	Valid
		v_i/e_i5	0,872	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah 2024

Studi ini menggunakan uji reliabilitas *cronbach's alpha*. Keputusan dalam uji ini adalah dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0.70 (Supriadi, 2021). Hasil uji yang dilakukan terhadap keyakinan (b_i) adalah sebesar 0.811. Sedangkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap evaluasi (v_i/e_i) adalah sebesar 0.845. Dengan demikian, instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Hasil perhitungan uji reliabilitas tersaji pada tabel 5.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Instrumen	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Keyakinan (b_i)	.811	5
2	Evaluasi (v_i/e_i)	.845	5

Sumber: Data primer diolah 2024

4.3 Nilai Sikap Pengunjung Terhadap Pantai Mesra

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan terhadap Pantai Mesra, diperoleh nilai 92,600. Nilai tersebut diperoleh dari akumulasi penjumlahan keyakinan dan evaluasi ($A0 = b_i * e_i$) berdasarkan jawaban dari 384 responden. Mengetahui secara jelas bagaimana posisi nilai tersebut diperoleh melalui jumlah kali antara rata-rata setiap atribut komponen keyakinan dan evaluasi. Hasil nilai (b_i) dan (e_i) merupakan hasil analisa nilai responden berdasarkan

pernyataan serta evaluasi dari pernyataan yang disampaikan. Sedangkan nilai (A_o) merupakan hasil perkalian antara nilai keyakinan (b_i) dan evaluasi (e_i) Hasil perhitungan nilai sikap pengunjung terhadap Pantai Mesra tersaji pada Tabel 4 dan 5.

Tabel 4. Penilaian Instrumen

Believe	Kinerja Jawaban Responden					Total	Harmean
	SS	S	N	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Kebersihan Pantai							
	288	91	4	1	0	384	4,629
	1225	364	12	2	0	1722	
Keindahan Alam Sekitar Pantai							
	252	130	2	0	0	384	4,651
	1260	520	6	0	0	1786	
Akses Yang Mudah							
	183	143	22	30	6	384	4,216
	915	572	66	60	6	1619	
Fasilitas Lengkap							
	47	111	69	97	60	384	2,969
	235	444	207	194	60	1140	
Spot Foto Estetik							
	274	108	2	0	0	384	4,708
	1370	432	6	0	0	1808	

Evaluation	Kinerja Jawaban Responden					Total	Harmean
	SS	S	N	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Kebersihan Pantai							
	281	98	4	1	0	384	4,716
	1405	392	12	2	0	1811	
Keindahan Alam Sekitar Pantai							
	252	130	2	0	0	384	4,651
	1260	520	6	0	0	1786	
Akses Yang Mudah							
	174	153	21	29	7	384	4,193
	870	612	63	58	7	1610	
Fasilitas Lengkap							
	54	105	72	94	59	384	3,003
	270	420	216	188	59	1153	
Spot Foto Estetik							
	280	101	3	0	0	384	4,721
	1400	404	9	0	0	1813	

Sumber: data primer diolah

Tabel 5. Nilai Sikap Pengunjung Terhadap Pantai Mesra

Atribut	Keyakinan (b_i)	Evaluasi (v_i/e_i)	Sikap (A_o)
Kebersihan Pantai	4,629	4,701	21,761
Keindahan Alam	4,633	4,628	21,442
Akses Yang Mudah	4,219	4,177	17,623
Fasilitas Lengkap	3,102	3,125	9,694
Spot Foto Estetik	4,703	4,695	22,081
Jumlah			92,600

Sumber: Data primer diolah 2024

Atribut bangunan spot foto estetik menempati posisi pertama dengan perolehan nilai terbesar (22,081) dan diikuti atribut kebersihan pantai memperoleh nilai terbesar kedua (21,761). Situasi tersebut menunjukkan bahwa spot foto estetik Pantai Mesra dan adanya kebersihan pantai yang didapatkan pengunjung menjadi alasan utama mereka melakukan kunjungan.

“Berawal dari lihat di media sosial pantai mesra memiliki banyak spot foto yang estetik banget, lalu memutuskan untuk berkunjung” (R291, R327, R324).

“Terdapat beragam spot foto yang memukau di Pantai Mesra, menjadikannya pilihan ideal untuk sesi foto prewedding. Keindahan ini menjadi alasan utama saya untuk mengunjungi pantai yang menawan ini” (R188, R321).

“Pantai Mesra memang terkenal dengan kebersihannya, dan hal tersebut menjadi alasan utama saya untuk memilih pantai ini dibandingkan pantai lain di Gunungkidul” (R80, R110)

Fasilitas lengkap menjadi atribut dengan nilai terkecil tertimbang atribut-attribut lainnya. Beberapa pengunjung berpendapat bahwa Pantai Mesra relatif cukup ramai dan bersih, namun fasilitas yang dimiliki pantai ini kurang lengkap. Kondisi tersebut dikarenakan tempat

parkir yang kurang memadai.

4.4 Nilai Maksimum dan Minimum Pantai Mesra

Setelah mendapatkan nilai tertimbang dari setiap atribut dalam komponen nilai sikap (b_i dan e_i), skor tersebut akan dikonversi kembali ke dalam Skala Likert (1-5) dengan cara mengakumulasikan hasil perkalian nilai tertimbang dari masing-masing atribut. Dari proses ini, diperoleh skor sebesar 92,600. Langkah selanjutnya untuk menilai apakah skor tersebut cenderung positif atau negatif adalah dengan menghitung skor maksimum dan minimum untuk sikap pengunjung, sebagai berikut:

Tabel 6. Nilai Sikap Minimum Pengunjung Terhadap Pantai Mesra

Atribut	(b_i) Min	Evaluasi (v_i/e_i)	Sikap (A_o)
Kebersihan Pantai	1	4,701	4,701
Keindahan Alam	1	4,628	4,628
Akses Yang Mudah	1	4,177	4,177
Fasilitas Lengkap	1	3,125	3,125
Spot Foto Estetik	1	4,695	4,695
Jumlah			21,326

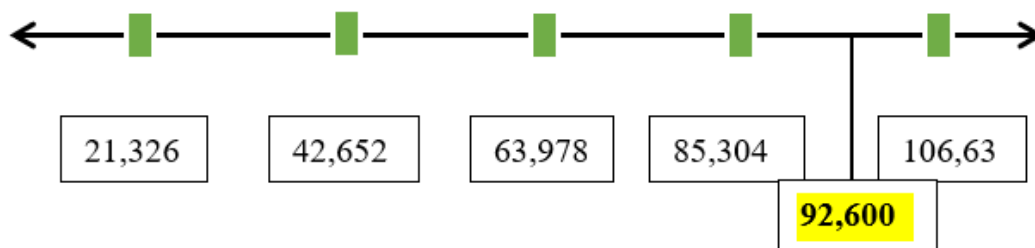
Sumber: Data primer diolah 2024

Tabel 7. Nilai Sikap Maksimum Pengunjung Terhadap Pantai Mesra

Atribut	(b_i) Max	Evaluasi (v_i/e_i)	Sikap (A_o)
Kebersihan Pantai	5	4,701	23,505
Keindahan Alam Sekitar Pantai	5	4,628	23,140
Akses Yang Mudah	5	4,177	20,885
Fasilitas Lengkap	5	3,125	15,625
Spot Foto Estetik	5	4,695	23,475
Jumlah			106,630

Sumber: Data primer diolah 2024

Rentang skor maksimum dan minimum sikap pengunjung terhadap Destinasi Pantai Mesra di Gunungkidul adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Rentang Skor Sikap Pengunjung Terhadap Destinasi Pantai Mesra

Dari perhitungan di atas, diperoleh hasil sebagai berikut: skor minimum adalah 21,326 (Posisi sangat tidak setuju), 42,652 pada posisi tidak setuju, 63,978 pada posisi netral, 85,304 pada

posisi setuju, dan skor maksimum adalah 106,63 pada posisi sangat setuju. Dari hasil perhitungan tersebut, destinasi Pantai Mesra di Gunungkidul, berdasarkan sikap pengunjung, mendapatkan skor sebesar 92,600. Skor ini berada pada sebelah kanan (*cut off point*), yang berarti berada di antara posisi netral dan setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap wisatawan terhadap destinasi Pantai Mesra di Gunungkidul adalah positif atau baik berdasarkan atribut-atribut yang dinilai, seperti kebersihan pantai, keindahan alam sekitar pantai, akses yang mudah, fasilitas yang lengkap, dan spot foto estetik.

Hasil analisa nilai sikap (tabel 4) menegaskan jika atribut spot foto menjadi yang tertinggi. Kondisi tersebut menjadi alasan utama pengunjung mendatangi objek wisata. Jika kita mengacu pada level produk pada area pemasaran, produk inti terkadang bukan menjadi alasan utama seseorang memutuskan memilih (Kotler & Armstrong, 2018). Spot foto pada instrumen penelitian ini merupakan produk pelengkap, sedangkan produk ini tentu saja keindahan pantai. Sebagai penikmat jasa layanan, mereka merupakan pribadi yang unik. Produk terbaik yang ditawarkan belum tentu mampu memenuhi ekspektasi yang diharapkan. Pengelola pantai mesra dapat menggunakan ini menjadi salah satu fokus perhatian. Wisatawan tidak hanya menikmati produk saja, namun juga melakukan aktivitas lain (Kusumo, 2023). Kegiatan live report, foto selvie serta review komentar terhadap objek merupakan aktivitas yang dilakukan (Frenzel, 2017).

Instrumen fasilitas merupakan perhatian yang krusial dalam penelitian ini. Wisatawan menilai jika fasilitas yang disediakan belum mengakomodir aktivitas yang mereka lakukan. Pengelola dapat menyediakan beberapa sarana pendukung yang dapat dinikmati oleh wisatawan (Pahleviannur et al., 2020). Beberapa contoh fasilitas yang dapat disediakan seperti: gazebo, mushola serta penambahan toilet umum. Pengelola juga dapat menyediakan lokasi berkumpul yang menjadi pusat aktivitas wisatawan di objek kunjungan. Kemampuan pengelola dalam menyiapkan sarana dan prasarana dapat menjadi salah satu upaya menciptakan pengelolaan berkelanjutan (Febriandhika & Kurniawan, 2019). Pengelolaan tidak hanya mempertimbangkan keuntungan semata, namun harus fokus pada kepuasan serta keberlanjutan pengelolaan

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, disimpulkan bahwa pengunjung Pantai Mesra di Gunungkidul memiliki sikap positif terhadap destinasi wisata tersebut. Penilaian yang diberikan oleh pengunjung terhadap atribut-atribut seperti kebersihan pantai, keindahan alam sekitar, akses yang mudah, fasilitas yang lengkap, dan spot foto estetik menunjukkan bahwa mereka memberikan penilaian yang positif terhadap semua hal tersebut. Analisis Fishbein juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata berada pada interval jawaban 'setuju' dan 'sangat setuju', mengindikasikan sikap positif yang kuat dari pengunjung terhadap Pantai Mesra.

Berdasarkan kesimpulan bahwa pengunjung Pantai Mesra di Gunungkidul memiliki sikap positif terhadap destinasi wisata tersebut, serta adanya indikasi kuat dari analisis Fishbein yang menunjukkan sikap positif yang kuat. Penelitian berikutnya dapat melakukan penelitian yang lebih dalam, baik melalui instrumen yang dapat diadopsi atau instrumen lainnya. Lebih lanjut, pengelola juga dapat melakukan kajian mendalam untuk melakukan perbaikan instrumen yang memiliki nilai kurang baik.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action Control: From Cognition to Behavior* (pp. 11–39). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., Albarracín, D., & Hornik, R. C. (2007). *Prediction and Change of Health Behavior: Applying the Reasoned Action Approach*. Psychology Press.
- Ambarwati, N., & Kalijaga, U. S. (2021). *Pengembangan Booklet Keanekaragaman Makroalga di Daerah Intertidal Pantai Mesra Gunungkidul Sebagai Sumber Belajar*.
- Aziz, M. H. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2279. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2246>
- Bangun Mulia, V. (2021). Memahami dan Mengelola Dampak Pariwisata. *JURNAL KEPARIWISATAAN*, 20(1), 75–85. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i1.439>
- Çelik, S., & Dedeoğlu, B. B. (2019). Psychological factors affecting the behavioral intention of the tourist visiting Southeastern Anatolia. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(4), 425–450. <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2019-0005>
- Djuwendah, E., Karyani, T., & Wulandari, E. (2021). Potential Development Strategy for Attraction and Community-based Agrotourism in Lebakmuncang Village. In Withaningsih S., Supyandi D., Utama G.L., & Malik A.D. (Eds.), *E3S Web Conf.* (Vol. 249). EDP Sciences; Scopus. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124901004>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*. Fort Worth : Dryden Press. http://archive.org/details/consumerbehavior0000enge_n4b9
- Fanggidae, R. P. C., & R. Bere, M. L. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(1). <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>
- Febriandhika, I., & Kurniawan, T. (2019). Membingkai Konsep Pariwisata Yang Berkelanjutan Melalui Community-Based Tourism: Sebuah Review Literatur. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3(2), 50. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p50-56>
- Febyanto, F., Pratikto, I., & Koesoemadji, K. (2014). Analisis Kesesuaian Wisata Pantai Di Pantai Krakal Kabupaten Gunung Kidul. *Journal of Marine Research*, 3(4), Article 4. <https://doi.org/10.14710/jmr.v3i4.8364>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley. <https://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html>
- Frenzel, F. (2017). Tourist agency as valorisation: Making Dharavi into a tourist attraction. *Annals of Tourism Research*, 66, 159–169. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.07.017>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Seventeenth edition). Pearson Higher Education.
- Kusumo, R. O. (2023). *Perancangan Fotografi sebagai Media Promosi Pariwisata Pantai Kedung Tumpang, Pucanglaban, Tulungagung*.
- Mahanani, S., & Sulisty, A. (2023). Analisa Tingkat Kepuasan Pengunjung Teras Malioboro dalam Upaya Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 505–513. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.63202>

- Mahanani, S., Sulisty, A., & Adianto. (2023). *Analisa Tingkat Kepuasan Pengunjung Teras Malioboro dalam Upaya Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan*. 6(2).
- Mudrikah, A., Sartika, D., Yuniarti, R., & Satia, A. B. (2014). *Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Gdp Indonesia Tahun 2004—2009*.
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di Sbu Laboratory Cibitung Pt Sucofindo (Persero). *Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.12777/jati.9.1.1-10>
- Pahleviannur, M. R., Wulandari, D. A., Sochiba, S. L., & Santoso, R. R. (2020). Strategi Perencanaan Pengembangan Pariwisata Untuk Mewujudkan Destinasi Tangguh Bencana Di Wilayah Kepesisiran Drini Gunungkidul. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(2), 116–126. <https://doi.org/10.23917/jpis.v29i2.9692>
- Poerwanto, P., & Shambodo, Y. (2020). Revolusi Industri 4.0: Googelisasi Industri Pariwisata dan Industri Kreatif. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.16956>
- Rokhayah, E. G. & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Santoso, S., & Kartika, L. N. (2018). Motivasi Dan Perilaku Wisatawan Generasi Muda Saat Berwisata Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 47. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2018.131.303>
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *JURNAL DIVERSITA*, 7(1), 114–120. <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5190>
- Sulisty, A., & Djamil, F. D. (2018). Analisa Sikap Wajib Pajak Terhadap Kinerja Pelayanan Petugas Pemungut Pajak Kantor Pelayanan Pajak Daerah (KPPD) Di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Proceeding SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER*, 11.
- Sulisty, A., & Salindri, Y. A. (2019). Analisa Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Sarana Transportasi Dalam Upaya Menciptakan Kawasan Wisata Terintegrasi Di Yogyakarta. Studi Kasus: Taman Sari, Kraton, Titik Nol Kilometer Dan Malioboro. *Jurnal Kepariwisataaan*, 13.
- Sulisty, A., Yudiandri, T. E., Laksono, T. A., & Rusmini, A. (2022). Analysis of Tourist Satisfaction Attitudes in Creating Sustainable Tourism: A Study on Sindoro Sumbing Edu Park. *Proceedings of the Postgraduate Research Colloquium (PGRC)*, 222.
- Supratman, S. (2022). Analisis Kualitas Layanan Hotel Pada Wisata Halal di Lombok. *Jurnal Visionary: Penelitian dan Pengembangan dibidang Administrasi Pendidikan*, 10(2), 103. <https://doi.org/10.33394/vis.v10i2.8825>
- Supriadi, G. (2021). *Statistik Penelitian Pendidikan*. UNY Press.
- Syamsu, Moch. N. (2018). Studi Kelayakan Air Terjun Nggembor Sebagai Destinasi Wisata Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo, Yogyakarta. *Kepariwisataaan: Jurnal Ilmiah*, 12(03), 71–84. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v12i03.157>
- Trabucchi, D., Bellis, P., Di Marco, D., Buganza, T., & Verganti, R. (2021). Attitude vs involvement: A systematic literature review at the intersection between engagement and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 24(5), 1730–1762. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2020-0171>
- Widyaningsih, D. (2021). *Statistika Bisnis*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.



- Yakup, A. P., & Haryanto, T. (2021). Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Bina Ekonomi*, 23(2), 39–47. <https://doi.org/10.26593/be.v23i2.3266.39-47>
- Yam, J. H. (2022). *Refleksi Penelitian Metode Campuran (Mixed Method)*.
- Yudiandri, T. E., & Sulisty, A. (2022). Excellent And Sustainable Tourism Management Through The Baldrige Criteria: Case Study: Mangunan Orchard Tourism Attraction. *Journal of Research on Business and Tourism*, Volume 2 No. 2, 78–94. <https://doi.org/10.37535/104002220221>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

