

FASILITAS PARIWISATA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OBJEK WISATA DI PULAU PAHAWANG KABUPATEN PESAWARAN

Prengki Wibowo¹, Husna Purnama², Maria Elina³, Hesti Widi Astuti⁴,
Adhisyahfitri Evalina Ikhsan⁵

^{1,2,3,4}Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, ⁵Universitas Syiah Kuala

Email: husnapurnama@gmail.com¹, maria.elina@fe.saburai.ac.id³, hesti172112@gmail.com⁴,
adhisyahfitri.evalina@usk.ac.id⁵

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of tourism facilities on customer satisfaction of Pahawang Island tourist attraction, Pesawaran Regency. One of the problems in this study is that the main facilities and supporting facilities for tourists on Pahawang Island have very little effect on customer satisfaction of Pahawang Island tourist attractions. In this study, a quantitative descriptive method was used. The data collected consisted of primary and secondary data, and the data collection methods used were observation and questionnaires. 36 Pahawang Island tourist attraction customers are the population and sample of this study. 145 Pahawang Island tourist attraction customers are the population and sample of this study. The results of hypothesis testing show the value of R square = 0.030, or 3%, of the influence of tourism facilities on tourist attraction customer satisfaction. Other factors not examined in this study affect the rest, which is 97 percent. There is a tcount value of 2.119, so Ha is accepted. This shows that the level of customer satisfaction of tourist attractions on Pahawang Island, Pesawaran Regency is strongly influenced by tourism facilities, in line with previous research, which shows that the facilities and promotion of tourist attractions in Semarang City have a direct effect on visitor satisfaction; visiting decisions also have a direct effect on satisfaction; and that facilities and promotions also affect satisfaction through visiting decisions as intervening variables.

Keywords: tourist facilities, satisfaction

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas pariwisata terhadap kepuasan pelanggan objek wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. Salah satu masalah dalam penelitian ini adalah bahwa fasilitas utama dan fasilitas pendukung bagi wisatawan di Pulau Pahawang sangat sedikit berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan objek wisata Pulau Pahawang. Dalam penelitian ini, metode deskriptif kuantitatif digunakan. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder, dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuisioner. 36 Pelanggan objek wisata Pulau Pahawang adalah populasi dan sampel penelitian ini. 145 Pelanggan objek wisata Pulau Pahawang adalah populasi dan sampel penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai R square = 0,030, atau 3%, dari pengaruh fasilitas pariwisata terhadap kepuasan pelanggan objek wisata. Faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya, yaitu 97 persen. Ada nilai t_{hitung} 2,119 maka H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan objek wisata di Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran sangat dipengaruhi oleh fasilitas pariwisata, selaras dengan penelitian terdahulu yaitu menunjukkan bahwa fasilitas dan promosi objek wisata Kota Semarang berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung; keputusan berkunjung juga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan; dan bahwa fasilitas dan promosi juga berpengaruh terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Fasilitas Wisata, Kepuasan

1. PENDAHULUAN

Pembangunan pariwisata perlu memperhatikan kondisi daerah serta faktor fisik dan non fisik, hal ini untuk menghindari kerusakan lingkungan yang berlebihan, oleh karena itu

pembangunan di sektor pariwisata hendaknya memperhatikan prinsip pembangunan yang berwawasan lingkungan dan pengembangan masyarakat local (Rahmat, 2016). Pengembangan pariwisata yang berwawasan lingkungan adalah pengembangan pariwisata yang memiliki kontribusi tinggi terhadap ekonomi masyarakat setempat, dengan kata lain pengembangan tersebut hendaknya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan tetap mempertahankan kelestarian lingkungan dan nilai budaya (Pamulardi, 2020).

Menurut Rahayu, Diatmika, & Haryadi (2022), pariwisata merupakan salah satu sumber devisa Negara dan mempunyai andil besar dalam membangun perekonomian. Pengembangan strategis sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk datang dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya. Berdasarkan transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya serta negara akan mendapat devisa dari wisatawan asing yang menukar mata uang negaranya dengan rupiah. Bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional sehingga untuk mengoptimalkan pembangunan ekonomi maka diperlukan penyusunan rencana strategis yang baik dan tepat sasaran sehingga dapat menunjang program pengembangan pariwisata (Suardana, 2016).

Salah satu kebijakan dari pemerintah adalah menggali, menginventarisir dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa (Jaya & Ariana, 2009). Pariwisata juga merupakan serangkaian aktivitas yang pelaksanaannya dilangsungkan oleh individual atau kolektif dalam satu area tertentu. Aktivitas tersebut menggunakan kemudahan, layanan serta aspek pendukung lainnya dan disediakan oleh pemerintah maupun penduduk dengan tujuan agar mampu mengimplementasikan kenyamanan, keinginan yang dapat dinikmati oleh pelanggan (Rahayu et al., 2022). Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan wisata adalah

kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Pariwisata bahari merupakan kegiatan rekreasi menikmati keindahan lingkungan alam dan atraksi wisata yang ada di wilayah pesisir dan lautan (Tatali, Lasabuda, Andaki, & Lagarensse, 2018). Kegiatan pariwisata bahari tersebut dilakukan secara langsung dan tidak langsung memanfaatkan wilayah pesisir dan lautan. Kegiatan pariwisata bahari yang langsung memanfaatkan wilayah pesisir dan lautan yaitu : berperahu, berenang, *snorkling* (selam permukaan), menyelam dan memancing, sedangkan pariwisata bahari yang tidak secara langsung memanfaatkan wilayah pesisir dan lautan seperti olahraga pantai dan menikmati atmosfir laut. Kegiatan pariwisata bahari tersebut berada dalam kawasan wisata bahari.

Kawasan wisata adalah kesatuan ekologi dengan luas tertentu terdiri dari daratan dan lautan yang dikelola untuk kebutuhan pariwisata (Marasabessy, Fahrudin, Imran, & Agus, 2018). Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 menyatakan bahwa kawasan wisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Kawasan wisata sebagai daerah tujuan wisata (destinasi) harus menyediakan berbagai kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan agar tujuan kunjungan seorang wisatawan dapat terpenuhi. Berdasarkan peninjauan secara etimologi diatas, maka pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ketempat lain yang dalam bahasa inggris dikenal dengan istilah *tour*.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan sumber daya kelautan dan pesisir baik keindahan wilayah pantai pesisirnya maupun sumber daya dalam bentuk produksi hasil perikanan dan kelautannya. Pada saat ini Pulau Pahawang sedang menjadi salah satu daya tarik dan sektor pariwisata unggulan di Provinsi Lampung. Pahawang yang terletak di Kabupaten Pesawaran ini adalah salah satu daya tarik dan sektor pariwisata unggulan yang terdapat di Propinsi Lampung. Pariwisata dikembangkan agar mampu mendorong kegiatan ekonomi dan meningkatkan citra pulau Pahawang bahkan Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, serta memberikan perluasan kesempatan kerja dengan model pengembangan ekowisata. Istilah "ekowisata" dapat diartikan sebagai perjalanan oleh seorang turis ke daerah terpencil dengan tujuan menikmati dan mempelajari mengenai alam, sejarah dan budaya disuatu daerah, di mana pola wisatanya membantu ekonomi masyarakat lokal.

Desa Pulau Pahawang merupakan desa kepulauan yang terletak di perairan teluk Lampung, secara administratif Pulau Pahawang merupakan salah satu dari 10 Desa yang berada di wilayah Kecamatan Marga Punduh Kabupaten Pesawaran yang berjarak \pm 25 KM dari Kecamatan Marga Punduh.

Pulau Pahawang memiliki daya tarik dan potensi dalam peningkatan pendapatan daerah yang menjadi salah satu aset wisata Bahari di Kabupaten Pesawaran. Oleh karena itu banyak wisatawan yang datang berkunjung ke objek wisata tersebut sehingga kondisi di objek wisata tersebut menjadi lebih ramai dibandingkan waktu-waktu sebelumnya. Adanya kunjungan wisatawan pada suatu objek wisata diyakini dapat memberikan dampak bagi masyarakat khususnya yang berada di daerah sekitar objek wisata tersebut.

Pulau Pahawang terletak di Kecamatan Punduh Pidada, Kabupaten Pesawaran, Lampung. Pulau Pahawang menyimpan banyak keindahan. Pemandangan yang indah, bukit pepohonan yang hijau, pasir pantai berwarna putih, air laut yang jernih dan segar, serta kekayaan biota lautnya yang beragam membuat Pulau Pahawang menjadi salah satu spot wisatawan untuk melakukan kegiatan *snorkeling*. *Snorkeling* adalah kegiatan berenang atau menyelam di perairan yang dangkal dengan menggunakan peralatan masker selam, *snorkel*, dan sirip selam. Wisatawan juga dapat menikmati jembatan alami yang hanya akan muncul ketika air laut sedang surut. Jumlah Pelanggan Pulau Pahawang tahun 2016-2019 dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1 . Jumlah Pelanggan Pulau Pahawang tahun 2016-2019 (satuan orang)

Bulan	2016	2017	2018	2019
Januari	498	890	1570	2019
Februari	345	654	612	878
Maret	333	765	542	987
April	232	876	459	789
Mei	569	989	679	762
Juni	453	654	765	834
Juli	238	409	569	600
Agustus	780	1098	1278	2156
September	652	876	900	1200
Oktober	451	980	925	1567
Nopember	412	567	838	3987
Desember	321	657	679	5078
Total	5284	9415	9816	20857
Rata-rata	440	785	818	1738

Sumber : Kelompok Sadar Wisata (Darwis) Desa Pahawang, 2020.

Berdasarkan data tabel di atas dapat kita ketahui bahwa rata-rata pelanggan sejak tahun 2016 hingga tahun 2019 jumlah pelanggan paling sedikit berada pada tahun 2016 yaitu sebanyak 5.284 orang dengan rata-rata per bulan sebesar 440 orang. Sedangkan jumlah pelanggan terbesar terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah pelanggan 20.857 orang dengan rata-rata perbulan sebanyak 1738 orang mengunjungi Pariwisata Pulau Pahawang.

Sejak pariwisata Pulau Pahawang mengalami kemajuan yang sangat pesat, masyarakat desa sekitar mulai mencoba meraih peruntungan dengan membuka beberapa destinasi atau yang biasa disebut spot pariwisata, yaitu diantaranya : 1) Taman Nemo merupakan spot snorkling pertama yang ada di Pulau Pahawang. Berkat spot inilah pada akhirnya Pulau Pahawang menjadi ramai pelanggan, 2) Cukuh Bedil merupakan spot snorkling dengan kedalaman antara 2- 4meter yang menyajikan pemandangan ikan dan terumbu karang yang indah serta batu yang bertuliskan "Taman Laut Pahawang", 3) Gosong Bekri dan 4) Gosong Pancong, 5) Pulau Pahawang Kecil.

Destinasi yang baik dan bagus yaitu destinasi yang harus mampu memberi fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan untuk memberi kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung (Putri, Farida, & Dewi, 2014). Kemampuan memberikan fasilitas wisata, membuat pelanggan nyaman saat berkunjung. Kotler menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal (Jarliyah Harfika, 2017).

Fasilitas objek wisata yang menarik dan sesuai dengan keinginan yang sedang diminati, akan menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, selain itu kebersihan, kelancaran dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen untuk berkunjung. Fasilitas juga berperan penting untuk keinginan seseorang berkunjung ketempat tersebut. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.⁴ Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting. Namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Ketersediaan fasilitas yang diberikan akan membuat konsumen menjadi merasa betah untuk menikmati keadaan lingkungan sekitar. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau

sesudah *attraction* berkembang fasilitas wisata adalah fasilitas berupa bangunan yang timbul karena adanya daya tarik utama yang merupakan fasilitas primer. Ketersediaan fasilitas dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan fasilitas wisata di Pulau Pahawang sangat minim dari fasilitas tidak adanya tempat menginap yang representatif, rumah makan yang belum tersedia, dan tidak tersedianya tempat yang menyediakan cinderamata bagi wisatawan, fasilitas keamanan yang minim baik untuk snorkeling maupun berenang. Kurangnya fasilitas wisata secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan objek wisata.

Harapan konsumen memiliki sifat yang tidak tetap atau dapat berubah-ubah mengikuti perkembangan teknologi, sosial budaya, dan ekonomi. Apa yang diharapkan konsumen saat ini, belum tentu akan sama dengan masa lalu atau masa yang akan datang (Riandi, 2022).

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh memang tidak mudah, bahwa tidak realitas bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Dan pada saat yang bersamaan perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas. Rumusan dalam penelitian ini adalah Apakah ada Pengaruh Fasilitas Pariwisata terhadap Kepuasan Pelanggan objek Wisata di Pulau Pahawang (Studi pada Kelompok Sadar Wisata Pulau Pahawang).

2. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Kajian Teori

Fasilitas

Fasilitas, menurut Kotler, adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk digunakan dan dinikmati oleh pelanggan dengan tujuan untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh penjual jasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Nurafrina Siregar & Daulay, 2022). Fasilitas didefinisikan sebagai penyediaan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melakukan aktivitas mereka (Kurniawan & Soliha, 2022).

M. Sunaryo memberikan definisi prasarana dan masyarakat sebagai berikut: 1) Prasarana kepariwisataan (tourism infrastructures) adalah semua fasilitas yang memungkinkan salana kepariwisataan hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada salana kepariwisataan untuk memenuhi kebutuhan mereka : sarana prasarana pariwisata, juga dikenal sebagai superstruktur pariwisata, adalah perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung memberikan layanan kepada wisatawan dan bergantung pada kedatangan wisatawan. Termasuk didalamnya travel agen, transportasi, akomodasi, dan dan restoran. b) selain itu, termasuk didalamnya pelengkap. Perusahaan atau lokasi yang menawarkan fasilitas rekreasi yang tidak hanya melengkapi sarana utama kepariwisataan, tetapi juga membantu wisatawan tinggal lebih lama di tujuan wisata, c) sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan yang menyediakan fasilitas tambahan dan dasar. Fungsi ini tidak hanya membuat wisatawan tinggal lebih lama di tempat wisata, tetapi lebih penting lagi adalah membuat wisatawan lebih banyak mengeluarkan uang atau membelanjakan uang di sana (Sugi Rahayu, Utami Dewi, 2016).

Pariwisata

Parawisata adalah sistem yang kompleks dengan banyak subsistemnya. Pariwisata mencakup pergerakan orang, barang, dan jasa yang terkait dengan organisasi, hubungan antara institusi dan individu, kebutuhan layanan, dan penyediaan layanan. Komponen tersebut merupakan subsistem yang saling terkait dalam hubungan fungsional yang membentuk sistem. Oleh karena itu, sistem pariwisata terdiri dari banyak subsistem, masing-masing terdiri dari penawaran, permintaan, dan konfigurasi atau lingkungan (Ridwan, 2020).

Fasilitas (kemudahan), menurut Sammeng dalam Rumalatu (2020), adalah bagian penting dari pertumbuhan pariwisata. Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah atau negara karena tertarik oleh kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas. Menurut Yoeti dalam Rumalatu (2020), fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata, memberi mereka kesempatan untuk bersantai dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tersebut.

A Yoeti menyebutkan bahwa secara etimologis kata "pariwisata" berasal dari bahasa Sansekerta, bukan berarti "tourisme" (bahasa Belanda) atau "tourism" (bahasa Inggris). Kata Pariwisata menurut pengertian ini sinonim dengan pengertian "tour".

Pendapat ini berdasarkan pemikiran sebagai berikut : kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu masing-masing kata "pari" dan "wisata": - Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap; - Wisata berate perjalanan, berpergian yang dalam hal ini sinonim daro kata "travel" dalam bahasa Inggris (putu diah satri pitasari, 2017).

Oleh karena itu, kata "pariwisata" seharusnya didefinisikan sebagai suatu perjalanan yang berulang atau berputar dari satu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut "tour". Sebaliknya, "kepariwisataan" atau "turisme" dapat digunakan untuk menggambarkan pengertian jamak dari kata "pariwisataan". Selain itu, ada batasan untuk pariwisata, seperti yang dinyatakan dalam Peraturan MPRS No. I-II tahun 1960, yang menyatakan bahwa "Kepariwisataan dalam dunia modern pada hakekatnya adalah suatu cara memenuhi kebutuhan manusia dalam memberi hiburan rohani dan fisik setelah beberapa waktu bekerja serta mempunyai modal untuk melihat-lihat daerah lain (pariwisata dalam negeri) atau negara lain (putu diah satri pitasari, 2017).

Kepuasan Pelanggan

Semakin banyak konsumen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka persaingan semakin ketat menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagaitujuan utama. Menurut Kotler bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapannya (Pramudita, Gunawan, Ningsih, & Adilah, 2022), sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Menurut Kotler dan Keller kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dari hasil membandingkan produk atau jasa yang didapatkan dengan yang diharapkan (Gunardi & Erdiansyah, 2019). Mempertahankan pelanggan merupakan hal penting dari pada memikat pelanggan. Terdapat 5 dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu: 1) Tetap setia : konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia dan loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsi akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama, 2) Membeli produk yang ditawarkan : keinginan untuk membeli produk atau makanan lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk, 3) Merekomendasikan produk : kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*)

yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk, 4) Bersedia membayar lebih ; konsumen cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih tinggi konsumen cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga, 5) Memberi masukan : walaupun kepuasan sudah tercapai, konsumen selalu menginginkan yang lebih lagi, maka konsumen akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai. Pada dasarnya, kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan menunjukkan besarnya kemungkinan kembali membeli produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik atas produk atau jasa yang telah mereka gunakan kepada orang lain.

Dua penelitian sebelumnya yang menarik perhatian peneliti adalah 1) Penelitian dengan judul "Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana", yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas wisata Pantai Lasiana. Studi ini mencakup jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Random sampling adalah metode sampel yang digunakan. Seratus wisatawan yang berkunjung ke Pantai Lasiana diambil sebagai responden. Observasi, studi kepustakaan, dan kuisisioner (angket) digunakan untuk mengumpulkan data. Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen senyatanya lebih rendah daripada yang diharapkan. Ini menunjukkan bahwa pengunjung Pantai Lasiana mungkin belum puas dengan semua yang ada di sana. Menurut analisis diagram kartesius, fasilitas wisata yang masuk harus menjadi prioritas utama dan memiliki kinerja yang buruk. Ini termasuk kondisi fisik lopo, kondisi fisik tempat sampah, ketersediaan jumlah tempat sampah, dan pemisahan antara jenis tempat sampah organik dan non-organik. Perbaikan ini akan meningkatkan kepuasan wisatawan di masa depan (Fanggidae & R. Bere, 2020); 2) Judul penelitian adalah "Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata Kota Semarang", dan hasilnya adalah bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana fasilitas dan promosi memengaruhi kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata Kota Semarang. Penelitian ini mengamati pengunjung

yang mengunjungi objek wisata kota Semarang, seperti Pantai Marina, Goa Kreo Gunung Pati, Wisata Alam, Klenteng Sam Poo Kong, dan Wisata Sejarah. Penelitian ini mengambil sampel dari 116 individu melalui metode accidental sampling dan non-probability approach. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dan dianalisis dengan analisis regresi dan jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas dan promosi objek wisata Kota Semarang berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung; keputusan berkunjung juga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan; dan bahwa fasilitas dan promosi juga berpengaruh terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa keputusan berkunjung dapat berfungsi sebagai mediasi dari pengaruh fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pengunjung (Yuyun Mardiyani, 2015).

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut apakah ada Pengaruh Fasilitas Pariwisata terhadap Kepuasan Pelanggan objek Wisata di Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran (Studi pada Kelompok Sadar Wisata Pulau Pahawang)

3. METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan data sekunder, dan teknik pengumpulan data adalah teknik observasi, kuesioner, dokumentasi dan kepustakaan. Jenis penelitian yaitu deskriptif kuantitatif.

Populasi rata-rata pelanggan Pulau Pahawang Tahun 2019 sebanyak 1738 Pelanggan Pertahun. Rata-rata Pelanggan per bulan = 145 wisatawan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak $25\% \times 145 = 36$ wisatawan.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat - tingkat kevalidan atau ketepatan suatu instrument (sugiyono, 2005). Uji reliabilitas adalah untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya artinya bila alat ukur tersebut diujikan berkali-kali hasilnya tetap. Menurut nunaly dalam widhiarso (2009) standar reliabilitas yang dapat diterima adalah jika $\alpha \geq 0,6$. Uji normalitas menggunakan kolmogorov smirnov. Hal ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan baku dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model berdistribusi normal atau tidak. Uji regresi linier sederhana dan uji determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Hasil olah data untuk uji validitas dan uji reliabilitas pada variabel X dan variabel Y semuanya Valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,119 dan nilai $t_{tabel} = 0,676$ dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,119 > 0,676$ maka H_a diterima. Hal ini berarti fasilitas pariwisata memiliki kontribusi dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan objek wisata di Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. Persamaan analisis regresi linear sederhana sebagai berikut: $Y = 20,063 + 0,202X + e_t$ persamaan ini mengandung arti setiap terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel fasilitas wisata maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan objek wisata sebesar 0.202. Hasil uji regresi linier sederhana dapat dilihat pada table 2

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.063	1.808		11.097	.000
	Fasilitas Pariwisata	.202	.095	.174	2.119	.036

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Pengujian pengaruh fasilitas pariwisata terhadap kepuasan pelanggan objek wisata Di Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran penulis uji koefisien determinasi. Hasil pengujian koefisien determinasi pada table 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil uji Koefisien Diterminasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.174 ^a	.030	.024	2.498

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Pariwisata

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Pengaruh fasilitas pariwisata terhadap kepuasan pelanggan objek wisata dapat ditunjukkan dengan nilai $R\ square = 0,030$ atau sebesar 3% sedangkan sisanya sebesar 97% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh fasilitas pariwisata terhadap kepuasan pelanggan objek wisata dapat ditunjukkan dengan nilai $R\ square = 0,030$ atau sebesar 3% sedangkan sisanya sebesar 97% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. nilai t_{hitung} sebesar 2,119 dan t_{tabel} sebesar 0,676, dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima. Hal ini berarti fasilitas pariwisata memiliki kontribusi dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan objek wisata di Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran.

Dengan fasilitas yang memadai diantaranya kelengkapan dan ketersediaan fasilitas akan meningkatkan minat konsumen sehingga konsumen akan mengambil keputusan dalam memilih suatu produk berupa barang atau jasa. Adapun kualitas suatu produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini didukung oleh Radiosunu (2010) menyaran bahwa kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan atau fasilitas yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Oleh karena itu konsumen akan memperoleh suatu pengalaman yang berkesan ketika mereka mendapatkan kualitas pelayanan yang mereka inginkan sehingga wisatawan akan datang kembali atau merekomendasikan kepada orang lain.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut : pengaruh fasilitas pariwisata terhadap kepuasan pelanggan objek wisata dapat ditunjukkan dengan nilai $R\ square = 0,030$ atau sebesar 3% sedangkan sisanya sebesar 97% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. nilai t_{hitung} sebesar 7.097 dan t_{tabel} 0,676 dan tingkat maka H_a diterima. Hal ini berarti fasilitas pariwisata memiliki kontribusi dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan objek wisata di Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran.

Saran

Respon terendah angket fasilitas wisata adalah “ada rumah makan”. Kelompok sadar wisata (pokdarwis) Pulau Pahawang hendaknya menyediakan tempat makan dengan harga yang terjangkau dan dijamin kebersihannya.

Respon terendah angket kepuasasn pelanggan terletak pada pernyataan Pelanggan bersedia membeli fasilitas snorkeling’. Pengelola hendaknya memberikan fasilitas

snorkeling tanpa harus membayar/menyewa karena fasilitas snorkeling merupakan hal utama pelanggan datang ke pulau pahawang untuk melihat keindahan bawah laut.

DAFTAR PUSTAKA

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/46715/uu-no-9-tahun-1990>

https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2009_10.pdf

Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>

Jarliyah Harfika, N. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. Jarliyah Harfika & Nadiya Abdullah, 48. *Balance*, 44(1), 1-24.

Jaya, I. W. P., & Ariana, I. G. P. (2009). Kepariwisata Dalam Perlindungan Dan Pelestarian, 2009(3), 1-5.

Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 348-358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>

Marasabessy, I., Fahrudin, A., Imran, Z., & Agus, S. B. (2018). Strategi Pengelolaan Berkelanjutan Pesisir dan laut Pulau Nusa Manu dan Nusa Leun di Kabupaten Maluku Tengah. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 2(1), 11. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2018.2.1.11-22>

Nurafrina Siregar, M. E., & Daulay, R. P. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan. *Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat*). *SOSEK*, 3(1), 1-9.

Pamulardi, B. (2020). Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan. *Program Magister Ilmu Lingkungan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang*.

Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424-436.

Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 225-235.

putu diah satri pitasari. (2017). *Sejarah Perkembangan Pariwisata dan Definisi Pariwisata*.

- ACADEMIA *Accelerating the world's research.* Diambil dari <https://mahayuperpusinfo2009.wordpress.com/category/ensiklopedia/>
- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Haryadi, W. (2022). Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perekonomian Umkm Pesisir Saliper Ate Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi dan Lingkungan*, 5(1), 01–08. <https://doi.org/10.58406/jrktl.v5i1.954>
- Rahmat, E. K. (2016). Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Alam Curug Tujuh Di Desa Sandingtaman Kecamatan Panjalu Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat. *Geo Educasia*, 1(9), 1–22.
- Riandi, R. (2022). *Pengaruh Tampilan Produk Dan Ekspektasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Konsumen Produk Erigo di Bandar Lampung)*.
- Ridwan. (2020). *Ekonomi dan Pariwisata. Garis Khatulistiwa Makassar*. Diambil dari http://eprints.ipdn.ac.id/5558/13/buku_ridwan_Ekonomi_dan_Pariwisata-merge.pdf
- Rumalatu, G. A. (2020). Determinan Minat Kunjungan Wisata Berdasarkan Aksesibilitas, Fasilitas Pendukung Pariwisata & Norma Subyektif. *PUBLIC POLICY (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 1(2), 231–246. <https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v1.i2.p231-246>
- Suardana, I. wayan. (2016). Analisis Kebijakan Pengembangan Pariwisata (Intervensi Melalui Kebijakan Pariwisata Berkelanjutan di Bali). *Seminar Nasional Pariwisata Berkelanjutan*, (April), 1–26.
- Sugi Rahayu, Utami Dewi, K. N. F. (2016). PENGEMBANGAN COMMUNITY BASED TOURISM SEBAGAI STRATEGI PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI KABUPATEN KULON PROGO, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA, 21(1), 1–13.
- Tatali, A. A., Lasabuda, R., Andaki, J. A., & Lagarensen, B. E. S. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Pesisir Di Desa Bentung Kabupaten Kepulauan Sangehi Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 8(1), 53. <https://doi.org/10.15578/jksekp.v8i1.6703>
- Yuyun Mardiyani, M. (2015). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(1), 65–75.