

BAB I

PENDAHULUAN

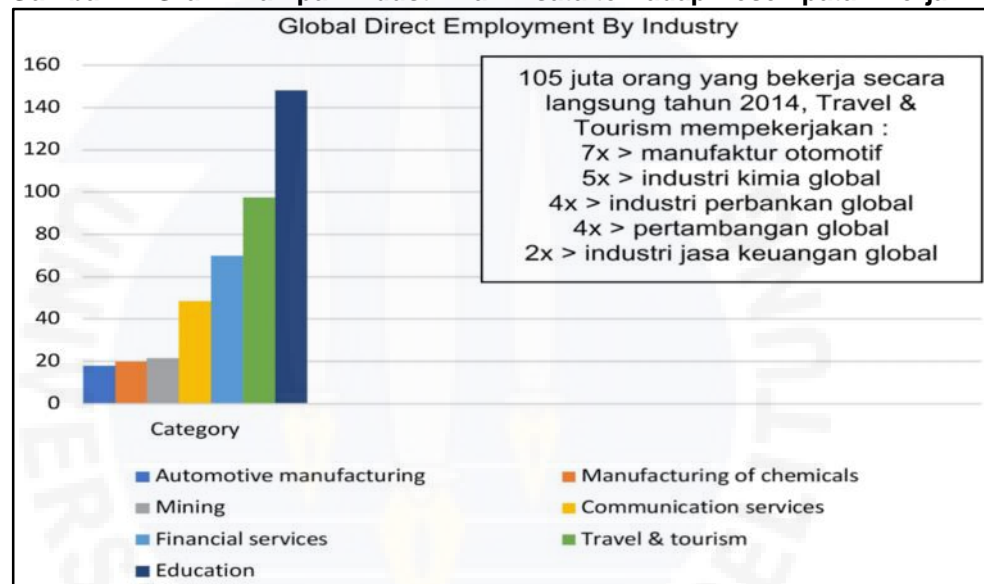
1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata sangat diperhitungkan untuk mendukung laju perekonomian dunia pada masa sekarang. Pariwisata telah diakui oleh berbagai organisasi internasional seperti PBB, Bank Dunia, dan WTO (*World Tourism Organization*) sebagai kebutuhan dasar manusia. Buku *Global Paradox* karya John Naisbitt menerangkan bahwa dahulu hanya orang kaya yang dapat melakukan perjalanan wisata, namun sekarang pariwisata menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari manusia. Data perkembangan pariwisata menunjukkan industri ini dikategorikan dalam kelompok industri terbesar di dunia, WTO memperkirakan pada tahun 2020 akan ada kurang lebih 1,6 miliar orang melakukan perjalanan wisata dan mampu menciptakan pendapatan dunia sebesar US\$ 2 triliun. Diperkirakan sebagian besar perjalanan wisata itu akan terjadi di Asia Timur dan Pasifik. (Hasan, 2015:609).

Perkembangan sektor pariwisata yang sangat baik membuat sektor ini dapat dinyatakan sebagai mesin penggerak perekonomian dunia. Menempatkan pariwisata sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia memiliki banyak keunggulan, karena banyak manfaat positif yang akan didapatkan. Manfaat yang paling terlihat adalah ketika para wisatawan asing

yang memilih berkunjung ke Indonesia, akan berdampak pada peningkatan devisa negara. Selain itu berpotensi terhadap pertukaran valuta asing, yang telah terjadi pada beberapa negara di dunia yaitu 83% dari lima besar pendapatan mereka, 38% pendapatannya berasal dari *foreign exchange earnings* atau yang lebih dikenal dengan perdagangan valuta asing. (Utama, 2017:11).

Gambar I.1 Grafik Dampak Industri Pariwisata terhadap Kesempatan Kerja

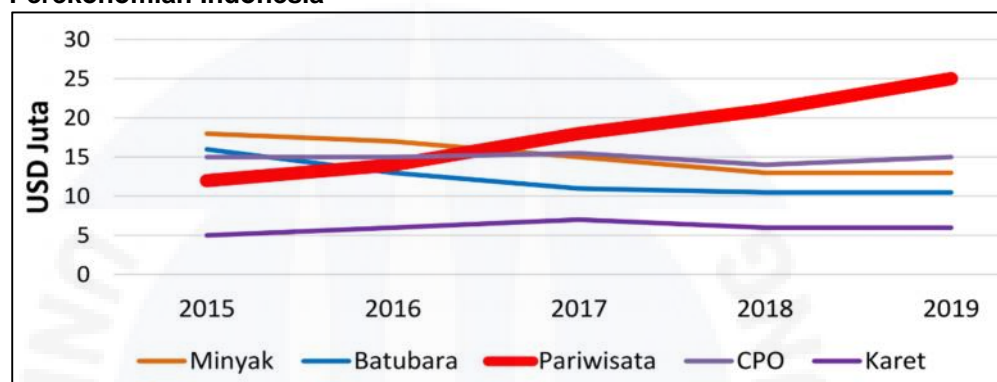


Sumber : *World Travel and Tourism Council, 2015*

Manfaat lain dari pengembangan pariwisata adalah pasar potensial yang diciptakan untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa sehingga menarik lebih banyak minat wisatawan. Kemudian terjadinya peningkatan pendapatan masyarakat setempat sehingga memperbaiki taraf hidup mereka. Lapangan pekerjaan yang luas akan tercipta karena sektor pariwisata sangat berkaitan dengan pengadaan fasilitas jasa perhotelan, restoran, agen perjalanan wisata, industri kerajinan sebagai penyedia oleh-oleh khas daerah, dan para pelaku atraksi budaya yang diselenggarakan pada waktu

khusus. Sektor pariwisata juga dapat mendorong perbaikan infrastruktur, penyediaan air bersih, ketersediaan listrik, telekomunikasi, transportasi dan fasilitas pendukung lainnya. Sektor pariwisata juga dapat menjadi sumber pendapatan asli daerah dan menciptakan masyarakat kreatif. (Utama, 2017:7).

Gambar I.2 Grafik Proyeksi Penerimaan Devisa dari Sektor-Sektor Utama Perekonomian Indonesia



Sumber : Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata, 2016

Berdasarkan Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata (LAKIP) tahun 2016, pencapaian kinerja bidang Kepariwisata yang telah ditetapkan sebagai sektor unggulan secara makro menunjukkan perkembangan dan kontribusi yang terus meningkat. PDB nasional meningkat sebesar 4,03% atau senilai Rp 500,19 triliun, disertai peningkatan devisa mencapai Rp 176 hingga 184 triliun dan tenaga kerja pariwisata sebanyak 12 juta orang. Pada kondisi mikro, ditandai dengan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara.

Data statistik pada Januari sampai Desember 2016, menunjukkan terjadinya peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara secara signifikan yaitu 12.023.971 pengunjung atau pertumbuhannya sebesar 15,54%. Negara

ASEAN lainnya tidak berhasil mengalahkan pencapaian Indonesia tersebut karena presentase tertinggi milik Thailand hanya sebesar 9,7%, sehingga pencapaian Indonesia melebihi rata-rata dunia berkisar 3,9%. Untuk jumlah perjalanan wisatawan nusantara Indonesia mencapai kisaran 263,68 juta perjalanan yang melebihi target sebanyak 260 juta perjalanan. Prestasi Indonesia membuat Kementerian Pariwisata meningkatkan target kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2017 dari 12 juta menjadi 15 juta pengunjung. (LAKIP, 2016:1-2).

Rencana pemerintah pada tahun 2019 adalah industri pariwisata akan diproyeksikan menjadi penghasil devisa terbesar di Indonesia yaitu US\$ 24 miliar melampaui sektor migas, batubara dan minyak kelapa sawit. Target lainnya yaitu menyumbangkan 10% PDB Nasional, sehingga pertumbuhan PDB di atas rata-rata industri. Pariwisata Indonesia ditargetkan menjadi yang terbaik di kawasan regional bahkan melampaui ASEAN. *Country Branding Wonderful Indonesia* pada tahun 2015 berada pada peringkat 47 dan ditargetkan terus maju untuk naik peringkat atas, karena mencerminkan *Positioning* dan *Differentiating* Pariwisata Indonesia. Kontribusi terhadap kesempatan kerja sebanyak 13 juta, dan Indeks Daya Saing kepariwisataan berada pada peringkat 30 dunia. (LAKIP, 2016:19).

Peran pariwisata yang begitu penting membuat Indonesia banyak memanfaatkan keindahan alam sebagai tujuan wisata. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia serta memiliki kawasan laut sangat luas, sehingga pantai dijadikan sebagai objek wisata yang mumpuni. Salah satu

provinsi yang dominan memiliki objek wisata pantai adalah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terbagi menjadi 2 pulau yaitu Pulau Bangka dan Pulau Belitung. Data dari Dinas Komunikasi dan Informatika Bangka Belitung menyatakan bahwa Bangka Belitung pada awalnya masuk pada Provinsi Sumatera Selatan, namun pada tahun 2000 Bangka Belitung resmi memisahkan diri dan menjadi provinsi ke-31 Indonesia. Pulau Bangka terletak di sebelah pesisir Timur Sumatera Selatan dan berbatasan dengan Laut China Selatan di sebelah Utara, dengan luas lautan sebesar 81.725,14 km² dan luas daratan kurang lebih mencapai 16.424,14 km².

Keistimewaan dari Bangka Belitung adalah pulau ini memiliki keindahan pantai yang landai dan berpasir putih dengan hamparan batu granit. Bangka Belitung memiliki potensi pariwisata yang sangat baik dan pemerintah sedang berbenah dalam memajukan industri pariwisata di Bangka Belitung. Berdasarkan berita dari *website* Dinas Komunikasi dan Informatika Bangka Belitung pada tahun 2016 hingga 2017, kunjungan wisatawan di Bangka Belitung terus meningkat. Pada tahun 2016 mencapai 359.901 pengunjung, kemudian tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 21,72% atau mencapai 367.084 pengunjung. Sementara untuk wisatawan mancanegara di Bangka Belitung mencapai 7.183 orang.

Salah satu destinasi pantai yang paling terkenal di Pulau Bangka, tepatnya di Kota Pangkalpinang adalah Pantai Pasir Padi. Berdasarkan data dari Pusat Informasi Wisata Kota Pangkalpinang, Pantai Pasir Padi

menghadap langsung ke Laut Cina Selatan, dan memiliki garis pantai sepanjang 100 hingga 300 meter dengan ombak yang tenang serta hamparan pasir putih padat sepanjang 2 km. Keunggulan dari pantai ini adalah lokasinya sangat mudah dijangkau karena dekat dari ibukota Pangkalpinang yang hampir tidak pernah mengalami kemacetan. Pantai Pasir Padi memiliki jarak tempuh 8 km atau sekitar 15 menit hingga 20 menit dari pusat kota. Berdasarkan gambaran topografi kawasan Pantai Pasir Padi pada umumnya bergelombang dan berbukit dengan ketinggian 20 sampai 50 meter di atas permukaan laut, dan memiliki kemiringan daerah antara 0 sampai 24%.

Tabel I.1 Data Pengunjung Pantai Pasir Padi Pangkalpinang

No	Bulan	Tahun			
		2014	2015	2016	2017
1	Januari	12.678	16.766	28.766	25.978
2	Februari	12.902	16.310	27.980	39.862
3	Maret	12.406	16.876	28.856	66.324
4	April	12.370	16.986	29.166	49.918
5	Mei	12.506	16.872	29.376	31.502
6	Juni	12.896	16.714	20.138	40.196
7	Juli	12.506	16.618	28.856	36.926
8	Agustus	12.940	16.910	28.856	37.280
9	September	12.498	17.004	29.100	42.878
10	Oktober	12.490	16.964	29.138	39.932
11	November	12.810	17.014	29.224	33.146
12	Desember	12.998	17.768	30.434	37.604
	Total	152.000	202.802	339.890	481.546

Sumber : Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Pangkalpinang, 2018

Data jumlah pengunjung Pantai Pasir Padi dari tahun 2014 hingga tahun 2017 mengalami kenaikan. Pada tahun 2015 pengunjung bertambah sebanyak 50.802 orang, serta tahun berikutnya bertambah hingga 137.088 orang. Pada tahun 2017 peningkatan pengunjung sebesar 141.656 orang, serta rata-rata jumlah kunjungan setiap bulan mencapai 40.129 orang. Jumlah pengunjung paling ramai adalah setiap hari Sabtu dan Minggu atau

pada hari libur, sedangkan untuk hari biasa pengunjung pantai tidak begitu ramai. Berdasarkan data dari pihak pengelola Pantai Pasir Padi tahun 2018, untuk rata-rata kunjungan per hari kurang lebih 200 hingga 300 kendaraan yang masuk, dan untuk perorangan berjumlah sekitar 500 orang per hari.

Sebuah kegiatan wisata membutuhkan fasilitas yang dapat menunjang perjalanan tersebut. Fasilitas yang tersedia akan memberikan kepuasan bagi para pengunjung. Fasilitas untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan tersebut muncul dalam satu kesatuan yang saling terkait, sehingga saling terkait dan tidak dapat dipisahkan. (Suryadana dan Octavia, 2011:49). Pantai Pasir Padi sendiri sudah melakukan beberapa pembangunan untuk kebutuhan pengunjung.

Tabel I.2 Pembangunan Fasilitas di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang

No.	Nama Pembangunan	Tahun	Jumlah
1	Toilet Umum	2004 s/d 2015	5 unit
2	Musholla	2007	1 unit
3	Sumur Gali	2007	1 unit
4	Pintu Gerbang	2006	1 unit
5	Pos Retribusi, Portal dan Median Jalan	2008	1 unit
6	Pos Keamanan	2008	1 unit
7	Shelter	2004 s/d 2012	13 unit
8	Gedung Pusat Informasi, Galeri dan Souvenir	2007	1 unit
9	Sarana Bermain Anak	2008	1 unit
10	Kamar Ganti Pakaian	2008 s/d 2014	2 unit
11	Pembangunan Talud	2015	1 paket
12	Pondok Wisata	2013 s/d 2016	4 unit
13	Payung Pantai	2014	9 unit

Sumber : Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Pangkalpinang, 2018

Berdasarkan hasil wawancara secara langsung kepada pihak Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga, bahwa pemerintah hanya memiliki lahan seluas 5,8 ha di Pantai Pasir Padi, sehingga pengelolaannya belum maksimum. Sebagian besar lahan mulai dari penghujung sebelah kiri pantai atau yang dulunya merupakan *Seratta Terrace Hotel* sampai dengan

area *Neptune Club* merupakan lahan yang dimiliki dan dikelola oleh pihak swasta atau perseorangan. Keterbatasan dana menjadi salah satu kendala pemerintah untuk membeli kembali lahan tersebut. Pemerintah juga pernah menyediakan lampu taman untuk penerangan pada malam hari, namun ada beberapa pihak yang menyalahgunakan sampai merusak fasilitas lampu taman tersebut. Selain fasilitas toilet yang disediakan khusus oleh pemerintah, terdapat toilet ataupun kamar bilas yang disediakan di warung-warung di sepanjang jalan kurang lebih ada 10 unit toilet.

Pantai Pasir Padi juga memiliki *Pasir Padi Bay* yang sedang dalam masa pembangunan dan sudah selesai 20%. *Pasir Padi Bay* terletak di sebelah Barat dari pintu masuk pantai, dan menciptakan wahana air baru yaitu *Marina WaterPark*. Berdasarkan data dari *website Pasir Padi Bay*, *Pasir Padi Bay* dikelola oleh PT. Sumampao Bangka Lestari diatas lahan seluas 4 ha dengan investasi lebih dari 100 Miliar, sehingga *Marina WaterPark* dijadikan taman hiburan terbesar di Pulau Bangka yang sudah beroperasi sejak 9 Februari 2018. *Pasir Padi Bay* juga merencanakan konsep komersial dengan menghadirkan hotel, apartemen, restoran, dan pusat perbelanjaan yang sangat berpotensi dalam membangun sektor pariwisata di Pangkalpinang.

Berdasarkan hasil observasi langsung, terdapat *resort* yang telah beroperasi di Pantai Pasir Padi pada Februari 2018 yaitu *Balitong Resort & Resto*, dengan restoran yang sudah lebih dulu beroperasi pada Oktober 2017. Kepemilikan *Balitong Resort & Resto* dipegang oleh Hidayat Arsani

yang saat ini menjabat sebagai Wakil Gubernur Kepulauan Bangka Belitung. *Balitong Resort* memiliki 2 jenis tipe *villa*, terdiri dari 4 *villa* tipe *suite* dan 20 *villa deluxe*. *Villa* tipe *suite* memiliki 3 kamar tidur sedangkan tipe *deluxe* 1 kamar tidur, masing-masing *villa* dilengkapi toilet. Selain *resort* dan restoran fasilitas lain yang tersedia adalah *meeting room* dan *wedding hall*. Kawasan Pantai Pasir Padi juga memiliki banyak restoran di luar *Balitong Resto* yang disediakan untuk para pengunjung, antara lain Restoran Aroma Laut, Restoran Biru Laut, Restoran Pondok Kelapa, serta berbagai *cafe* dan *resto* yang juga menyajikan karaoke bagi pengunjung. Selain restoran terdapat pula warung-warung di sepanjang jalan pantai yang dimiliki oleh pribadi dengan jumlah lebih dari 30 warung.

Jalan dari Kota Pangkalpinang menuju Pantai Pasir Padi berupa aspal sehingga tidak sulit untuk dilalui. Adapun transportasi yang dapat membantu pengunjung atau wisatawan untuk sampai ke Pantai Pasir Padi yaitu dapat melalui transportasi darat jika berada di Pulau Bangka, apabila di luar pulau Bangka dapat melalui transportasi laut dan udara. Transportasi darat yang dapat dijadikan alternatif adalah kendaraan pribadi dan bisa juga dengan melakukan pemesanan taksi seperti taksi *bluebird* atau ojek *online* melalui aplikasi seperti *Grab*, *Go-jek* dan *Aok-jek*. Untuk angkutan kota sulit dijadikan alternatif karena tidak ada rute pemberhentian di Pantai Pasir Padi.

Promosi merupakan salah satu kegiatan bauran pemasaran yang sangat penting dalam keberhasilan suatu produk, jasa atau bisnis apapun.

(Wijayanti, 2017:74). Usaha promosi dari pihak Pemerintah Kota Pangkalpinang tidak hanya dilakukan secara langsung, namun juga secara tidak langsung terhadap sektor pariwisata terlebih pada objek wisata yang berada di Kota Pangkalpinang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Dinas Pariwisata Kota Pangkalpinang, banyak upaya dilakukan mengingat sedikit atau terbatasnya jumlah objek wisata yang tersedia di Pangkalpinang. Promosi yang telah dilakukan sudah dapat dengan mudah diakses melalui internet karena pihak Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga telah menyediakan *website* tersendiri bagi Kota Pangkalpinang beserta informasi mengenai objek wisata, akses transportasi, restoran, penginapan, agen perjalanan, peta, kuliner bahkan agenda kegiatan perayaan keagamaan atau *event-event* khusus lainnya.

Secara langsung promosi yang dilakukan untuk Pantai Pasir Padi adalah pemberian layanan pusat informasi yang berada di kawasan Pantai Pasir Padi. Usaha lain yang dilakukan dalam mengembangkan promosi yaitu pencetakan brosur dan CD/DVD yang memuat berbagai macam penjelasan mengenai objek wisata yang ada di Kota Pangkalpinang termasuk Pantai Pasir Padi. Promosi lainnya berupa pembuatan buklet, *tourist map*, kalender, dan ditayangkan pula pada media massa yaitu televisi. Promosi tidak hanya dilakukan di wilayah Pangkalpinang, melainkan di berbagai wilayah Indonesia seperti Sumatera, Jawa, Kalimantan dan Sulawesi melalui berbagai ajang pameran yang rutin

diselenggarakan oleh kerjasama berbagai pihak Dinas Pariwisata se-Indonesia.

Suatu objek wisata tidak akan bertahan tanpa adanya suatu nilai yang mendukung. Sesuatu yang memiliki nilai tersebut merupakan sebuah keunikan, keindahan atau hasil buatan manusia dari objek tersebut dan biasa disebut dengan daya tarik wisata. (Suryadana dan Octavia, 2011:31). Daya tarik dari Pantai Pasir Padi adalah pantai ini memiliki ombak yang sangat tenang dan jauh dari tepi pantai, bahkan pasirnya bisa dilalui sepeda motor maupun mobil. Karena keunikan tersebut tidak sedikit yang memanfaatkan Pantai Pasir Padi hanya untuk sekedar bermain sepak bola ataupun olahraga lainnya. Pantai Pasir Padi menyajikan pemandangan yang mempesona, karena ketika pantai surut para pengunjung ataupun wisatawan dapat melihat Pulau Punai yang berada tidak jauh dari bibir pantai dan dapat dikunjungi dengan berjalan kaki.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Pangkalpinang, pada tahun 2016 perayaan Peh Cun yang merupakan tradisi adat masyarakat keturunan Tionghoa, khususnya yang beragama Konghucu dan Budha pernah diadakan bersama acara balap motor pantai yang diselenggarakan oleh IMI (Ikatan Motor Indonesia) Babel di Pantai Pasir Padi. Acara tersebut membuat jumlah pengunjung mencapai 6000 hingga 7000 orang dalam satu hari. *Event* yang juga ramai dikunjungi adalah “*Extreme Beach Sand Race 2018*”, dan merupakan satu-satunya *event* GTX Pantai di Indonesia, dengan mengikutsertakan peserta dari berbagai kategori usia dan

menghadirkan beberapa peserta dari negara di luar Indonesia. *Event motorcross* di Pantai Pasir Padi diselenggarakan rutin yaitu 4 kali dalam setahun. Adapun *event* lain yang telah diadakan di Pantai Pasir Padi guna menarik minat para pengunjung.

Tabel I.3 Daftar Kegiatan / Event - Event di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang Tahun 2016 - 2018

No	Nama Kegiatan / Event	Jenis Event	Tahun
1	Kejuaraan Grass Track Pantai Open 2016	Olahraga	2016
2	Mobil Stage Black Series 2016	Komunitas	2016
3	Ocean City Yoga	Family Gathering	2016
4	Peringatan Maulid Nabi Muhammad Saw 1438 H	Agama	2016
5	Festival Hiburan Rakyat dan Promosi Produk Unggulan Mandala Finance	Branding Produk	2017
6	Grass Track Pantai	Olahraga	2017
7	Race Pantai Walikota Cup	Olahraga	2017
8	Grass Track Pantai Open Dandim 0413 Bangka	Olahraga	2017
9	Pesta Pergantian Tahun "Bersama Rakyat TNI Kuat"	Hiburan Rakyat	2017
10	Pelatihan dan Simulasi Land Resque	Pelatihan	2017
11	Kerja Bakti Pantai Pasir Padi	Sosial	2017
12	Family Gathering Hut KNPI	Komunitas	2017
13	Gerakan Pramuka Penerima Tamu Ambalan	Pramuka	2017
14	Pangkalpinang Fiesta 2017	Hiburan	2017
15	Kejuaraan H Wahyu Dwicahyono GTX	Olahraga	2018
16	Mobile Komunitas Vespa	Komunitas	2018
17	Extreme Beach Sand Race	Olahraga	2018
18	Pelatihan Dan Simulasi Land Rescue (Pelatihan Potensi Sar)	Pelatihan	2018

Sumber : Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Pangkalpinang, 2018

Daftar kegiatan tersebut menunjukkan bahwa Pantai Pasir Padi sering digunakan untuk berbagai macam kegiatan atau *event*. Mulai dari bentuk pelatihan, pendidikan, sosial, olahraga, dan hiburan. Kegiatan atau *event* yang semakin banyak digelar di Pantai Pasir Padi ini akan menambah daya tarik untuk berwisata, sehingga kemungkinan tidak hanya jumlah pengunjung yang bertambah tetapi juga berpotensi bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara.

Suatu usaha dalam memperkenalkan suatu objek mempengaruhi timbulnya sebuah persepsi. Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda, maka dari itu persepsi bersifat subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. (Setiadi, 2013:92). Pemahaman dan riset kepuasan atau ketidakpuasan penting bagi perusahaan untuk mengukur kinerja pelayanan, citra, dan fasilitas yang dapat memperbaiki faktor penyebab ketidakpuasan sehingga menjadi sumber keuntungan kompetitif bagi perusahaan. (Hasan, 2015:366). Kepentingan tersebut membuat pelaku sektor pariwisata perlu mempertimbangkan setiap persepsi yang dianalisis dari setiap pengunjung. Persepsi pengunjung selama ini belum tersorot untuk pengembangan di Pantai Pasir Padi. Pembinaan tersebut harus dilakukan karena Pantai Pasir Padi sudah diusahakan sebagai destinasi wisata yang mumpuni.

Untuk memperkuat latar belakang masalah yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka peneliti melakukan survei awal guna memperoleh data pendukung penelitian pada objek Pantai Pasir Padi, yang dapat dilihat dari tabel I.4 sebagai berikut :

Tabel I.4 Hasil Survei Awal terhadap 50 orang pengunjung di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang

No.	Pertanyaan	Jawaban (jumlah orang)	Persentase (%)
1	Apakah fasilitas yang ditawarkan di Pantai Pasir Padi sudah lengkap dan memadai	Ya : 18 orang	Ya : 36%
		Ragu-ragu : 21 orang	Ragu-ragu : 42%
		Tidak : 11 orang	Tidak : 22%
2	Apakah promosi yang dilakukan terhadap Pantai Pasir Padi berjalan baik dan dapat diketahui dengan mudah	Ya : 11 orang	Ya : 22%
		Ragu-ragu : 24 orang	Ragu-ragu : 48%
		Tidak : 15 orang	Tidak : 30%

3	Apakah daya tarik wisata dari segi keunikan dan keaslian di Pantai Pasir Padi sangat menarik untuk dikunjungi	Ya : 20 orang Ragu-ragu : 16 orang Tidak : 14 orang	Ya : 40% Ragu-ragu : 32% Tidak : 28%
4	Apakah persepsi pengunjung sangat dibutuhkan berkaitan dengan fasilitas, promosi dan daya tarik wisata Pantai Pasir Padi	Ya : 33 orang Ragu-ragu : 10 orang Tidak : 7 orang	Ya : 66% Ragu-ragu : 20% Tidak : 14%
5	Apakah fasilitas, promosi dan daya tarik wisata yang baik akan menghasilkan persepsi pengunjung yang baik	Ya : 38 orang Ragu-ragu : 12 orang Tidak : tidak ada	Ya : 76% Ragu-ragu : 24% Tidak : 0%
6	Apakah objek wisata Pantai Pasir Padi dapat direkomendasikan untuk para wisatawan domestik maupun mancanegara	Ya : 13 orang Ragu-ragu : 26 orang Tidak : 11 orang	Ya : 26% Ragu-ragu : 52% Tidak : 22%

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2018

Berdasarkan survei awal, dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya masalah pada variabel fasilitas, promosi dan daya tarik wisata di Pantai Pasir Padi. Fasilitas dinyatakan belum lengkap karena jawaban responden sebesar 42% menjawab “ragu-ragu” atas kelengkapan fasilitas. Fasilitas yang dianggap kurang lengkap adalah minimnya toilet yang bersih, kurang tersedianya tempat sampah di pinggiran Pantai Pasir Padi, tidak tersedia lampu pada malam hari di pinggiran Pantai Pasir Padi, tidak ada fasilitas keamanan yang dapat menjaga ketertiban di area Pantai terutama pada malam hari. Promosi yang belum banyak diketahui dan belum dijalankan dengan baik dibuktikan dari jawaban responden sebesar 48% yang menyatakan “ragu-ragu” atas pengadaan promosi terhadap Pantai Pasir Padi, terlebih wisatawan dari luar Pulau Bangka yang belum mengetahui tentang Pantai Pasir Padi kurang merasakan atau melihat dari promosi yang telah dilakukan oleh pihak pemerintah maupun swasta.

Daya tarik wisata dianggap kurang menarik karena jawaban responden yang tidak meyakinkan, sehingga jawaban “ya” terhadap keunikan atau keaslian yang ditawarkan bahkan tidak mencapai 50%. Tidak adanya ciri khas atau *icon* tersendiri dari Pantai Pasir Padi membuat Pantai ini kalah saing dengan Pantai di area Sungailiat atau di luar kota Pangkalpinang. Semua variabel akan dianalisa berdasarkan persepsi pengunjung, karena berdasarkan jawaban responden sebesar 66% menyatakan bahwa pentingnya persepsi pengunjung terhadap pengadaan fasilitas, promosi dan daya tarik wisata yang memadai.

Berdasarkan latar belakang masalah dan hasil pra survei, maka judul untuk penelitian ini adalah **“ANALISIS PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP FASILITAS, PROMOSI DAN DAYA TARIK WISATA DI PANTAI PASIR PADI PANGKALPINANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi pengunjung terhadap fasilitas di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang?
2. Bagaimana persepsi pengunjung terhadap promosi di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang?
3. Bagaimana persepsi pengunjung terhadap daya tarik wisata di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang ?

4. Bagaimana gambaran keseluruhan persepsi pengunjung terhadap komponen pariwisata di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka ruang lingkup dari penelitian ini terfokus pada fasilitas, promosi dan daya tarik wisata sebagai variabel bebas atau variabel X, dengan persepsi pengunjung sebagai variabel terikat atau variabel Y. Objek atau penelitian hanya dilakukan di kawasan Pantai Pasir Padi Pangkalpinang.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah adalah:

1. Untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap fasilitas di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang
2. Untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap promosi di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang
3. Untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap daya tarik wisata di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang
4. Untuk menganalisis gambaran keseluruhan mengenai persepsi pengunjung terhadap komponen pariwisata di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi serta berkontribusi terhadap ilmu pengetahuan manajemen secara umum, dan bidang pemasaran pada khususnya, yang berkaitan dengan masalah persepsi pengunjung terhadap fasilitas, promosi dan daya tarik wisata.

b. Bagi Penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan dan memperluas pikiran penulis agar dapat lebih tekun dan berusaha meningkatkan kemampuan dalam menganalisis suatu permasalahan pada ruang lingkup pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak pengelola Pantai Pasir Padi Pangkalpinang dan kepada pihak masyarakat kawasan Pantai Pasir Padi Pangkalpinang, bahkan bila perlu diteruskan kepada pihak pemerintah untuk dapat terus mengembangkan dan memperbaiki fasilitas, promosi dan daya tarik wisata di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang agar dapat menjadi objek wisata yang menarik dan lebih baik lagi bagi para pengunjung maupun wisatawan.

3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran kebijakan yang perlu dievaluasi oleh pihak pengelola Pantai Pasir Padi Pangkalpinang dan Pemerintah Kota Pangkalpinang.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan susunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah yang diteliti, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan landasan teori yang berkaitan dengan manajemen dan pemasaran, serta landasan teori berkaitan dengan permasalahan yang diambil yaitu teori yang berhubungan dengan persepsi pengunjung terhadap fasilitas, promosi dan daya tarik wisata di Pantai Pasir Padi Pangkalpinang. Selain dari landasan teori tersebut, juga terdapat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini penulis menguraikan tentang metode penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, tempat dan waktu penelitian, data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil analisis, hasil pengujian serta pembahasan yang diperoleh peneliti.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan pembahasan, saran bagi pihak yang terlibat dan keterbatasan penelitian.