BAB IV
ANALISIS PERMINTAAN SARANA WISATA PANTAI

Pengembangan suatu wilayah perencanaan harus dilihat dari potensi yang ada. Demikian pula dalam hal pengembangan wisata Pantai Matras perlu memperhatikan potensi yang akan mendorong pengembangan tersebut.

Suatu kawasan wisata dapat dikatakan suatu obyek yang baik apabila dapat menaikan arus kunjungan wisata dalam jumlah yang relatif be sar. Dengan kata lain suatu kawasan wisata ditentukan oleh ada dan tidaknya kunjungan wisata, untuk itu perlu diciptakan suatu kawasan wisata yang menarik dalam arti suatu kawasan yang memenuhi kebutuhan dan minat wisatawan sesuai konsep pemasaran (Bahar, 1986 : 14)

Untuk mengetahui kebutuhan dan minat wisatawan terhadap suatu kawasan wisata, perlu dilakukan analisis terhadap karakteristik pengunjung. Hasil analisis ini akan digunakan sebagai salah satu dasar arahan pengembangan sarana wisata di kawasan Pantai Matras.

4.1 Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Pantai Matras Kecamatan Sungailaiat

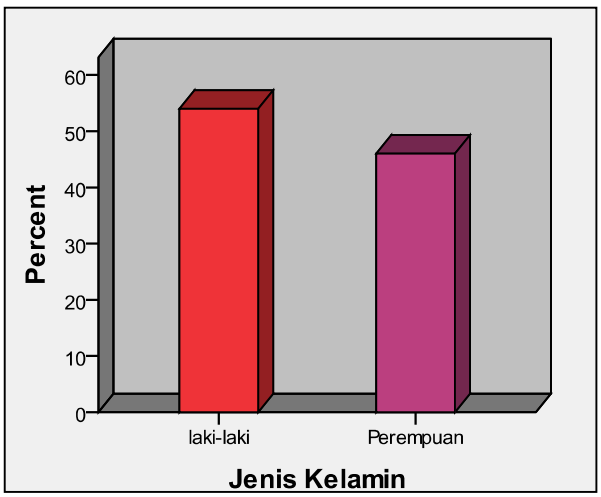
Karakteristik pengunjung dikat egorikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pengeluaran , serta kategori yang berhubungan dengan siapa responden datang ke obyek wisata Pantai Matras, frekuensi kunjungan, tujuan kunjungan, alat transportasi, waktu yan g dihabiskan di obyek wisata Pantai Matras, pengeluaran terbesar di lokasi wisata, serta lama responden meghabiskan waktu di obyek wisata Pantai Matras.

Pembahasan mengenai karakteristik ini adalah untuk memberikan gambaran wisatawan yang datang berkunjung dan memanfaatkan obyek wisata Pantai Matras, mengingat setiap wisatawan yang berkunjung akan memiliki perbedaan dalam memilih kebutuhan akan sarana wisata Pantai Matras. Selanjutnya hasil analisis karakteristik ini akan digunakan sebagai dasar pada analisis selanjutnya mengenai permintaan sarana berdasarkan keinginan pengunjung.

4.1.1 Karakteristik Umum Responden

A. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan terhadap 100 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dapat dilihat karakteristik pengunjung berdasarkan jenis kelaminnya. Perbandingan jumlah pengunjung laki-laki dan pengunjung perempuan di obyek wisata Pantai Matras relatif hampir sama. Perbandingan antara dua jenis kelompok ini sebesar 54% didomonasi oleh laki-laki dan 46% untuk jenis kelamin perempuan. Selengkapnya mengenai persentase karakteristik pengunjung ke obyek wisata Pantai Matras berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

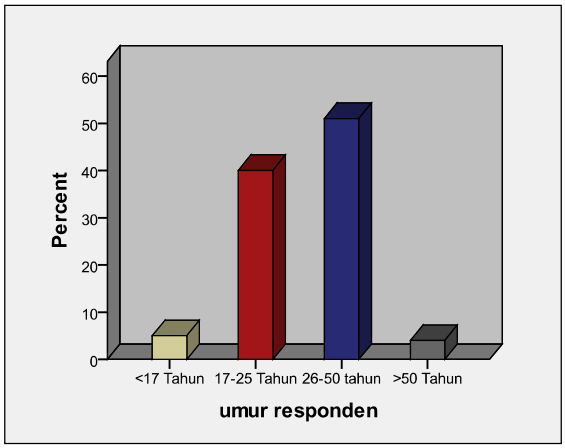


Gambar 4.1
Karakteristik Responden Obyek Wisata
Pantai Matras Berdasarkan Jenis Kelamin

Dengan jumlah persentase yang relatif hamper sama antara kedua katagori karakteristik pengunjung berdasarkan jenis kelaminnya, maka dapat disimpulkan bahwa obyek wisata Pantai Matras diminati oleh semua jenis kelamin.

B. Usia

Berdasarkan usia, sebagian besar pengunjung atau wisatawan berusia 26 - 50 tahun (51%) dan sisanya sebesar 40% yaitu pengunjung yang berusia 17 -25 tahun, usia kurang dari 17 tahun sebesar 5% dan lebih dari 50 tahun sebesar 4% untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar berikut:

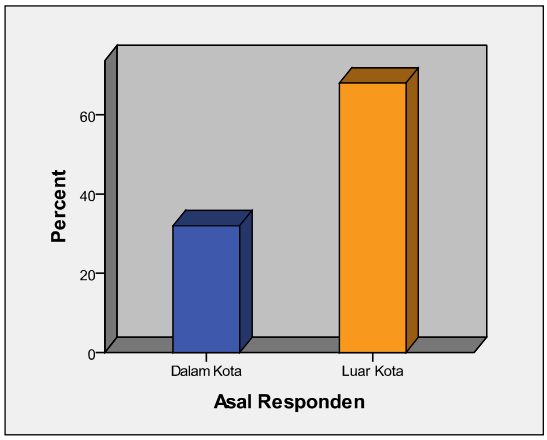


Gambar 4.2
Karakteristik Responden Obyek Wisata
Pantai Matras Berdasarkan Usia

Pengunjung yang datang ke obyek wisata Pantai Matras ini pada umum nya dewasa, hal ini di sebabkan adanya berbagai kegiatan seperti dapat menikmati keindahan pantai, selain itu dipandang sebagai kebutuhan baik laki-laki maupun perempuan dalam kelompok usia ini akan tempat wisata yang mudah dijangkau dan cocok dimanfaatkan oleh keluarga dan rombongan dalam jumlah yang banyak.

C. Daerah Asal

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan, dapat diketahui bahwa obyek wisata Pantai Matras tidak hanya diminati oleh pengunjung yang berasal dari dalam Kabupaten Bangka sendiri melainkan juga diminati oleh pengunjung dari luar Kabupaten Bangka, hal ini dapat dilihat dari karakteristik pengunjung berdasarkan tempat tinggalnya yakni ada yang berasal dari luar Kabupaten (Pangkalpinang, Mentok, Toboali, Belinyu, Belitung)



Gambar 4.3
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras
Berdasarkan Tempat Tinggal

Dari gambar 4.3 di atas, dapat dilihat jumlah responden berdasarkan tempat tinggal, dengan persentase tempat tinggal terbesar adalah di luar Kabupaten Bangka dengan jumlah persentase sebesar 68%, dan sisanya 32% dari dalam Kabupaten Bangka. Dari hasil persentase tersebut dapat diketahui bahwa obyek wisata Pantai Matras lebih diminati oleh pengunjung yang berasal dari luar Kabupaten Bangka. Disimpulkan bahwa obyek wisata Pantai Matras sudah cukup dikenal oleh wisatawan dari luar Kabupaten Bangka.

D. Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan terakhir responden yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Matras ternyata beraneka ragam, mulai dari tingkat sekolah hingga sarjana dan pasca sarjana. Hal ini menunjukan bahwa berwisata di obyek wisata Pantai Matras tidak hanya diminati oleh tingkat SLTP karena biaya tiket yang murah, melainkan sampai pada tingkat sarjana dan pasca sarjana. Selengkapnya mengenai tingkat pendidikan terakhir responden disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras
Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Katagori Pendidikan	Jumlah	Persentase
SLTP	3	3%
SLTA	13	13%
D3	15	15%

Katagori Pendidikan	Jumlah	Persentase
Sarjana	**49**	**49%**
Pasca sarjana	20	20
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber : Hasil Analisis, 2011

Pada tabel III.1 diatas dapat dilihat persentase pengunjung obyek wisata Pantai Matras berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Dari persentase tersebut diketahui pengunjung obyek wisata Pantai Matras lebih didominasi oleh pengunjung dengan tingkat pendidikan terakhir Sarjana dengan persentase sebesar 49%.

E. Pekerjaan

Tingkat pekerjaan akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan kunjungan wisata. Selain itu pekerjaan juga merupakan salah satu faktor pendorong seseorang dalam memilih dan menikmati suatu obyek wisata karena pekerjaan akan sangat berhubungan erat dengan pendapatan, dan pendapatan juga sangat mempengaruhi pengunjung dalam berwisata.

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras
Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Katagori Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	39	39%
Wiraswasta	3	3%
Swasta	**42**	**42%**
Pelajar/mahasiswa	16	16%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber : Hasil Analisis, 2011

Berdasarkan tabel III. 2 dapat dilihat persentase pengunjung berdasarkan tingkat pekerjaan yang berwisata di obyek wisata Pantai Matras Kabupaten Bangka. Pada dasarnya pengunjung yang berwisata di obyek wisata Pantai Matras memiliki status pekerjaan yang berbeda-beda dan beragam dari PNS, pegawai swasta, wiraswsta, dan pelajar/mahasiswa. Namun dapat diketahui bahwa persentase terbesar pengunjung yang ada di obyek wisata Pantai Matras berdasarkan pekerjaan adalah Swasta (42%), sisanya 39% yaitu pengunjung yang bekerja sebagai PNS, dan pelajar/mahasiswa 16%. Persentase ini

menunjukan bahwa obyek wisata Pantai matras sangat diminati oleh semua kalangan yang ingin menikmati keindahan obyek wisata Pantai Matras bersama keluarga.

F. Pengeluaran Rata-Rata Per Bulan

Dari hasil kuesioner yang disebarkan diketahui bahwa tingkat pengeluaran responden di obyek wisata Pantai Matras beragam, mulai dari dengan tingkat pengeluaran yang kecil, sedang hingga tingkat pengeluaran besar. Untuk lebih jelasnya bsa di lihat pada tabel berikut :

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras
Berdasarkan Tingkat Pengeluaran per Bulan

Pengeluaran Rata-rata per Bulan	Jumlah	Persentase
< Rp. 1.000.000	17	17%
Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	15	15%
Rp. 2.000.000-Rp. 4.000.000	**29**	**29%**
Rp. 4.000.000-Rp. 6.000.000	28	28%
> Rp. 6.000.000	11	11%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber : Hasil Analisis, 2011

Berdasarkan tabel III.3 diatas diketahui persentase pengunjung berdasarkan tingkat pengeluaran terbesar yakni pada tingkat pengeluaran Rp.2.000.000-Rp 4.000.000 yaitu 29%, dan sisanya sebesar 28% yaitu pengunjung dengan pengeluaran rata-rata Rp. 4.000.000-Rp 6.000.000, pengeluaran kurang dari Rp.1.000.000 sebesar 17%, pengeluaran Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 sebesar 15%, dan pengeluaran lebih dari Rp 6.000.000 sebesar 11%. jumlah ini menunjukan bahwa pengunjung obyek wisata Pantai Matras relatif yang mempunyai tingkat pendapatan besar.

4.1.2 Karakteristik Perjalanan Wisata

A. Tujuan Kunjungan

Motivasi atau tujuan responden mengunjungi obyek wisata Pantai Matras pada umumnya untuk menikmati keindahan pantai bersama keluarga atapun kerabatnya, dengan persentase 70% terhadap 100 responden. Disamping itu, responden yang menjawab untuk mencari ketenangan di obyek wisata Pantai

Matras sebesar 13%, sedangkan responden mencari keramaian 11%, sisanya 4% untuk bisnis dan lainya 2%.

Tabel IV.4
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras
Berdasarkan Tujuan Berwisata

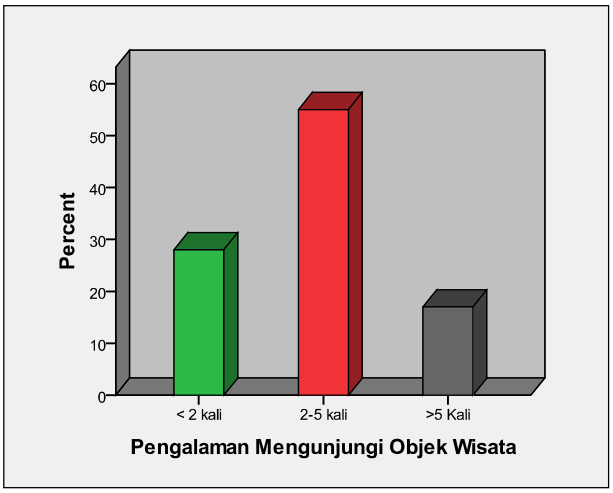
Tujuan Berwisata	Jumlah	Persentase
Menikmati keindahan pantai	**70**	**70%**
Mencari keramaian	11	11%
Mencari ketenangan	13	13%
Bisnis	4	4%
Lainnya	2	2%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber : Hasil Analisis, 2011

Apabila dilihat dari tujuan wisatawan mengunjungi obyek wisata Pantai Matras yang didominasi dengan tujuan utama untuk menikmati keindahan pantai, maka ini sesuai dengan salah satu fungsi obyek wisata Pantai Matras sebagai sarana rekreasi untuk menikmati pemandangan alam dengan nuansa pantai yang indah dan pasir putih yang halus, sehingga dapat menghilangkan kejenuhan dan menjaga kestabilan aktivitas kerja serta memulihkan kembali kebugaran jasmani dan rohani.

B. Pengalaman Mengunjungi Obyek Wisata

Dengan mengetahui pengalamani kunjungan responden ke obyek wisata Pantai Matras dapat diketahui pula seberapa besar minat responden/pengunjung dalam melakukan kunjungan ke obyek wisata Pantai Matras. Dengan mengetahui seberapa sering responden dalam mengunjungi obyek wisata Pantai Matras, berarti diketahui pula minat responden dalam hal melakukan kunjungan yang lebih dari satu kali dan hal ini dapat dikatakan bahwa obyek wisata Pantai Matras mampu menarik pengunjung untuk berkunjung kembali.

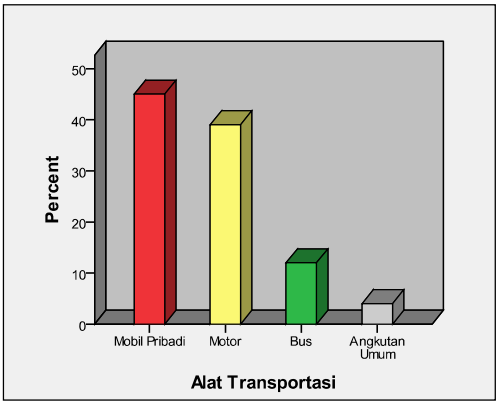


Gambar 4.4
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras
Berdasarkan Pengalaman Mengunjungi Obyek Wisata

Dari gambar diatas dapat dilihat besarny a proporsi responden yang melakukan kunjungan dengan frekuensi kunjungan 2-5 kali sebesar 55%, jumlah ini menunjukan minat responden untuk merasakan kembali berwisata di obyek wisata Pantai Matras, pengalaman lainnya adalah kurang dari 2 kali mengunjungi obyek wisata Pantai Matras dengan persentase sebesar 28%, 17% menjawab lebih dari 5 kali kunjungan. Jumlah ini menunjukkan bahwa obyek wisata Pantai Matras sangat berpotensi, karena wisatawan tidak bosan berkunjung kembali untuk melihat keindahan pantai yang ada di obyek wisata Pantai matras.

C. Alat Transportasi Yang Digunakan

Berdasarkan kuesioner pada umumnya wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Matras menggunakan mobil pribadi sebagai moda transportasi untuk perjalanan ke obyek wisata Pantai Matras yaitu sebesar 45%, sisanya 39% menggunakan motor, 12% menggunakan bus, dan 4% m enggunakan angkutan umum.

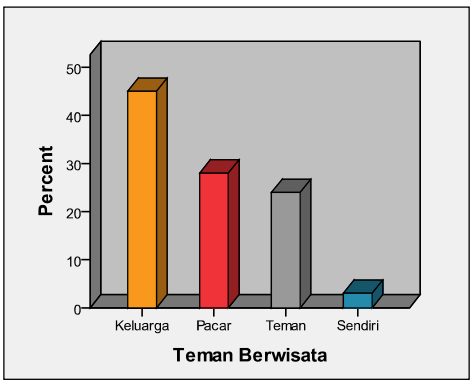


Gambar 4.5
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras Berdasarkan Jenis Transportasi Yang Digunakan

Besarnya persentase yang menggunakan mobil pribadi sebagai alat transportasi menuju ke obyek wisata juga dapat dikatakan bahwa kecenderungan pengunjung ke obyek wisata Pantai Matras akan lebih didominasi oleh kelompok keluarga yang kebanyakan berasal dari luar Kabupaten Bangka dengan jarak yang cukup jauh sehingga pengunjung lebih menggunakan mobil pribadi dibandingkan moda transportasi lainnya.

D. Teman Berwisata

Dalam memanfaatkan obyek Pantai Matras Kabupaten Bangka ini, wisatawan cenderung bersama keluarga. Secara dominan responden mengunjungi obyek wisata Pantai Matras bersama keluarganya adalah (45%), adanya jumlah persentase terbesar ini juga menunjukan bahwa fungsi obyek wisata Pantai Matras sebagai obyek wisata keluarga.

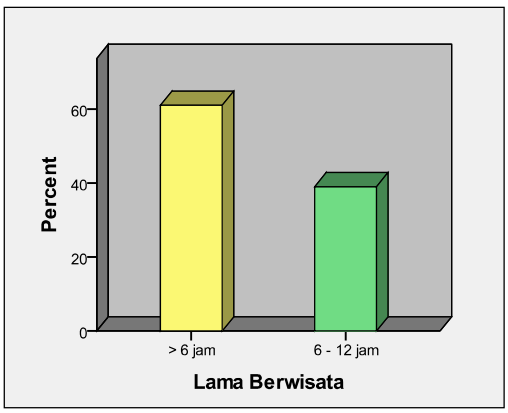


Gambar 4.6
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras Berdasarkan Teman Wisata

Perjalanan berwisata ini selain didominasi oleh keluarga sebanyak 45%, juga ternyata teman perjalanan dalam berwisata ke obyek wisata Pantai Matras terdapat sebesar 28% menjawab mengunjungi obyek wisata Pantai Matras ini dengan pacar, 24% dengan teman dan sisanya sendiri sebesar 3%. Jumlah ini menunjukan bahwa untuk mengunjungi obyek wisata Pantai Matras Kabupaten Bangka lebih menyenangkan bersama keluarga dan pacar.

E. Lama Waktu Kunjungan

Lama waktu kunjungan yang digunakan oleh wisatawan di obyek wisata Pantai Matras untuk setiap wisatawan bervariasi, lama tidaknya wisatawan dalam menghabiskan waktunya berwisata di obyek wisata Pantai Matras tergantung dari kebutuhan pengunjung.



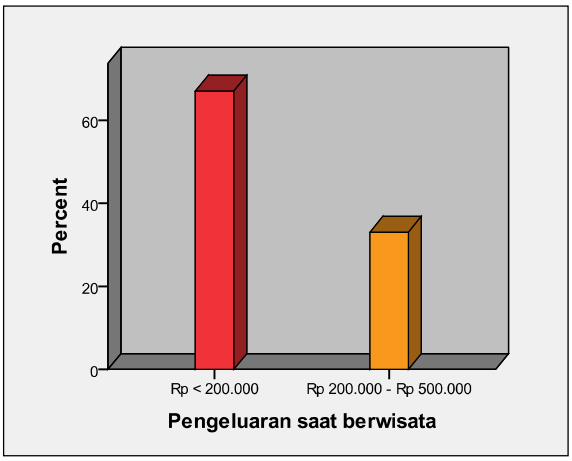
Gambar 4.7
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras
Berdasarkan Lama Waktu Kunjungan

Dari gambar di atas dapat dilihat besarnya proporsi responden dalam menghabiskan waktunya di obyek wisata Pantai Matras Kabupaten Bangka, wisatawan yang menghabiskan waktunya bersama keluarga ataupun pacar lebih banyak dibandingkan dengan yang lain hal tersebut dibuktikan dengan persentase dari survei yang dilakukan bahwa sebanyak 61% responden menjawab lama kunjungan yang dihabiskan di obyek wisata Pantai Matras adalah kurang dari 6 jam, dan sisanya 39% 6-12 jam. Selain itu tidak ada wisatawan yang menghabiskan waktu wisatanya lebih dari 24 jam dikarenakan

Obyek Wisata Pantai Matras belum ada sarana untuk penginapan, maka dari itu untuk pengembangannya di butuhkan saran a penginapan agar wisatawan lebih lama berwisata di Obyek wisata Pantai Matras.

F. Pengeluaran di Lokasi Wisata

Pengeluaran pengunjung di lokasi obyek wisata Pantai Matras (tiket, makan, minum dan sebagainya) bervariasi antara pengunjung yang satu dengan yang lannya, sama halnya dengan lama waktu yang dihabiskan di obyek wisata. Adanya perbedaan pengeluaran ini juga dikaren akan kebutuhan pengunjung di lokasi wisata yang berbeda,



Gambar 4.8
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras
Berdasarkan Besar Pengeluaran di Lokasi Wisata
(tiket,makan,minum, dan sebagainya)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat besar nya pengeluaran pengunjung di obyek wista Pantai Matras (tiket, makan, minum, dan sebagainya) adalah kurang dari Rp 200.000 sebesar 67%, dan sisanya 33% dengan pengeluaran sebesar Rp 200.000 -Rp 500.000.

4.1.3 Karakteristik Persepsi Tentang Obyek Wisata Pantai Matras

A. Pengetahuan Awal Obyek Wisata Pantai Matras

Pengetahuan tentang keberadaan obyek wi sata Pantai Matras sangat penting untuk mendorong perkembangan obyek wisata Pantai Matras kedepan. Pengetahuan tentang obyek wisata Pantai Matras juga tidak

hanya pada keberadaan daya tariknya, akan tetapi mencakup ke seluruhan baik fasilitas, aksesibilitas maupun bentuk dari kegiatan yang ditawarkan oleh obyek wisata Pantai Matras. Oleh sebab itu, baik pengelola maupun pemerintah daerah harus mampu mengemas obyek wisata ini sebaik mungkin sehingga keberadaan obyek wisata ini dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Minimnya pengetahuan responden tentang keberadaan obyek wisata Pantai Matras, membuat perkembangan obyek wisata ini lama dalam perkembangannya, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya responden yang menjawab mengetahui obyek wisata ini dari teman atau keluarga sebesar 77%, hal ini menandakan bahwa bentuk promosi dari obyek wisata Pantai Matras belum baik. Selengkapnya mengenai pengetahuan responden te rhadap obyek wisata Pantai Matras disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel IV.5
Pengetahuan Responden Tentang Obyek Wisata Pantai Matras

Pengetahuan Tentang Obyek Wisata	Jumlah	Persentase
Teman atau keluarga	**77**	**77%**
Biro perjalanan	12	12%
Iklan	1	1%
Pusat informasi pariwisata	10	10%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber : Hasil Analisis, 2011

Berdasarkan tabel III.4 di atas terlihat bahwa kebanyakan responden yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Matras Kabupaten Bangka mengetahui obyek wisata tersebut dari teman atau keluarga. Jumlah ini menunjukan betapa besarnya informasi dan promosi yang disampaikan dari mulut ke mulut yang diyakini kebenarannya. Selain itu responden yang mengetahui keberadaan obyek wisata Pantai Matras melalui biro perjalanan mencapai 12%, jumlah ini juga menunjukan bahwa sudah adanya upaya promosi Pantai Matras melalui biro perjalanan meskipun belum terlalu berhasil sepenuhnya. Sedangkan sisanya sebesar 10% dan 1% responden mengetahui obyek wisata ini dari pusat informasi pariwisata dan iklan.

B. Kunjungan Ke Obyek Wisata Pantai Lain

Pada dasarnya pengunjung yang menjadi responden di obyek wisata Pantai Matras pernah mengunjungi obyek wisata pantai lain yang ada di dalam kabupaten Bangka maupun di luar kabupaten Bangka. Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner, pantai lain yang menjadi pilihan responden dalam berwisata dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.6
Kunjungan Responden Ke Obyek
Wisata Pantai Lain Di Kabupaten Bangka

Obyek Wisata Pantai	Jumlah
Pantai Parai Tenggiri	**66**
Pantai Teluk Uber	40
Pantai Rebo	35
Pantai Tanjung Pesona	**67**
Pantai Tj. Penyusuk	25
Jumlah	**233**

Sumber : Hasil Analisis, 2011
Ket : jumlah >100 karena responden menjawab > 1 jawaban

Tabel IV.7
Kunjungan Responden Ke Obyek
Wisata Pantai Lain Di Luar Kabupaten Bangka

Obyek Wisata Pantai	Jumlah
Pantai Pasir padi	**86**
Pantai Tanjung kalian	44
Pantai Sadai	12
Pantai Penyak	25
Pantai Tanjung Berikat	4
Jumlah	**171**

Sumber : Hasil Analisis, 2011
Ket : jumlah >100 karena responden menjawab > 1 jawaban

Berdasarkan tabel IV.5 dan IV.6 bahwa untuk obyek wisata pantai lain yang ada di Kabupaten Bangka maupun di luar Kabupaten Bangka mempunyai daya tarik yang berbeda-beda. Dari hasil penyebaran kuesioner terbukti bahwa 67/66 responden dominan ke obyek wisata Pantai Tanjung Pesona/Pantai Parai Tenggiri (dalam Kabupaten Bangka) dan 86 responden dominan ke obyek wisata Pantai Pasir Padi (luar Kabupaten Banga).

Jumlah ini menunjukan bahwa obyek wisata Pantai Tanjung Pesona dan Pantai Parai Tinggiri (dalam Kabupaten Bangka) memiliki kelengkapan fasilitas dengan skala pelayanan yang sangat memadai dilengkapi dengan keberadaan hotel serta penginapan dan restoran/tempat makan dalam satu lokasi yang menjadi daya saing bagi obyek wisata Pantai Matras karena berada dalam satu Kabupaten yaitu Kabupaten Bangka. Selain itu Pantai Pasir Padi yang terletak di luar kabupaten menjadi pilihan utama bagi responden, hal ini dikarenakan selain fasilitas yang lengkap, Pantai Pasir Padi juga merupakan salah satu pantai yang dekat dari Pusat Kota Pangkalpinang sehingga rata-rata responden pernah mengunjungi obyek wisata Pantai Pasir Padi.

C. Kelemahan Obyek Wisata Pantai Matras

Secara umum keluhan/pegalaman buruk responden selama mengunjungi obyek wisata Pantai Matras adalah kurangnya kebersihan, sehingga terkesan tidak terawat dan kotor. Apabila kondisi ini dibiarkan terus-menerus maka akan mempengaruhi terhadap kunjungan responden kembali ke obyek wisata Pantai Matras, oleh sebab itu pihak pengelola harus melakukan upaya peningkatan kebersihan di lokasi obyek Wisata Pantai Matras.

Selain tingkat kebersihan yang menjadi keluhan responden, terdapat beberapa keluhan lainnya yang pada saat ini menjadi hambatan responden dalam berwisata antara lain kurangnya sarana toilet, tempat sampah, kebersihan toilet, keamanan di lokasi wisata, dan tidak adanya penertiban PKL (pedagang kaki lima), serta tidak adanya toko souvenir permanen. Keluhan-keluhan responden tersebut diatas akan memberikan pengalaman yang buruk bagi pengunjung selama berada di obyek wisata Pantai Matras, sehingga pihak pengelola perlu mengatasi hambatan tersebut, sehingga berpengaruh terhadap perkembangan obyek wisata Pantai Matras ke depan.

D. Keunggulan Obyek Wisata Pantai Matras

Setiap obyek wisata memiliki keunggulan dan daya tarik yang berbeda-beda dalam menawarkannya kepada pengunjung yang akan melakukan kunjungan, hal ini juga dialami oleh obyek wisata Pantai Matras, walaupun

berbeda dengan obyek wisata pantai lain yang ada di dalam kabupaten Bangka seperti Pantai Tanjung Pesona dan Pantai Parai Tenggiri yang memiliki fasilitas dengan skala pelayanan lengkap sebagai daya tarik tersendiri .

Adapun keunggulan-keunggulan yang menjadi daya tarik obyek wisata Pantai Matras di bandingkan pantai lainnya menurut responden adalah obyek wisata yang memberikan daya tarik berupa pantai yang indah dan luas dengan cuaca yang sejuk cocok untuk wisatawan berkumpul bersama keluarga, serta bebatuan besar yang menjadikan pemandangan alam yang menarik dan nuansa gelombang yang tenang dan jernih. Keunggulan-keunggulan tersebut menjadikan obyek wisata Pantai Matras selalu menjadi tujuan kunjungan wistawan baik di dalam maupun luar Kabupaten Bangka.

Tabel IV.8
Karakteristik Responden Obyek Wisata Pantai Matras

No	Variabel	Kawasan Wisata Pantai Matras	
		Populasi (N)	%
1	Jenis Kelamin		
	a. laki-laki	54	54%
	b. Perempuan	46	46%
	Jumlah	**100**	**100%**
2	Usia		
	a. < 17 tahun	5	5%
	b. 17-25 tahun	40	40%
	c. 26-50 tahun	51	51%
	d. > 50 tahun	4	4%
	Jumlah	**100**	**100%**
3	Daerah Asal		
	a. Dalam Kota/Kabupaten Bangka	33	33%
	b. Luar Kota/Kabupaten Bangka	67	67%
	Jumlah	**100**	**100%**
4	Pendidikan Terakhir		
	a. SD	0	0%
	b. SLTP	3	3%
	c. SLTA	13	13%
	d. D3	15	15%
	e. Sarjana	**49**	**49%**
	f. Pasca sarjana	20	20%
	Jumlah	**100**	**100%**
5	Pekerjaan		
	a. PNS	39	39%
	b. Wiraswasta	3	3%
	c. Swasta	**42**	**42%**
	d. Pelajar/Mahasiswa	16	16%
	Jumlah	**100**	**100%**
6	Pengeluaan Rata-rata per bulan		
	a. < Rp 1.000.000	17	17%
	b. Rp 1.000.000-2.000.000	15	15%

No	Variabel	Kawasan Wisata Pantai Matras	
		Populasi (N)	%
	c. Rp 2.000.000-4.000.000	**29**	**29%**
	d. Rp 4.000.000-6.000.000	28	28%
	e. > Rp 6.000.000	11	11%
	Jumlah	**100**	**100%**
7	Tujuan kunjungan		
	a. Menikmati keindahan pantai	**70**	**70%**
	b. Mencari Keramaian	11	11%
	c. Mencari Ketenangan	13	13%
	d. Bisnis/kedinasan	4	4%
	e. Lainnya	2	2%
	Jumlah	**100**	**100%**
8	Pengalaman mengunjungi obyek wisata		
	a. < 2 kali	28	28%
	b. 2--5 kali	**55**	**55%**
	c. > 5 kali	17	17%
	Jumlah	**100**	**100%**
9	Alat transportasi yang digunakan		
	a. Mobil pribadi	**45**	**45%**
	b. Motor pribadi	39	39%
	c. Bus umum/wisata	14	14%
	d. Angkutan Umum	4	4%
	e. Lainnya	0	0%
	Jumlah	**100**	**100%**
10	Teman berwisata		
	a. Sendiri	3	3%
	b. Dengan keluarga	**45**	**45%**
	c. Dengan pacar	28	28%
	d. Dengan Teman	24	24%
	e. Lainnya	0	0%
	Jumlah	**100**	**100%**
11	Lama waktu kunjungan		
	a. < 6 jam	**61**	**61%**
	b. 6-12 jam	39	39%
	c. 12-24 jam	0	0%
	d. > 24 jam	0	0%
	Jumlah	**100**	**100%**
12	Pengeluaran di obyek wisata		
	a. < Rp 200.000	**67**	**67%**
	b. Rp 200.000-Rp 500.000	33	33%
	c. Rp 500.000-Rp 1.000.000	0	0%
	d. Rp > Rp 1.000.000	0	0%
	Jumlah	**100**	**100%**
13	Pengetahuan awal Pantai Matras		
	a. Teman atau keluarga	**77**	**77%**
	b. Biro Perjalanan	12	12%
	c. Iklan	1	1%
	d. Pusat informasi pariwisata	10	10%
	e. Lainnya	0	0%
	Jumlah	**100**	**100%**
14	Kunjungan ke obyek wisata pantai lain		
	1. Dalam Kabupaten Bangka		
	a. Pantai Parai Tenggiri	**66**	**28.33%**

No	Variabel	Kawasan Wisata Pantai Matras	
		Populasi (N)	%
	b. Pantai Teluk Uber	40	17.17%
	c. Pantai Rebo	35	15.02%
	d. Pantai Tanjung Pesona	**67**	28.76%
	e. Pantai Tj. Penyusuk	25	10.73%
	Jumlah	**233**	**100%**
	2. Luar Kabupaten Bangka		
	a. Pantai Pasir padi	**86**	**50.29%**
	b. Pantai Tanjung kalian	44	25.73%
	c. Pantai Sadai	12	7.02%
	d. Pantai Penyak	25	14.62%
	e. Pantai Tanjung Berikat	4	2.34%
	Jumlah	**171**	100%

Sumber : Hasil Analisis, 2011

4.2 Analisis Permintaan Pariwisata

Analisis permintaan pariwisata merupakan penilaian dari kesesuaian produk-produk wisata yang ditawarkan dengan yang dibutuhkan atau diinginkan pengunjung, maka diketahui permintaan apa yang diharapkan oleh pengunjung.

4.2.1 Analisis Permintaan Terhadap Obyek Wisata Pantai Matras

A. Kondisi Fisik Kawasan Obyek Wisata Pantai Matras

Obyek wisata alam yang ada di Pantai Matras adalah obyek wisata pantai. Untuk penilaian terhadap kondisi kawasan pantai telah dilakukan penilaian yang diambil dari persepsi pengunjung, terlihat bahwa sebagian besar pengunjung mengatakan kondisi di kawasan obyek wisata Pantai Matras adalah kurangnya kebersihan, sehingga tidak terawat dan kotor. Selain itu kurangnya keamanan di lokasi wisata, dan tidak adanya penertiban PKL yang menjadikan kondisi obyek Wisata Pantai Matras menjadi semerawut.

Tabel IV.9
Hasil Penilaian Terhadap Kondisi Fisik Kawasan Obyek Wisata Pantai

Komponen Pariwisata	Persepsi	Hasil Penilaian
Kondisi Lingkungan Pantai	Berdasarkan persepsi pengunjung keadaan kawasan wisata pantai kotor dan tidak terawat	Perlunya peningkatan kualitas dan pemeliharaan kebersihan lingkungan di sekitar kawasan pantai
	Berdasarkan persepsi pengunjung bangunan yang ada di sekitar pantai tidak teratur dan tidak terawat	Perlunya penataan dan perawatan kembali bangunan-bangunan yang ada di sekitar pantai

	Berdasarkan persepsi pengunjung tidak adanya penertiban para PKL	Perlu diadakannya penertiban PKL sehingga kondisi pantai tidak semerawut dan kondisi keindahan pantai tetap terjaga

Sumber : Hasil Analisis, 2011

B. Aktivitas Wisata

Berdasarkan hasil pengolahan kuoesioner, tujuan utama responden mengunjungi obyek wisata Pantai Matras yaitu menikmati keindahan pantai. Preferensi pengunjung mengenai jenis kegiatan wisata pendukung seperti kegiatan wisata air, pengunjung kebanyakan menginginkan kegiatan banana boat (29,7%), jet ski (23%), serta parasailing, water skiing, fly fish masing masing sebesar (12,6%). Untuk kegiatan wisata pendukung lain seperti kegiatan wisata out bond, pergelaran seni, karoke keluarga, SPA, lounge & pub dan olahraga, pengunjung lebih memilih kegiatan olahraga (33,2%), outbound (16,8%) dan SPA (14,5%).

Untuk meningkatkan daya tarik wisata pantai, kebutuhan dan pelayanan akan kegiatan wisata pendukung yang diperlukan adalah berkaitan dengan kegiatan/aktivitas tersebut di atas yaitu tersedianya kegiatan wisata banana boat, jet ski, olahraga, dan SPA.

Tabel IV.10
Preferensi Pengunjung Terhadap Jenis Kegiatan/Aktivitas Wisata

No	Variabel	Kawasan Wisata Pantai Matras	
		Populasi (N)	%
1	kegiatan wisata air		
	a. Parasiling	30	12,6%
	b. Banana boat	71	29,7%
	c. Jet ski	55	23%
	d. Wake board	23	9,6%
	e. Water skiing	30	12,6%
	f. Fly fish	30	12,6%
	Jumlah	**239**	**100%**
2	kegiatan wisata hiburan		
	a. Outbound	36	16,8%
	b. Pergelaran seni	23	10,7%
	c. Karoke keluarga	24	11,2%
	d. SPA	36	16,8%
	e. Lounge & pub	32	15%
	f. Olahraga	63	29,4%
	Jumlah	**214**	**100%**

Sumber : Hasil Analisis, 2011
Ket : jumlah >100 karena responden menjawab > 1 jawaban

Penilaian terhadap jenis kegiatan yang dibutuhkan pe ngunjung dilihat dari preferensi pengunjung terhadap jenis kegiatan wisata yang diminati, adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.11
Hasil Penilaian Terhadap Aktivitas Wisata

Komponen Pariwisata	Preferensi	Hasil Penilaian
Jenis kegiatan/aktivitas wisata	Berdasarkan preferensi pengunjung jenis kegiatan wisata air yang banyak diminati adalah jet ski dan banana boat	Mengingat di obyek wisata pantai matras tidak ada jenis kegiatan wisata yang dibutuhkan, maka perlu dibuat jenis kegiatan wisata air yaitu jet ski dan banana boat
	Berdasarkan preferensi pengunjung jenis kegiatan hiburan yang banyak disukai adalah olahraga, outbound, dan SPA	Perlu dibuat kegiatan wisata seperti olahraga, outbound, dan SPA yang dibutuhkan oleh pengunjung.

Sumber : Hasil Analisis, 2011

4.2.2 Analisis Permintaan Terhadap Sarana Wisata

A. Akomodasi

Sebagian besar responden yang berkunjung ke Pantai Matras memiliki preferensi terhadap sarana akomodasi. Preferensi mengenai akomodasi yang paling diminati yaitu hotel (41%), villa (40%), losmen (10%) dan sisanya (9%) memilih jenis akomodasi resort, bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.12
Preferensi Pengunjung Terhadap Jenis Akomodasi

No	Variabel	Kawasan Wisata Pantai Matras	
		Populasi (N)	%
1	Sarana akomodasi		
	a. Hotel	41	41%
	b. Villa	40	40%
	c. Losmen	10	10%
	d. Resort	9	9%
	Jumlah	**100**	**100%**

Sumber : Hasil Analisis, 2011

Penilaian terhadap jenis akomodasi yang dibutuhkan dilihat dari preferensi pengunjung. Dari hasil analisis permintaan telah di perol eh jenis akomodasi yang diminati menurut jenisnya, adapun penilaian terhadap jenis sara akomodasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.13
Hasil Penilaian Terhadap Jenis Akomodasi

Komponen Pariwisata	Preferensi	Hasil Penilaian
Jenis sarana Akomodasi	Jenis akomodasi yang banyak disukai adalah hotel, dan villa	Mengingat di obyek wisata pantai matras tidak ada jenis akomodasi hotel, dan villa yang dibutuhkan oleh pengunjung, maka perlu dibuat jenis akomodasi tersebut

Sumber : Hasil Analisis, 2011

B. Tempat Makan

Responden yang berkunjung ke obyek wisata Pantai Matras ini kebanyakan memilih tempat makan jenis restoran sebesar (44%), cafe (36 %) dan sisanya responden memilih warung makan/kedai (11%), foodcourt (9%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.14
Preferensi Pengunjung Terhadap Jenis Tempat Makan

No	Variabel	Kawasan Wisata Pantai Matras	
		Populasi (N)	%
1	Tempat makan		
	a. Restoran	44	44%
	b. Cafe	36	36%
	c. Warung makan/kedai	11	11%
	d. foodcourt	9	9%
	Jumlah	**100**	**100%**

Sumber : Hasil Analisis, 2011

Penilaian terhadap jenis tempat makan yang dibutuhkan dilihat dari preferensi pengunjung. Dari hasil analisis permintaan telah di peroleh jenis akomodasi yang diminati menurut jenisnya, adapun penilaian terhadap jenis sarana tempat makan dapat dilihat pada tabel berikut :

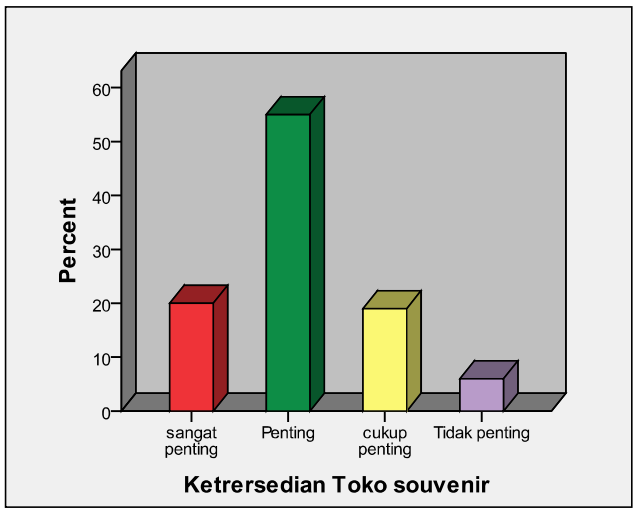
Tabel IV.15
Hasil Penilaian Terhadap Jenis Tempat Makan

Komponen Pariwisata	Preferensi	Hasil Penilaian
Jenis sarana tempat makan	Jenis akomodasi yang banyak disukai adalah restoran, cafe, warung makan/kedai	Perlu peanambahan warung/kedai, untuk tempat makan restoran dan cafe perlu diadakan, karena di kawasan wisata pantai matras belom tersedianya jenis tempat makan restoran dan cafe

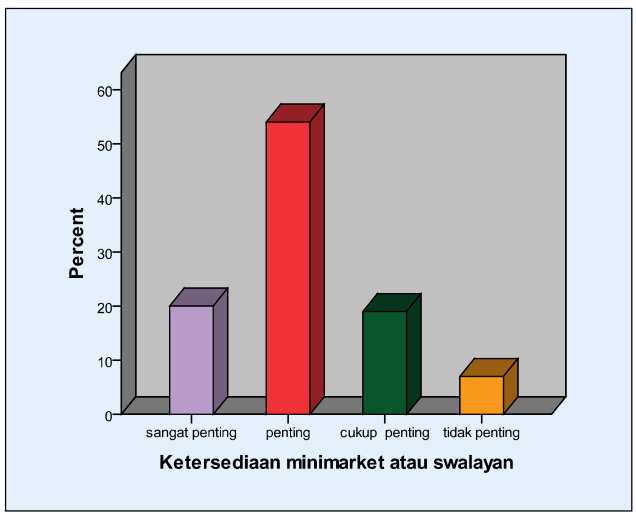
Sumber : Hasil Analisis, 2011

C. Fasilitas Belanja

Sebagian besar responden yang berkunjung memiliki persepsi mengenai fasilitas belanja seperti toko souvenir dan swalayan/minimarket, adapun persepsi pengunjung menilai bahwa fasilitas tersebut di nilai penting untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata Pantai Matras, dan mempermudah wisatawan dalam memenuhi kebutuhan berwisata. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 4.9
Penilaian Mengenai Ketersediaan Toko Souvenir



Gambar 4.10
Penilaian Mengenai Ketersediaan Minima rket/Swalayan

Penilaian terhadap jenis fasilitas belanja yang dibutuhkan dilihat dari persepsi pengunjung, adapun penilaian terhadap fasilitas belanja seperti toko souvenir dan swalayan/minimarket dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.16
Hasil Penilaian Mengenai Fasilitas Belanja

Komponen Pariwisata	Persepsi	Hasil Penilaian
Fasilitas belanja	Persepsi pengunjung mengenai fasilitas belanja seperti toko souvenir dan swalayan/minimarket penting untuk menarik minat wisatawan	Perlu diadakannya fasilitas belanja seperti toko souvenir dan swalayan/minimarket

D. Fasilitas Umum

Sedian fasilitas umum seperti toilet, area parkir, mushola, dan pos penjaga pantai di kawasan Pantai Matras dinilai belum memadai, dimana mayoritas pengunjung menilai fasilitas umum yang belum memadai yaitu toilet (45,1%), area parkir,dan mushola sebesar (27,5%)

Tabel IV.17
Preferensi Pengunjung Terhadap Fasilitas Umum

No	Variabel	Kawasan Wisata Pantai Matras	
		Populasi (N)	%
1	Fasilitas umum		
	a. Toilet	87	45,1%
	b. Area parkir	53	27,5%
	c. Mushola	53	27,5%
	Jumlah	**193**	**100%**

Sumber : Hasil Analisis, 2011
Ket : jumlah >100 karena responden menjawab > 1 jawaban

Penilaian terhadap jenis fasilitas umum yang dibutuhkan dilihat dari persepsi pengunjung, adapun penilaian terhadap fasilitas umum seperti toilet, area parkir, mushola, dan pos penjaga pantai dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.18
Hasil Penilaian Mengeni Fasilitas Umum

Komponen Pariwisata	Persepsi	Hasil Penilaian
Fasilitas umum	Persepsi pengunjung mengenai fasilitas umum di kawasan pantai matras seperti toilet, area parkir, dan mushola, belum memenuhi pelayan pengunjung (belum memadai dari segi kualitas maupun kuantitas)	Perlu penambahan jumlah fasilitas umum seperti toilet, area parkir, dan mushola,

Sumber : Hasil Analisis, 2011

4.2.3 Hubungan Antara Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Preferensi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Pantai Matras

Pada sub bab ini akan menjelaskan ada atau tidak adanya hubungan antara karakteristik sosial ekonomi dangan obyek wisata setelah dilakukan proses tabulasi silang dengan menggunakan program SPSS. Adapun variable-variable yang ditabulasikan adalah :

A. Hubungan Antara Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Kegiatan Wisata Air Yang Paling Diminati

Pengunjung yang dominan berusia dewasa (26-50 tahun), kegiatan wisata yang mereka inginkan yaitu banana boat sebesar 17,6%. Hubungan antara usia dan kegiatan wisata air yang diminati tidak memiliki hubungan yang kuat , hal ini terlihat dari perhitungan hasil analisis SPSS ternyata, $\alpha=0,05 \leq$ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,748, atau ($\alpha=0,05 \leq 0,748$), maka H0 diterima dan H1 ditolak, artinya tidak ada hubungan antara usia dengan jenis wisata air yang diminati.

Hampir 13,3% pengunjung yang bekerja di swasta memilih jenis kegiatan wisata jet ski, dengan hasil perhitungan dimana Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,001 ($\alpha=0,05 \geq 0,001$) yang artinya ada hubungan antara pekerjaan dengan jenis kegiatan wisata. Namun jika dilihat dari tingkat pendidikan tidak adanya hubungan dimana , $\alpha=0,05 \leq$ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,058, atau ($\alpha=0,05 \leq$ 0,058) artinya tidak ada hubungan tingkat pendidikan dengan jenis kegiatan wisata air yang diminati.

Hubungan antara pengeluaran rata-rata dengan jenis kegiatan yang diminati terlihat bahwa Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,003 ($\alpha=0,05 \geq 0,003$) yang artinya adanya hubungan antara pengeluaran rata-rata pengunjung dengan jenis kegiatan wisata air yang diminati. Pengeluaran Rp 2.000.000-Rp 4.000.00 cenderung memilih jenis kegiatan wisata air berupa banana boat sebesar 9,6%, dan 10% pengunjung memilih jenis kegiatan wisata air jet ski dengan pengeluaran sebesar Rp 4.000.000-Rp 6.000.000.

Sedangkan jika dilihat dari karakteristik jenis kelamin laki-laki dan perempuan lebih ke jenis kegiatan wisata air berupa jet ski dan banana boat, dengan hasil perhitungan $\alpha=0,05 \leq$ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,501, ($\alpha=0,05 \leq$

0,501), artinya tidak adanya hubungan antara jenis kelamin dengan jenis kegiatan wisata air yang paling diminati.

B. Hubungan Antara Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Kegiatan Wisata Hiburan Yang Paling Diminati

Usia memiliki hubungan dengan kegiatan wisata hiburan yang diminati, hal ini terbukti dari perhitungan dimana , α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,008, atau (α=0,05 ≥ 0,008). Hampir seluruh usia remaja dan dewasa memilih jenis kegiatan wisata berupa olahraga. jika dilihat dari hubungan antara pengeluaran rata-rata pengunjung perbulan dengan jenis kegiatan wisata yang diminati dimana α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000, (α=0,05 ≥ 0,000), artinya ada hubungan antara pengeluaran rata-rata dengan jenis kegiatan wisata hiburan yang diminati dimana pengeluaran Rp 2.000.000-Rp 4.000.00 cenderung memilih jenis kegiatan wisata olahraga sebesar 8,9%, dan 9,3% pengunjung memilih jenis kegiatan wisata berupa SPA dengan pengeluaran sebesar Rp 4.000.000-Rp 6.000.000. jenis kegiatan berupa olahraga cenderung diminati oleh pengunjung yang bekerja sebagai pegawai negri sipil (PNS) sebesar 11,2% sedangkan pekerja swasta jenis kegiatan wisata hiburan yang diminati adala h berupa SPA (10,7%) dan lounge & pub (10,3%), dengan hasil perhitungan Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000 (α=0,05 ≥ 0,000) yang artinya ada hubungan antara pekerjaan dengan jenis kegiatan wisata hiburan yang diminati. Namun jika dilihat dari tingkat pendidikan jenis kegiatan wisata sep erti SPA dan lounge & pub diminati oleh pengunjung yang berpendidikan pasca sarjana, dan untuk kegiatan seperti olahraga cenderung diminati oleh pengunjung yang berpendidikan sarjana, dengan hasil perhitungan dimana α=0,05 ≤ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000, atau (α=0,05 ≤ 0,000) artinya ada hubungan tingkat pendidikan dengan jenis kegiatan wisata hiburan yang diminati. Sedangkan jika dilihat dari karakteristik jenis kelamin laki-laki dan perempuan lebih ke jenis kegiatan hiburan berupa olahraga, dengan h asil perhitungan α=0,05 ≤ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,855, (α=0,05 ≤ 0,855), artinya tidak adanya hubungan antara jenis kelamin dengan jenis kegiatan hiburan yang paling diminati.

Dari hasil analisis hubungan antara karakteristik sosial ekonomi dengan preferensi pengunjung terhadap obyek wisata Pantai Matras, kesimpulan hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel IV.19 dan IV.20

Tabel Jenis Kegiatan

4.2.4 Analisis Hubungan Antara Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Jenis Sarana Pariwisata

Setelah dilakukan proses tabulasi silang dengan menggunakan program SPSS, disini terlihat bahwa ada hubungan antara karakteristik sosial ekonomi dengan jenis sarana pariwisata. Adapun variabel –variabel yang akan ditabulasikan adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir dan pengeluaran rata-rata per bulan.

A. Hubungan Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Preferensi Pengunjung Mengenai Jenis Akomodasi

Pekerjaan memiliki hubungan dengan jenis akomodasi yang diinginkan oleh pengunjung hal ini terbukti dari hasil perhitungan dimana, 29% para pekerja swasta memilih jenis akomodasi berupa hotel dan 22 % PNS memilih jenis akomodasi villa. Preferensi pengunjung mengenai akomodasi mempunyai hubungan yang erat dengan pekerjaan yang dapat dilihat dari hasil perhitungan dimana , α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000, (α=0,05 ≥ 0,000), maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya ada hubungan antara pekerjaan dengan jenis akomodasi yang dipilih.

Pengeluaran pengunjung dalam memilih akomodasi yang diinginkan, pengunjung yang berpengeluaran Rp 4.000.000 - Rp 6.000.00 bahkan > Rp 6.000.000 per-bulan jenis akomodasi yang dipilih adalah hotel (23%, 10%) dan Rp 2.000.000- Rp 4.000.00 memilih villa (18%) dengan Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000, (α=0,05 ≥ 0,000) yang artinya ada hubungan antara pengeluaran rata-rata pengunjung per-bulan dengan jenis akomodasi.

Hubungan dengan tingkat usia disini terlihat bahwa akomodasi yang diinginkan oleh usia remaja (17-25 tahun) adalah jenis akomodasi villa sebesar 19% dan dewasa (26-50 tahun) memilih hotel sebesar 28%, dengan Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000, (α=0,05 ≥ 0,000) yang artinya ada hubungan antara usia dengan jenis akomodasi yang dipilih.

Pendidikan terakhir pengunjung dengan jenis akomodasi yang diminati juga terdapat hubungan terlihat bahwa Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000,

(α=0,05 ≥ 0,000) dimana yang dominan sarjana cenderung ke villa sedangkan hotel lebih dominan pendidikan pasca sarjana.

Sedangkan jika dilihat dari karakteristik jenis kelamin diaman laki-laki lebih dominan memilih jenis akomodasi villa sebesar 22% dan perempuan memilih hotel sebesar 21%, dengan hasil perhitungan Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0755, (α=0,05 ≤ 0,755), yang artinya tidak ada hubungan antara jenis kelamin dengan jenis akomodasi yang diminati.

B. Hubungan Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Preferensi Pengunjung Mengenai Jenis Tempat Makan

Usia memiliki hubungan dengan jenis tempat makan yang diinginkan oleh pengunjung, hal ini terbukti dari hasil perhitungan dimana usia remaja memilih jenis tempat makan berupa cafe sebesar 16% dan dewasa menginginkan restoran sebesar 27%. Preferensi pengunjung mengenai jenis tempat makan mempunyai hubungan dengan usia yang dapat dilihat dari hasil perhitungan, α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,009, (α=0,05 ≥ 0,009).

Pekerjaan juga memiliki hubungan dengan jenis tempat makan yang diminati hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan dimana α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000, (α=0,05 ≥ 0,000). Hampir 26% pengunjung yang bekerja di swasta memilih jenis tempat makan restoran, dan 22% PNS memilih jenis tempat makan berupa cafe.

Jenis tempat makan restoran di dominasi oleh pengunjung yang berpengeluaran Rp 4.000.000- Rp 6.000.000 sebesar 20%, dan 19% Rp 4.000.000- Rp 6.000.00 cenderung memilih cafe sebagai jenis tempat makan yang diminati. Hubungan antara pengeluaran rata-rata pengunjung dengan jenis tempat makan yang diminati dilihat dari perhitungan α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000, (α=0,05 ≥ 0,000), artinya ada hubungan antara pengeluaran rata-rata dengan jenis tempat makan yang dipilih.

Dilihat dari karakteristik Pendidikan terakhir pengunjung, dimana jenis tempat makan berupa restoran di didominasi oleh pengunjung yang berpendidikan pasca sarjana sebesar 17%, sedangkan sarjana lebih memilih cafe sebesar 27%. Ketergantungan antara dua variabel ini terlihat dari perhitungan bahwa α=0,05 ≥

Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000, (α=0,05 ≥ 0,000), artinya ada hubungan antara pendidikan terakhir pengunjung dengan jenis tempat makan yang diminati.

Jenis kelamin tidak memiliki hubungan yang erat dalam pemilihan jenis tempat makan yang diminati, hal ini terbukti dari perhitungan dimana Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,388, (α=0,05 ≤ 0,388), yang artinya tidak ada hubungan antara jenis kelamin dengan jenis tempat makan yang diminati.

C. Hubungan Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Persepsi Pengunjung Mengenai Ketersediaan Fasilitas Minimarket/Swalayan

Persepsi pengunjung mengenai ketersediaan fasilitas belanja seperti minimarket/swalayan memiliki hubungan dengan karakteristik sosial ekonomi. Bila dilihat dari tingkat kepentingan, pengunjung yang dominan berusia 26-50 tahun (27%) menyatakan ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan dinilai penting untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Pertimbangan mengenai ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan ini dapat dilihat dari hasil perhitungan α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000, (α=0,05 ≥ 0,000), maka H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya adanya hubungan.

Hubungan dengan tingkat pengeluaran disini terlihat bahwa ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan dinilai penting oleh pengunjung yang dominan berpengeluaran Rp 4.000.000- Rp 6.000.000 sebesar 14%, dengan hasil perhitungan α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,081, (α=0,05 ≥ 0,081), yang berarti tidak adanya hubungan antara pengeluaran dengan penilaian mengenai ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan.

Penilaian terhadap ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan di obyek wisata dinilai penting oleh pengunjung yang dominan berpendidikan sarjana sebesar 22%, hubungan antara pendidikan terakhir pengunjung dengan penilaiaan terhadap ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan dilihat dari perhitungan α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,002, (α=0,05 ≥ 0,002), artinya ada hubungan antara pendidikan terakhir pengunjung dengan penilaian terhadap ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan disuatu obyek wisata Pantai matras.

Pekerjaan memiliki hubungan dengan penilaian terhadap ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan disuatu obyek wisata, hal ini terbukti dimana, 19%

para pekerja swasta dan PNS 20% menilai bahwa ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan disuatu obyek wisata dinilai penting. Persepsi p engunjung mengenai penilaian terhadap ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan terdapat hubungan yang erat dengan pekerjaan yang dapat dilihat dari hasil perhitungan dimana , α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,003, (α=0,05 ≥ 0,003), artinya ada hubungan antara pekerjaan dengan penilaian terhadap ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan.

Sedangkan jika dilihat dari karakteristik jenis kelamin dalam penilaian terhadap ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan dimana perempuan lebih cenderung menyatakankan penting, dengan hasil perhitungan α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,000 (α=0,05 ≥ 0,000), artinya ada hubungan antara jenis kelamin dengan penilaian terhadap keters ediaan fasilitas minimarket/swalayan.

D. Hubungan Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Persepsi Pengunjung Mengenai Ketersediaan Fasilitas Toko Souvenir

Hampir seluruh pengunjung menilai bahwa ketersediaan fasilitas toko souvenir penting untuk diadakan di kawasan wisata Pantai Matras. Dilihat dari usia yang dominan menyatakan penting adalah umur 26 -50 tahun sebesar 30%. Dalam penilaian mengenai ketersediaan toko souvenir ini usia mempunyai hubungan dengan penilaian terhadap ketersediaan fasilitas toko souv enir, hal tersebut terbukti setelah dilakukan perhitungan dimana α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) atau (α=0,05 ≥ 0,000). Selain itu hubungan antara pekerjaan dengan penilaian mengenai ketersediaan fasilitas toko souvenir dapat dilihat dari hasil perhitungan α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) atau (α=0,05 ≥ 0,038), yang berarti adanya hubungan antara pekerjaan dengan penilaian mengenai ketersediaan fasilitas toko souvenir.

Penilaian terhadap ketersediaan fasilitas toko souvenir di obyek wisata dinilai penting oleh pengunjung yang dominan berpendidikan sarjana sebesar 24%, namu hubungan antara pendidikan terakhir pengunjung dengan penilaiaan terhadap ketersediaan fasilitas toko souvenir dilihat dari perhitungan α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,158, (α=0,05 ≥ 0,158), artinya tidak ada hubungan

antara pendidikan terakhir pengunjung dengan penilaian terhadap ketersediaan fasilitas toko souvenir disuatu obyek wisata Pantai matras.

Sedangkan jika dilihat dari karakteristik jenis kelamin dalam penilaian terhadap ketersediaan fasilitas toko souvenir dimana perempuan lebih cend erung menyatakankan penting, dengan hasil perhitungan α=0,05 ≥ Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,001 (α=0,05 ≥ 0,001), artinya ada hubungan antara jenis kelamin dengan penilaian terhadap ketersediaan fasilitas minimarket/swalayan.

E. Hubungan Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Persepsi Pengunjung Mengenai Fasilitas Umum

Persepsi pengunjung mengenai fasilitas umum yang ada di kawasan obyek wisata Pantai Matras, dimana usia 26-50 tahun, pengeluaran Rp 2.000.000-Rp 4.000.000, pekerjaan swasta, pendidikan terakhir sarjana menilai bahwa fasilitas toilet, musholla, dan areal parkir belum memadai baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Dari hasil perhitungan dimana usia tidak ada hubungan dengan persepsi pengunjung mengenai fasilitas umum, hal ini terbukti dari hasil perhitungan yang menunjukkan Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,293, (α=0,05 ≤ 0,293), Hubungan pengeluaran dengan persepsi pengunjung mengenai fasilitas umum terlihat dari hasil perhitungan Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,864, (α=0,05 ≤ 0,864), yang artinya tidak ada hubungan. Serta pekerjaan dimana hasil perhitungan Asymp. Sig (2-sided) sebesar 0,711, (α=0,05 ≤ 0,711), yang berarti menunjukkan tidak ada hubungan antara pekerjaan dengan persepsi pengunjung mengenai fasilitas umum. Hal ini dapat di simpulkan bahwa karakteristik sosial ekonomi pengunjung dengan persepsi mengenai fasilitas umum tidak adanya hubungan yang signifikan.

Dari hasil analisis hubungan antara karakteristik sosial ekonomi dengan persepsi dan preferensi pengunjung terhadap jenis sarana wisata yang menunjukkan adanya hubungan antar variabel. Kesimpulan hasil tabulasi silang antar variabel tersebut dapat dilihat pada tabel IV.21, tabel IV.22, tabel IV.23 dan tabel IV.24.

Tabel Sarana Wisata

4.3 Arahan Pengembangan Obyek Wisata dan Sarana Wisata

Salah satu faktor yang mempengaruhi suatu perjalanan wisata adalah karakteristik sosial ekonomi yang meliputi umur, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan/pengeluaran pengunjung. Oleh karenanya, faktor karakteristik sosial ekonomi pengunjung dalam memilih suatu kegiatan atau sarana wisata yang menjadi daya tarik, menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan kegiatan atau sarana wisata di Pantai Matras. Pengembangan ini diharapkan membentuk gambaran yang diperoleh wisatawan dari berbagai kesan, pengalaman dan kenangan yang didapat sebelum, ketika dan sesudah mengunjungi obyek wisata.

4.3.1. Arahan Pengembangan Obyek Wisata Pantai Matras

Obyek wisata merupakan daya tarik utama yang dapat menggerakkan seseorang untuk datang kesuatu tempat atau lokasi wisata, Oleh sebab itu pengaturan dan pemeliharaan terhadap penyediaan obyek wisata ini merupakan sesuatu yang penting.

Pengembangan obyek wisata terkait dengan pengembangan daya tarik dan kegiatan wisata. Dengan demikian arahan pengembangannya akan dirinci pada arahan pengembangan daya tarik dan kegiatan wisata. Arahan pengembangan ini mempertimbangkan segmen pasar wisata dalam pengembangan produk wisatanya. Berdasarkan Departemen Kehutanan (1995) prinsip pengembangan obyek wisata adalah sebagai berikut:

- Pengembangan daya tarik dan kegiatan wisata ditunjukkan untuk daya tarik dan kegiatan wisata yang menjadi preferensi utama pengunjung.
- Pengembangan ditunjukkan untuk komponen-komponen yang dinilai belum sesuai, sehingga memerlukan penanganan lebih lanjut berupa peningkatan kualitas

1. Pengembangan Obyek Wisata

Hasil analisis menunjukkan bahwa kelemahan obyek wisata Pantai Matras adalah kurangnya kebersihan, sehingga tidak terawat dan kotor. Selain itu kurangnya keamanan di lokasi wisata, dan tidak adanya penertiban PKL yang

menjadikan kondisi obyek Wisata Pantai Matras menjadi semerawut. Maka arahan pengembangan yang perlu dibuat adalah sebagai berikut:

a. Meningkatkan kualitas dan memelihara kebersihan lingkungan pantai, dapat dilakukan dengan perbaikan terhadap prasarana persampahan serta sarana lingkungan lainnya yang mendukung kegiatan wisata
b. Menambah tenaga kebersihan agar kebersihan pantai tetap terjaga
c. Perlu pengaturan dan penataan kembali bangunan-bangunan yang ada di sekitar pantai, terutama pengaturan para pedagang yang ada di sekitar pantai
d. Meningkatkan keamanan di kawasan pantai dengan cara penambahan pos-pos keamanan pantai sehingga wisatawan merasa aman berada di sekitar pantai
e. Adanya penyuluhan bagi masyarakat dan wisatawan

2. Pengembangan Fasilitas Untuk Kegiatan Wisata air

Berdasarkan hasil analisis, terdapat pengaruh atau hubungan dalam memilih jenis kegiatan wisata air yang diminati, adapun variabel-variabel yang berpengaruh antara lain, pekerjaan dan pengeluaran dimana pekerjaan swasta, pengeluaran Rp 4.000.000- Rp 6.000.000 bahkan lebih dari Rp 6.000.000 lebih memilih jenis kegiatan wisata berupa jet ski, sedangkan jenis kegiatan wisata berupa banana boat cenderung dipilih oleh pekerjaan PNS, dan pengeluaran Rp 2.000.000- Rp 4.000.000. Maka pengembangan yang perlu dilakukan adalah sebagi berikut :

a. Karena terdapat perbedaan karakteristik sosial ekonomi dalam memilih jenis kegiatan wisata air, maka diadakannya jenis kegiatan wisata air berupa jet ski untuk kalangan menengah ke atas sedangkan untuk kalangan menengah ke bawah jenis kegiatan yang diprioritaskan berupa banana boat , dengan mempertimbangkan lokasi yang mudah dijangkau oleh pengunjung untuk menjadi daya tarik wisata
b. Perlu disediakannya tempat-tempat penyewaan perlengkapan berenang yang menyebar sebagai penunjang kegiatan wisata air
c. Perlu adanya pengawas pantai untuk menjamin keselamatan pengunjung
d. Perlu disediakan pembatas atau rambu-rambu keamanan pantai untuk para pengunjung

e. Untuk menyukseskan penyelenggaraan kegiatan wisata yang ada maka perlu promosi yang meluas dan dapat bekerja s ama dengan pihak swasta

3. Pengembangan Fasilitas Untuk Kegiatan Wisata hiburan

Berdasarkan hasil analisis, terdapat pengaruh atau hubungan dalam memilih jenis kegiatan wisata hiburan yang diminati, adapun variabel -variabel yang berpengaruh antara lain, peke rjaan, pendidikan dan pengeluaran dimana pekerjaan swasta, pendidikan terakhir pasca sarjana, pengeluaran Rp 4.000.000 - Rp 6.000.000 lebih memilih jenis kegiatan wisata hiburan berupa SPA dan lounge & pub, sedangkan jenis kegiatan wisata hiburan berupa ola hraga dan out bound cenderung dipilih oleh pekerjaan PNS pendidikan sarjana, dan berpengeluaran Rp 2.000.000- Rp 4.000.000 dari hal tersebut terlihat perbedaan dalam memilih jenis kegiatan wisata hiburan yang diminati. Maka pengembangan yang perlu dilakuka n adalah sebagi berikut :

a. Perlu disediakannya jenis kegiatan wisata berupa olahraga (volly, lapangan futsal/bola,) lebih untuk ke kalangan menengah ke bawah dan SPA, lounge & pub lebih unuk kalangan menengah ke atas
b. Pentuan lokasi untuk jenis kegiatan wisa ta yang nyaman dan strategis agar mudah dijangkau oleh pengunjung
c. Untuk menyukseskan penyelenggaraan kegiatan wisata yang ada maka perlu promosi yang meluas dan dapat bekerja sama dengan pihak swasta

4.3.2. Arahan Pengembangan Sarana Wisata Pantai Matras

Pengembangan sarana wisata diperlukan untuk mendukung pengunjung yang datang ke lokasi wisata untuk menikmati daya tarik dan kegiatan wisata, maka dalam pengembangannya pun diperlukan pengaturan dan pemeliharaan terhadap sarana wisata yang akan disediakan .

Arahan pengembangan sarana wisata meliputi akomodasi, tempat makan, fasilitas belanja dan fasilitas umum. Berdasarkan persepsi dan preferensi pengunjung mengenai sarana wisata yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya hampir seluruh sarana wisata dinya takan oleh pengunjung perlu ditambah atau disediakan, baik kualitas maupun kuantitasnya dengan letak yang strategis serta

mempunyai keamanan dan kenyamanan yang cukup sehingga pengembangan sarana wisata harus dilakukan. Arahan pengembangan saranan wisata i ni harus mempertimbangkan segmen pasar wisata dalam pengembangan produk wisatanya. Pengembangan sarana wisata mempunyai prinsip dasar adalah sebagai berikut:

- Pengembangan sarana wisata ditunjukkan untuk sarana yang dinilai masih kurang memadai atau dinilai belum sesuai dengan permintaan, sehingga memerlukan penanganan lebih lanjut.
- Peningkatan dan pengembangan terhadap jumlah sarana wisata diberikan pada sarana yang menjadi preferensi utama pengunjung dan saat ini masih sedikit bahkan blom tersedia.

1. Akomodasi

Berdasarkan hasil analisis, terdapat pengaruh atau hubungan dalam memilih jenis akomodasi yang diminati, adapun variabel -variabel yang berpengaruh antara lain, usia, pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran dimana usia dewasa, pendidikan pasca sarjana, pek erjaan swasta dan, berpengeluaran Rp 4.000.000- Rp 6.000.000 lebih memilih akomodasi berupa hotel (berbintang), sedangkan usia remaja, pendidikan sarjana, pekerjaan PNS dan, berpengeluaran Rp 2.000.000- Rp 4.000.000 cenderung ke villa sebagai jenis akomo dasi yang dipilih. Maka pengembangan yang perlu dilakukan adalah sebagi berikut :

a. Arahan pengembangan akomodasi didasarkan pada permintaan, dimana jenis akomodasi banyak dibutuhkan adalah hotel dan villa, mengingat jenis akomodasi tersebut tidak ada di ka wasan wisata Pantai matras sehingga perlu diadakannya jenis akomodasi yang diprioritaskan pada dua akomodasi tersebut.
b. Dilihat dari analisis hubungan antara karakteristik pengunjung dengan jenis akmodasi yang diminati terdapat perbedaan dalam memilih jenis akomodasi jadi dalam pengadaan jenis penginapan berupa hotel diprioritaskan hotel berbintang untuk kalangan menengah ke atas, dan untuk kalangan menengah ke bawah di prioritaskan ke jenis akomodasi berupa villa, dengan mempertimbangkan fasilitas yang leng kap serta keamanan dan kenyamanan

2. Tempat Makan

Berdasarkan hasil analisis, terdapat pengaruh atau hubungan dalam memilih jenis tempat makan yang diminati, adapun variabel -variabel yang berpengaruh antara lain, usia, pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran dimana usia dewasa, pendidikan pasca sarjana, pekerjaan swasta dan, berpengeluaran Rp 4.000.000- Rp 6.000.000 lebih memilih tempat makan berupa restoran, sedangkan jenis tempat makan berupa cafe cenderung dipilih oleh usia remaja, pendidikan sarjana, pekerjaan PNS dan, berpengeluaran Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000. Maka pengembangan yang perlu dilakukan adalah sebagi berikut :

a. Arahan pengembangan tempat makan didasarkan pada permintaan, dimana jenis tempat makan yang dibutuhkan adalah restoran dan cafe, mengin gat jenis tempat makan tersebut tidak ada di kawasan wisata Pantai matras sehingga perlu diadakannya jenis tempat makan yang dibutuhkan oleh pengunjung
b. Dilihat dari analisis hubungan antara karakteristik sosial ekonomi pengunjung dengan jenis tempat makan yang diminati, terdapat perbedaan dalam memilih jenis tempat makan jadi dalam pengadaan jenis tempat makan berupa restoran diprioritaskan untuk kalangan menengah ke atas, dan untuk kalangan menengah ke bawah di prioritaskan ke jenis tempat makan berupa caf e. Dengan mempertimbangkan pemilihan lokasi untuk tempat makan yang aman, nyaman, kebersihannya terjaga serta mudah dijangkau oleh para pengunjung

3. Fasilitas Belanja

Persepsi pengunjung mengenai fasilitas belanja seperti toko souvenir dan minimarket/swalayan terdapat hubungan dengan karekteristik sosial ekonomi dilihat dari usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran. Dimana jika dilihat dari jenis kelamin, perempuan lebih menyatakan bahwa ketersediaan fasilitas belanja di obyek wisata Pantai Matras dinilai penting dibandingkan jenis kelamin laki-laki, maka dalam pengembangnnya perlu diadakannya jenis fasilitas belanja toko souvenir dan minimarket/swalayan dengan lokasi yang strategis dan

mudah dijangkau untuk menarik wisatawan berkunjung, dan mempermudah wisatawan dalam memenuhi kebutuhan berwisata

4. Fasilitas Umum

Persepsi pengunjung mengenai fasilitas umum yang ada di kawasan obyek wisata Pantai Matras, hampir semua pengunjung yang didominasi oleh usia dewasa, pekerjaan swasta, dan berpengelu aran Rp 4.000.000- Rp 6.000.000 menilai bahwa fasilitas toilet, musholla dan areal parkir belum memadai baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Maka arahan pengembangan yang perlu dilakukan adalah:

a. Penambahan dan peningkatan kualitas toilet dengan cara p erbaikan kondisi yang rusak, pemeliharaan kebersihan dan penyediaan air bersih
b. Penambahan atau peningkatan kualitas musholla dengan cara memperbaiki dan menambah jumlah musholla dengan dilengkapi WC yang bersih dan penyediaan air bersih yang cukup
c. Perluasan penyediaan areal parkir yang sesuai dengan kapasitas