

## Pengaruh Kualitas Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan dan Motivasi Kunjungan kembali Wisatawan Mancanegara di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba

Pratiwi Juniar A. G.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Universitas Muslim Indonesia

[Pratiwijuniar.achmadgani@umi.ac.id](mailto:Pratiwijuniar.achmadgani@umi.ac.id)

### Abstrak

Kondisi kepariwisataan di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba memiliki potensi atraksi (daya tarik) wisata yang sangat besar untuk dikunjungi wisatawan akan tetapi tidak dibarengi dengan pengembangan atraksi wisata. Hal ini terlihat dengan terciptanya citra negatif pada kawasan wisata Tanjung Bira menyebabkan rendahnya kualitas atraksi wisata kawasan yang tidak dibarengi dengan terjadinya peningkatan jumlah kunjungan dari tahun ke tahunnya pada kawasan wisata tersebut. Peningkatan kualitas atraksi (daya tarik) wisata diharapkan mampu meningkatkan kepuasan dan motivasi berkunjung kembali sehingga dapat menimbulkan efek langsung terhadap kawasan wisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bagaimana kualitas atraksi wisata yang tersedia dapat memperlihatkan kemampuannya dalam mempengaruhi kepuasan dan motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara. Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif yang bertujuan untuk menggali, mencari makna, fakta dan interpretasi yang tepat terhadap fenomena atau kecenderungan perilaku wisatawan mancanegara dalam melakukan kegiatan wisatanya di Kawasan Wisata Tanjung Bira. Persepsi, kepuasan wisatawan, dan atraksi wisata adalah kunci dalam memahami perilaku dan motivasi wisatawan berkunjung kembali. Temuan-temuan yang dihasilkan adalah (1) Kawasan Wisata Tanjung Bira memiliki kualitas atraksi wisata yang cukup baik, (2) Tidak memberikan kepuasan yang optimal terhadap wisatawan mancanegara dalam melakukan kegiatan wisatanya, (3) Yang kemudian mempengaruhi tingkat motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara dimana hanya termotivasi untuk melakukan kunjungan pertamanya tidak untuk kunjungan selanjutnya.

**Kata kunci:** Atraksi wisata, Kepuasan, Motivasi Kunjungan Kembali, Persepsi, Wisatawan mancanegara

### Abstract

*Condition of tourism area in The Tanjung Bira, Bulukumba have many potential attraction for visited by tourist but its not accompanied with development of tourist attraction. This was shown when negative image make tourism area in Tanjung Bira became have a low quality which is not accompanied by an increase in the number of visits from year to year in there. By improving the quality of tourism attraction is expected to increase the satisfaction and motivation to come back so that it can give a direct effect on the tourism area. This research aims to discover how the quality of the tourist attractions that are available can show its ability to influence the satisfaction and motivation of return visits by foreign tourists. The research method used in this research is descriptive quantitative and qualitative aims to explore, search for meaning, the facts and the proper interpretation of the phenomenon or behavior tendencies of tourists in conducting tourism activities in the Tanjung Bira. Perception, the satisfaction of tourists and tourist attraction is the key to understanding the behavior and motivation of return visit of tourists. The results of this research were (1) tourism are in Tanjung Bira has a quality tourist attraction is not good enough so (2) did not gave optimal satisfaction to foreign tourists in conducting the tour (3) Which then gave affect the motivation level of return visits by foreign tourists where only motivated to made his first visit not for the next visit.*

**Keywords:** Foreign tourists, Motivation of return visit, Perception, Satisfaction, Tourism attraction

### 1. PENDAHULUAN

Dalam sistem kepariwisataan, produk wisata merupakan elemen penting dalam mendukung berjalannya proses berwisata. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana keterkaitan antara tingkat kualitas atraksi wisata yang ditawarkan oleh sebuah destinasi wisata yang berada pada sisi penawaran (*supply*) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan yang akan memberikan

rangsangan motivasi kepada wisatawan untuk datang berkunjung kembali ke destinasi tersebut.

Atraksi atau daya tarik wisata merupakan elemen terpenting dalam sistem produk kepariwisataan yang dapat menarik minat wisatawan dan mempengaruhi keputusan perjalanan wisata wisatawan. Akan tetapi, kualitas daya tarik ini juga tidak dapat menarik wisatawan datang berkunjung dan tidak dapat berkembang sebagai suatu destinasi utama jika tidak

ditunjang dengan kemudahan pencapaian (akses) menuju destinasi wisata tersebut.

Kawasan wisata Tanjung Bira sendiri sudah dikenal dengan potensinya yang cukup besar dalam peta pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan dan memperlihatkan kemampuannya yang menempati urutan ketiga penyumbang wisatawan terhadap Provinsi Sulawesi Selatan (Kamase, 2008). Pasar industri pariwisata di berbagai belahan dunia dari segi produk wisata memiliki karakteristik, pengembangan dan pengelolaan yang berbeda-beda. Hal ini yang kemudian menyebabkan adanya ketidakeimbangan dalam perkembangan suatu destinasi wisata dimana hingga saat ini kawasan Tanjung Bira masih menjadi *transit point* bagi wisatawan yang datang ke Provinsi Sulawesi Selatan.

Upaya pembangunan dan pengembangan kawasan Tanjung Bira ini ternyata tidak didukung dengan perbaikan fasilitas dan infrastruktur yang memadai. Maraknya penangkapan dan pengeboman flora dan fauna yang ada di Pantai Bira oleh para nelayan merusak potensi daya tarik wisata yang tersedia, dimana tingkat pencapaian yang harus menghabiskan waktu sekitar 2,5 – 3 jam perjalanan dan ini merupakan satu-satunya cara untuk mengakses kawasan Tanjung Bira dengan kondisi jalan yang sangat tidak baik. Hal yang kemudian menjadi sangat unik dan cukup menarik perhatian bahwa meskipun terdapat *image* negatif yang muncul mengenai kawasan Tanjung Bira, namun terlihat jumlah kunjungan masih mengalami peningkatan cukup stabil yang dalam arti tidak mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal ini tentu saja erat kaitannya dengan kepuasan wisatawan itu sendiri, terutama bagi wisatawan mancanegara yang terus memperlihatkan peningkatan jumlah kunjungan dimana upaya promosi dan pemasaran yang dilakukan pemerintah setempat belum memperlihatkan kegenarannya. Hal ini tentu saja menjadi suatu hal yang dapat dilihat lebih lanjut, bahwa kemungkinan untuk meningkatkan motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara memiliki peluang yang besar.

Atas dasar uraian singkat tersebut, cukup menarik untuk mengetahui apakah kualitas produk wisata dalam hal ini atraksi (daya tarik) wisata yang ditawarkan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan dan motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara di kawasan Tanjung Bira. Setelah mengetahui tingkat pengaruh antara kualitas atraksi (daya tarik) wisata dengan kepuasan dan motivasi kunjungan kembali, diharapkan mampu mengenali faktor-faktor apa di antara produk wisata pantai Tanjung Bira yang paling signifikan mempengaruhi kepuasan dan motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara sehingga datang kembali ke daerah tersebut.

## 2. ISI PENELITIAN

### 2.1 Kajian Pustaka

#### a. Atraksi (Daya Tarik) Wisata

Medlik dan Middleton (2003) menyatakan bahwa produk pariwisata terdiri dari bermacam-macam unsur yang merupakan suatu paket dan satu sama lain tidak terpisahkan serta memenuhi kebutuhan wisatawan sejak meninggalkan tempat tinggalnya sampai ketempat tujuannya dan kembali lagi ketempat asalnya. Selanjutnya, Gooddall (1991:63) menyatakan bahwa produk wisata dimulai dari ketersediaan sumber yang berwujud (*tangible*) hingga tak berwujud (*intangible*) dan secara totalitas lebih condong kepada kategori jasa yang tak berwujud (*intangible*).

Atraksi atau daya tarik wisata merupakan unsur yang menentukan berkembangnya industri pariwisata dan merupakan salah satu alasan pengunjung melakukan perjalanan dan menjadi sasaran wisatawan. Pendit (1994) mengelompokkan berdasarkan alasan atau motivasi serta tujuan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata, yaitu atraksi budaya, alam, buatan, dan atraksi berbentuk fasilitas atau pelayanan wisata. Inskeep (1991:111) mengemukakan variabel utama dalam peninjauan fasilitas dan pelayanan wisata adalah lokasi dan karakteristik pokok, yang dapat disajikan dalam bentuk peta disertai deskripsi komponen-komponen, berupa akomodasi, fasilitas makan dan minum, tempat perbelanjaan, serta elemen-elemen kondisional.

Sedangkan Menurut Yoeti (2002:3) bahwa bagaimana objek wisata dimana atraksi yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat, yaitu :

1. Apa yang dilihat (*something to see*) artinya pada objek wisata tersebut harus ada atraksi atau daya tarik yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain. Atau dengan kata lain harus mempunyai daya tarik khusus atau keunikan tersendiri.
2. Apa yang dilakukan (*something to do*) artinya pada objek wisata tersebut selain banyak yang dapat untuk disaksikan, harus disediakan pula fasilitas rekreasi atau hiburan yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat tersebut.
3. Apa yang dapat dibeli (*something to buy*) yang artinya pada objek wisata tersebut harus ada fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang souvenir dan kerajinan tangan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang.

#### b. Kualitas Atraksi (Daya Tarik) Wisata

Kotler dan Armstrong (2003) mengemukakan bahwa kualitas produk dapat mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk serta ciri-ciri lain. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan wisatawan dan

berakhir pada persepsi wisatawan. berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi para wisatawan. Persepsi wisatawan terhadap kualitas merupakan perilaku menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Menurut Zethaml (1998) berdasarkan *exploratory*, 4 (empat) skala pengukuran kualitas produk wisata, yaitu tampilan produk yang dihasilkan, tingkat kesesuaian produk yang dihasilkan, daya tahan produk, dan kehandalan produk yang dihasilkan. Kualitas produk memiliki variabel berupa spesifikasi yang sesuai, kualitas yang tahan lama dan kualitas yang dapat dipercaya dimana indikator terhadap penilaian kualitas produk wisata, yaitu *performance*, *feature*, *conformance quality*, *assurance*, dan *reability* (Song dan Perry, 1997).

#### c. Persepsi Wisatawan

Persepsi merupakan salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi bentuk perilaku konsumen terhadap permintaan pariwisata. Persepsi menggambarkan bagaimana individu-individu mengambil keputusan atau membuat pilihan dari dua alternatif atau lebih, dan bagaimana kualitas pilihan terakhir terhadap produk yang ada.

Lebih lanjut, Mill dan Morrison (1985) mengemukakan bahwa persepsi dibentuk oleh sejumlah faktor eksternal (ekonomi, sosial, budaya, dan geografi) serta faktor internal (demografi, psikologi, dan perilaku) yang saling berkaitan. Selain itu juga, ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi individu, salah satunya adalah faktor teknik yang mengacu kepada objek, produk, atau pelayanan yang ada. Persepsi yang terbentuk akan mempengaruhi motivasi seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan atau tidak. Dalam mengukur tingkat kualitas suatu produk wisata, persepsi wisatawan yang dalam hal ini merupakan faktor psikologi yang dapat mempengaruhi bagaimana kualitas produk wisata tersebut berada pada kondisi terbaiknya.

#### d. Kepuasan Wisatawan

Dalam mengevaluasi produk wisata, tingkat kepuasan wisata dapat memberikan arahan sejauh mana produk memberikan kualitasnya. Kepuasan wisatawan harus dijadikan faktor utama untuk menarik minat wisatawan, agar memiliki keinginan untuk berkunjung kembali. Lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan dari objek wisata antara lain *professionalism*, *tangibility*, *complementary offer*, *basic benefit*, and *location*. Kelima dimensi ini digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dari suatu objek wisata yang dikaitkan dengan kepuasan dari wisatawan yang berkunjung dari suatu obyek wisata (Martin et.al, 2000:139 dalam Yoeti, 2002).

Kepuasan pelanggan dijelaskan kembali oleh Kotler (2002:61-62) sebagai perasaan pelanggan yang puas atau kecewa atas hasil dari membandingkan kinerja yang dalam kaitannya dengan ekspektasi pelanggan. Sharma dan Patterson (2000) kemudian telah membuktikan bahwa kepuasan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian ulang yang dilakukan oleh wisatawan. Hunt dan Morgan (1994) juga membuktikan bahwa kepuasan bertindak sebagai salah satu yang langsung mendahului komitmen. Komitmen dalam hal ini adalah hal yang penting, karena komitmen sangat mempengaruhi keputusan pembelian ulang wisatawan (Sujono, 2007:6-7).

#### e. Motivasi Kunjungan Kembali Wisatawan

Motivasi berkunjung wisatawan sebagai bagian dari komponen penawaran (*demand*) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Pearce (1998) dalam Pitana (2005) berpendapat bahwa wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata termotivasi oleh beberapa faktor yaitu kebutuhan fisiologis, keamanan sosial, prestise, dan aktualisasi diri.

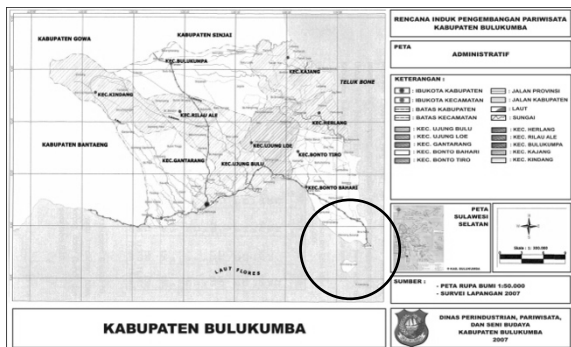
Selanjutnya Woodside dan King, 2005 (dalam Iranda, 2011) mengaplikasikan skema atau kerangka *Purchase-Consumption System* (PCS) adalah sebuah rangkaian hal-hal yang berkaitan dengan kejiwaan dan langkah-langkah yang tampak pada seorang calon wisatawan dalam memutuskan untuk membeli dan menggunakan suatu produk tertentu dan selanjutnya mempengaruhi pembelian kembali yang berada di kelompok ketiga yang merupakan motivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali dihasilkan oleh evaluasi pada kunjungan sebelumnya. Apabila wisatawan merasa puas atau tidak puas secara keseluruhan terhadap kegiatan atau pengalaman tertentu maka akan berimplikasi pada tujuan atau motivasi (keinginan kembali dan mengulangi pengalaman yang sama atau yang belum sempat dirasakan).

Studi lain dari “*American Vacation Trip*” dalam *The Tourism System* (Morrison, 2009) mengidentifikasi delapan kelompok motivasi berkunjung wisatawan, yaitu : pengalaman di mana antusias wisatawan yang tertarik dalam berbagai kegiatan yang memungkinkan mereka membenamkan diri dalam budaya lain, motif keluarga yaitu keinginan untuk melakukan perjalanan lebih banyak bersama anggota keluarga, pelancong yang mencari istirahat dan relaksasi, *trail blazer* atau penggemar alam luar yang ingin terhubung dengan alam, *reconnectors*, yang tertarik untuk istirahat dan relaksasi pada waktu bersama pasangan atau alasan lain, *affluentials* mereka yang mencari relaksasi, petualangan, dan mewah, kembali ke dasar atau wisatawan hemat mencari istirahat dan relaksasi, dan wisatawan yang sangat dimotivasi oleh kepuasan terhadap pengalaman, sosialisasi, dan petualangan.

## 2.2 Metode Penelitian

### a. Wilayah Pengamatan

Penelitian ini dilakukan pada kawasan wisata Tanjung Bira, Kecamatan Bontobahari, Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan yang berlokasi sekitar 200 km dari Kota Makassar dan sekitar 42 km ke arah Timur dari ibukota Kabupaten Bulukumba. Pada kawasan wisata Tanjung Bira ini juga terdapat dua pulau, yaitu Pulau Liukang dan Pulau Kambing. Sekitar 500 m dari gerbang masuk terdapat pelabuhan penyeberangan ferry yang menghubungkan daratan Sulawesi Selatan dengan Pulau Selayar.



Gambar 1. Peta Administratif Kab. Bulukumba  
Sumber : Bulukumba Dalam Angka, 2012

### b. Jenis dan Sumber Data

Data primer mencakup produk wisata yang berada di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kab. Bulukumba yaitu atraksi (daya tarik) wisata, tingkat kepuasan wisatawan mancanegara, serta motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara pada kawasan tersebut. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi fisik dan non-fisik di lapangan, wawancara dengan sejumlah segmen pasar wisatawan mancanegara di kawasan wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba, penyebaran kuisioner, dan dokumentasi. Teknik wawancara dilakukan dengan wawancara terfokus dan terstruktur, dengan penyusunan pedoman daftar pertanyaan yang baku sehingga mengacu pada fokus permasalahan yang akan diteliti. Wawancara dalam penelitian ini digunakan sebagai alat untuk mengetahui segala informasi mengenai profil kawasan wisata Tanjung Bira, baik mengenai perkembangan, rencana pengembangan maupun kebijakan-kebijakan yang ada di dalamnya. Sementara itu, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan pertanyaan kombinasi, yaitu pertanyaan terbuka dan tertutup agar dapat memberikan kesempatan kepada responden untuk menjawab pertanyaan dengan bebas. Kuesioner disusun berdasarkan variabel yang telah ditentukan dan diturunkan menjadi indikator masing-masing variabel. Penyebaran kuesioner kepada para stakeholders dalam bidang pariwisata, serta wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kawasan wisata Tanjung Bira. Selanjutnya, metode

observasi dikelompokkan menjadi dua, yaitu observasi fisik meliputi kondisi fisik dari atraksi (daya tarik) wisata pada lokasi penelitian dan observasi non fisik berupa data-data pendukung terlaksananya penelitian ini.

Data sekunder berupa observasi data sekunder yang terkait yang diperoleh melalui survei literatur atau kepustakaan dan survei internasional dengan menjaring data di berbagai lembaga atau instansi yang terkait dengan kepuasan dan motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara terhadap kawasan wisata Tanjung Bira, Bulukumba.

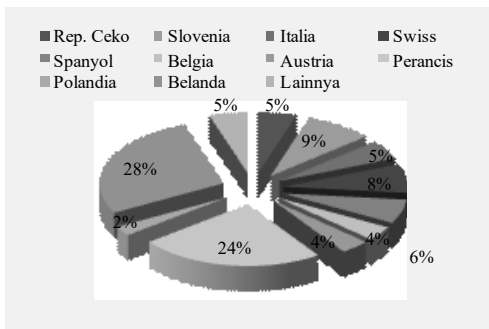
### c. Teknik Analisis

Metode analisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif berdasarkan teori-teori terkait. Analisis akan dilakukan terhadap aspek produk wisata di kawasan wisata Tanjung Bira, dalam hal ini terkait atraksi atau daya tarik wisata, dan selanjutnya mengetahui kualitas produk wisata, tingkat kepuasan wisatawan mancanegara setelah berkunjung sehingga dapat mengetahui motivasi berkunjung kembali wisatawan mancanegara di kawasan wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba. Setelah seluruh data terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah tahap analisis yang nantinya akan menggunakan teknik analisis kuantitatif berupa analisis regresi linier berganda di mana akan membandingkan variabel bebas (X) dengan dua variabel terikat (Y). Dari hasil analisis kuantitatif, kemudian menggunakan hasil temuan lapangan yang dilakukan selama observasi terkait dengan persepsi wisatawan terhadap keberadaan kawasan wisata Tanjung Bira. Analisis kualitatif ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh kualitas atraksi atau daya tarik wisata terhadap kepuasan dan motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara.

## 2.3 Hasil Dan Pembahasan

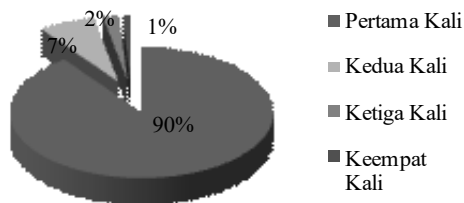
### a. Deskripsi Umum Wisatawan Mancanegara Di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba

Kawasan wisata Tanjung Bira sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Propinsi Sulawesi Selatan memiliki keberagaman karakteristik wisatawan yang datang berkunjung. Wisatawan yang datang berkunjung tidak hanya wisatawan nusantara akan tetapi juga dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Adapun sebaran daerah asal wisatawan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti dan dibatasi oleh wisatawan mancanegara dimana didominasi oleh wisatawan asal Benua Eropa, yaitu wisatawan Belanda sebanyak 28% kemudian disusul wisatawan asal Perancis sebanyak 24% dengan karakteristik mereka yang menyenangi daerah pantai. Dari hasil penelitian ini, diperoleh tiga pasar potensial kawasan Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba yaitu wisatawan asal negara Belanda, Perancis, dan Slovenia yang dapat dilihat pada Gambar 2.



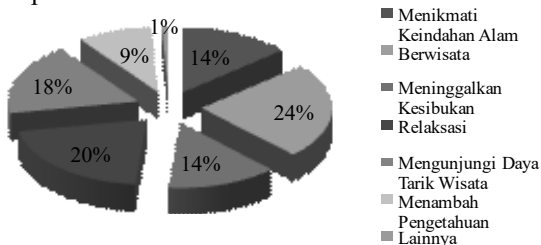
Gambar 2. Negara Asal Wisatawan Mancanegara di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kab. Bulukumba  
Sumber : Hasil Penelitian, 2012

Di sisi lain, menurut jumlah kunjungannya ke kawasan wisata Tanjung Bira masih didominasi oleh wisatawan mancanegara yang datang untuk pertama kalinya sebanyak 90%. Akan tetapi, meskipun jumlahnya masih sedikit tetap juga terdapat wisatawan yang datang hingga keempat kalinya sebesar 1% seperti pada Gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba  
Sumber : Hasil Penelitian, 2012

Jenis atraksi atau daya tarik wisata yang dimiliki kawasan Kawasan Tanjung Bira menjadikannya sebagai sebuah daerah tujuan wisata unggulan di Propinsi Sulawesi Selatan. Hal ini juga semakin diperkuat bahwa kawasan Tanjung Bira ini merupakan destinasi yang menjadi tiga besar penyumbang wisatawan terbesar di Provinsi Sulawesi Selatan (Kamase, 2008). Hal ini diperkuat dengan beberapa motivasi wisatawan mancanegara datang berkunjung ke kawasan kawasan Tanjung Bira pada Gambar 4.

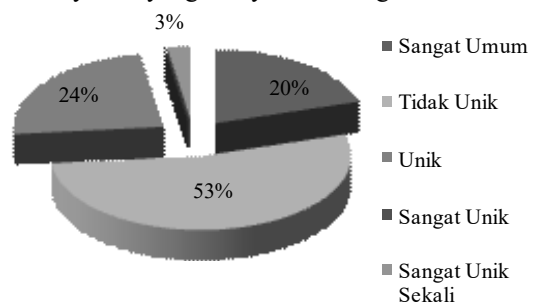


Gambar 4. Motivasi Berkunjung Wisatawan Mancanegara ke Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kab. Bulukumba  
Sumber : Hasil Penelitian, 2012

b. Pengaruh Kualitas Atraksi (Daya Tarik) Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Mancanegara di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba

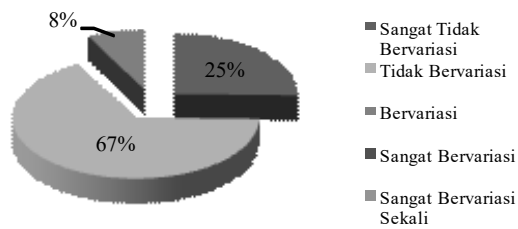
Atraksi (daya tarik) wisata merupakan variabel independent yang termasuk dalam komponen kualitas produk wisata. Dalam penelitian ini, variabel atraksi atau daya tarik wisata menjadi suatu hal yang sangat penting untuk dikaji karena merupakan faktor penarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Selain itu, pada latar belakang telah dipaparkan bagaimana kondisi flora dan fauna yang ada di kawasan wisata Tanjung Bira serta kondisi lingkungan pantai yang mengalami degradasi kualitas dan menyebabkan kekecewaan kepada wisatawan ketika datang berkunjung.

Menurut Soekadijo (1996) atraksi (daya tarik) wisata dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan, maka atraksi (daya tarik) wisata harus dinikmati wisatawan dalam keadaan yang baik. Selain itu atraksi (daya tarik) wisata juga merupakan salah satu alasan terpenting wisatawan melakukan perjalanannya dan menjadi sasaran wisatawan. Dalam penelitian ini seperti pada Gambar 5, atraksi (daya tarik) wisata yang dimaksud adalah mengenai keunikan atau ciri khas yang dimilikinya, jenis dan keragaman yang dimilikinya, kemudahan untuk menjangkau atraksi (daya tarik) wisata tersebut dari penginapan, dan bagaimana kenyamanan yang dirasakan wisatawan ketika menikmati atraksi (daya tarik) wisata tersebut. Sebanyak 53% responden menyatakan keadaan atraksi (daya tarik) wisata yang tersedia di kawasan wisata Tanjung Bira tidak unik dan hanya 3% yang menyatakan sangat unik sekali.



Gambar 5. Keunikan Atraksi atau Daya Tarik Wisata di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kab. Bulukumba  
Sumber : Hasil Penelitian, 2012

Demikian juga dengan hasil jenis dan keragaman atraksi (daya tarik) wisata yang tersedia di kawasan wisata Tanjung Bira yang dilakukan kepada responden pada Gambar 6. Sebanyak 67% responden menyatakan bahwa atraksi (daya tarik) wisata di kawasan wisata Tanjung Bira tidak bervariasi yang hanya bersifat monoton dengan tidak mengalami perubahan sejak 3 tahun terakhir dan hanya 8% responden yang menyatakan bervariasi.



Gambar 6. Jenis dan Keragaman Atraksi (Daya Tarik) Wisata Di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kab. Bulukumba

Sumber : Hasil Penelitian, 2012

Sementara itu, wisatawan yang merasakan jarak tempuh untuk mengakses atraksi atau daya tarik wisata dari penginapan mereka sangat dekat sebesar 74% dan 65% wisatawan merasakan kenyamanan ketika menikmati atraksi (daya tarik) wisata tersebut. Sedangkan berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan, kualitas atraksi (daya tarik) wisata (X1) menjadi variabel yang mempunyai pengaruh yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel kualitas produk lainnya yang diteliti yaitu dengan koefisien 0.321. ini berarti bahwa 32,1% perubahan kualitas atraksi atau daya tarik wisata akan mempengaruhi kepuasan wisatawan mancanegara di kawasan wisata Tanjung Bira. Dalam koefisien regresi, untuk variabel kualitas atraksi atau daya tarik wisata memiliki tanda positif sehingga semakin tinggi kualitas atraksi atau daya tarik wisata yang tersedia maka semakin tinggi pula kepuasan wisatawan mancanegara di kawasan wisata Tanjung Bira. Hal ini terlihat dengan testimoni beberapa wisatawan yang mengeluhkan kondisi dan lingkungan fisik kawasan Tanjung Bira yang sudah sangat tercemari oleh sampah yang berserakan dan beberapa limbah dari kegiatan olahraga air yang aktifitasnya dilakukan ditengah pantai. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebanyak 56,2% wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke kawasan wisata Tanjung Bira memilih atraksi (daya tarik) wisata sebagai faktor yang paling memberikan kepuasan kepada mereka.



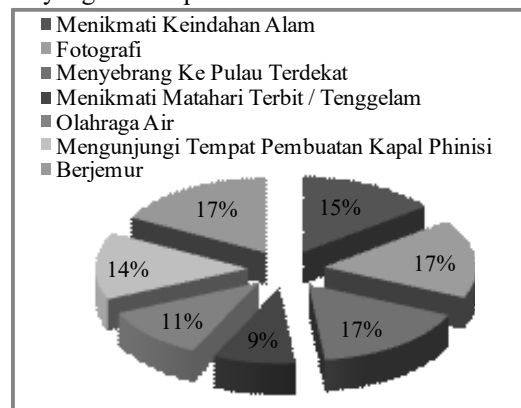
Gambar 7. Kondisi Fisik Pantai yang Merupakan Atraksi (Daya Tarik) Wisata di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kab. Bulukumba

Sumber : Observasi, 2012

c. Pengaruh Kualitas Atraksi (Daya Tarik) Wisata Terhadap Motivasi Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba

Seperti halnya pada saat melakukan analisis regresi pada variabel atraksi (daya tarik) wisata untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan mancanegara, hal yang sama juga dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel atraksi (daya tarik) wisatawan (X) terhadap motivasi kunjungan kembali ke kawasan Tanjung Bira.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, sebanyak 90% responden merupakan wisatawan yang datang untuk pertama kalinya ke kawasan Tanjung Bira. Hal ini berarti bahwa sisanya merupakan wisatawan yang datang berkunjung kembali. Hal ini banyak dimotivasi oleh kesenangan akan suasana yang ada di kawasan Tanjung Bira karena suasana yang tidak ramai, mengunjungi kerabat, meninggalkan kesibukan serta mengunjungi investasi yang mereka tanam di kawasan kawasan Tanjung Bira. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sebanyak 17% wisatawan yang melakukan aktifitas fotografi, berjemur untuk menikmati sinar matahari, dan menyeberang ke Pulau Kambing lalu ke Pulau Liukang Loe. Hanya sekitar 14% yang mengunjungi tempat pembuatan kapal phinisi. Hal ini lebih banyak disebabkan oleh jarak dari kawasan Tanjung Bira yang merupakan atraksi atau daya tarik utama yang berada jauh dengan lokasi pembuatan kapal Phinisi tersebut seperti yang terlihat pada Gambar 8.

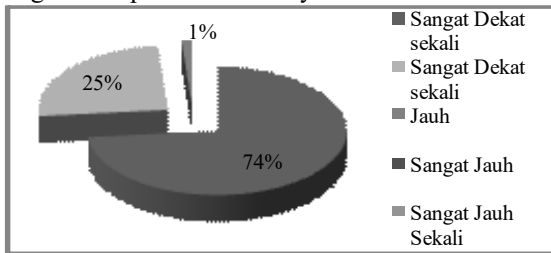


Gambar 8. Pilihan Aktifitas Atraksi (Daya Tarik) Wisata yang Dilakukan Wisatawan Mancanegara di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kab. Bulukumba

Sumber : Hasil Penelitian, 2012

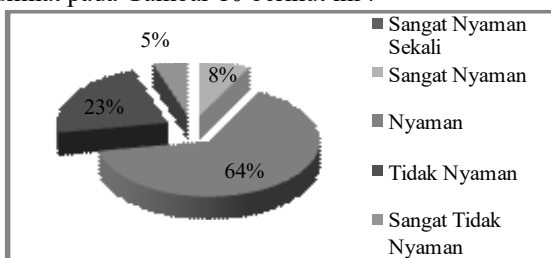
Ketika akan menikmati atraksi (daya tarik) wisata yang ada di kawasan wisata Tanjung Bira, jarak untuk menempuh atraksi (daya tarik) wisata tersebut dari tempat penginapan wisatawan mancanegara juga menjadi hal yang penting. Seperti pada Gambar 9, sebanyak 74% responden menginap di penginapan yang lokasinya sangat dekat sekali untuk mengakses atraksi (daya tarik) wisata yang tersedia. Hal ini sengaja dilakukan wisatawan mancanegara agar mereka dapat dengan mudah untuk menikmati atraksi (daya tarik) wisata tersebut. Selain itu, juga terdapat 1% wisatawan yang memilih penginapan yang berada jauh dari atraksi

(daya tarik) wisata yang tersedia. Hal ini selain dikarenakan pilihan penginapan yang disesuaikan dengan kondisi keuangan yang mereka miliki tetapi juga pada ketika akhir minggu, terdapat penginapan yang telah dipesan sebelumnya.



Gambar 9. Jarak Tempuh Atraksi (Daya Tarik) Wisata dari Penginapan Di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kab. Bulukumba  
Sumber : Hasil Penelitian, 2012

Demikian juga dengan hasil penelitian mengenai kenyamanan wisatawan ketika menikmati atraksi (daya tarik) yang tersedia di kawasan wisata Tanjung Bira. Sebanyak 51 responden merasakan kenyamanan ketika menikmati atraksi (daya tarik) yang tersedia. Akan tetapi juga terdapat 18 responden yang merasa tidak nyaman dan bahkan terdapat 4 responden yang merasakan sangat tidak nyaman ketika menikmati atraksi (daya tarik) wisata yang tersedia di kawasan wisata Tanjung Bira. Hal ini dikarenakan ketika wisatawan berjemur atau menikmati matahari terbit maupun tenggelam, banyak wisatawan lokal yang sering mengganggu dengan meminta foto bersama tetapi dengan cara yang kurang sopan sehingga menimbulkan gangguan kepada wisatawan mancanegara. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 10 berikut ini :



Gambar 10. Tingkat Kenyamanan Wisatawan Ketika Menikmati Atraksi (Daya Tarik) Wisata Di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba  
Sumber : Hasil Penelitian, 2012

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa 53% wisatawan menyatakan bahwa atraksi atau daya tarik wisata yang tersedia tidak dalam keadaan yang unik dan dapat ditemukan di beberapa tempat, dan 67% wisatawan menyatakan atraksi (daya tarik) wisata yang tersedia tidak bervariasi. Ini memberikan indikasi bahwa atraksi (daya tarik) wisata yang tersedia tidak mampu memberikan kepuasan penuh kepada wisatawan mancanegara sehingga memberikan pengaruh terhadap rendahnya

motivasi untuk berkunjung kembali wisatawan mancanegara ke kawasan wisata Tanjung Bira.

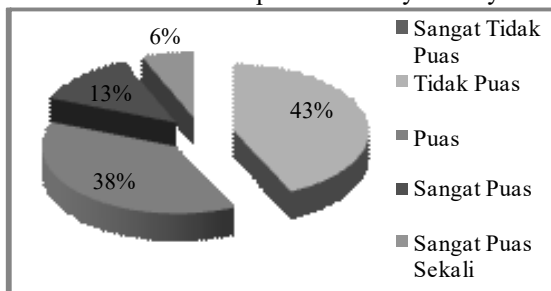
Sedangkan berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan, koefisien variabel kualitas atraksi (daya tarik) wisata (X) adalah 0.359. Ini berarti bahwa perubahan kualitas atraksi (daya tarik) wisata memberikan pengaruh sebesar 35,9% terhadap motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara ke kawasan wisata Tanjung Bira. Dalam koefisien regresi, untuk variabel kualitas atraksi (daya tarik) wisata memiliki tanda positif, sehingga ini memberikan arti bahwa semakin tinggi kualitas atraksi (daya tarik) wisata yang tersedia di kawasan wisata Tanjung Bira maka semakin tinggi pula motivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan ulangnya ke kawasan wisata Tanjung Bira.

#### d. Pengaruh Kepuasan Terhadap Motivasi Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba

Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dalam hal ini wisatawan yang datang berkunjung suatu daerah tujuan wisata juga semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan yang mereka rasakan semakin tinggi, maka keinginan untuk kembali membeli produk tersebut akan tinggi pula. Keinginan disini juga dapat memotivasi pelanggan untuk datang kembali ke suatu daerah tujuan wisata. Oleh karena itu, kepuasan yang dirasakan wisatawan yang datang berkunjung dapat dicapai apabila dimana suatu keadaan antara harapan wisatawan terhadap suatu produk wisata yang diterimanya telah memenuhi harapan yang diinginkan.

Tingkat kepuasan wisatawan mancanegara yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah bagaimana kepuasan yang dirasakan atas kunjungannya ke kawasan wisata Tanjung Bira, bagaimana kepuasan yang dirasakannya ketika menikmati atraksi (daya tarik) yang ada di kawasan wisata Tanjung Bira. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan mancanegara bermacam-macam tergantung terhadap standar kualitas yang mereka telah tetapkan sebelum memutuskan untuk melakukan perjalanannya ke kawasan wisata Tanjung Bira. Sebanyak 43% responden menyatakan tidak puas atas kunjungannya ke kawasan wisata Tanjung Bira. Hal ini dikarenakan oleh penurunan kualitas lingkungan yang ada di pantai, terdapat sampah yang tersebar di beberapa tempat, dan pemerintah setempat seperti tidak peduli akan kejadian yang menimpa di kawasan wisata Tanjung Bira. Selain itu, juga terdapat 38% responden yang menyatakan kepuasannya akan kunjungan ke kawasan wisata Tanjung Bira. Bahkan juga terdapat 6% responden yang merasa sangat puas atas apa yang mereka rasakan di kawasan wisata Tanjung Bira seperti yang

terlihat pada Gambar 11. Hal ini mereka rasakan atas kesejukan alam yang masih sangat alami serta suasana pantai yang jauh dengan kesan ramai wisatawan sehingga mereka merasa lebih *private* untuk melakukan kegiatan wisatanya di kawasan wisata Tanjung Bira. Selain itu, adanya tempat pembuatan perahu Phinisi membuat mereka merasa senang atas latar belakang cara pembuatannya hingga upacara-upacara adat yang dilakukan ketika perahu Phinisi tersebut akan diturunkan di laut untuk pertama kalinya berlayar.



Gambar 11. Tingkat Kepuasan Wisatawan Mancanegara Atas Kualitas Atraksi (Daya Tarik) Wisata Di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba  
Sumber : Hasil Penelitian, 2012

Sedangkan berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan, variabel kepuasan wisatawan mancanegara memiliki koefisien regresi sebesar 1.390. Ini berarti bahwa 139% perubahan kepuasan wisatawan mancanegara akan mempengaruhi motivasi berkunjung kembali wisatawan mancanegara ke kawasan Tanjung Bira. Dalam koefisien regresi, untuk variabel kepuasan wisatawan mancanegara memiliki tanda positif sehingga ini memberikan indikasi bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan wisatawan mancanegara maka semakin tinggi pula motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara untuk datang ke kawasan Tanjung Bira.

Tabel 1. Rerata Hasil Kuesioner Tentang Kualitas Atraksi (Daya Tarik) Wisata, Kepuasan, Dan Motivasi Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Kawasan Wisata Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba

Kualitas Produk Wisata	Indikator	Nilai	Nilai Kondisi
Kualitas Atraksi/ Daya Tarik Wisata	Keunikan atraksi wisata	2,11	Tidak Baik
	Jenis dan keragaman atraksi	2,28	Tidak Baik
	Kemudahan pencapaian atraksi dari penginapan wisatawan	4,18	Baik Sekali

Kualitas Produk Wisata	Indikator	Nilai	Nilai Kondisi
	Kenyamanan suasana ketika menikmati atraksi	2,75	Kurang Baik
<b>Rerata Kualitas Atraksi (Daya Tarik) Wisata</b>		<b>2,83</b>	<b>Kurang Baik</b>
Kepuasan Wisatawan	Kualitas produk wisata	2,45	Tidak Puas
<b>Kepuasan Wisatawan Mancanegara</b>		<b>2,45</b>	<b>Tidak Puas</b>
Motivasi Kunjungan Kembali	Kepuasan pada kunjungan sebelumnya	2,48	Tidak Termotivasi
	Ketertarikan pada produk wisata yang belum dirasakan pada kunjungan sebelumnya	2,41	Tidak Termotivasi
	Adanya produk wisata baru yang belum ada pada kunjungan sebelumnya	2,82	Termotivasi
<b>Motivasi Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara</b>		<b>2,57</b>	<b>Termotivasi</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2012

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel diatas, menunjukkan bahwa dengan rendahnya kualitas atraksi (daya tarik) wisata yang tersedia di kawasan wisata Tanjung Bira memberikan pengaruh terhadap kepuasan wisatawan mancanegara hingga memberikan efek secara tidak langsung terhadap motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara di kawasan wisata Tanjung Bira. Hal yang paling memberikan pengaruh kepada wisatawan mancanegara sehingga dapat memotivasi untuk berkunjung kembali adalah jika tersedianya atraksi (daya tarik) wisata baru di kawasan wisata Tanjung Bira. Selain itu, meskipun kualitas atraksi (daya tarik) yang tersedia menunjukkan hasil yang baik dan juga secara keseluruhan menunjukkan ketidakpuasan wisatawan mancanegara memberikan efek kepada wisatawan hanya termotivasi untuk berkunjung kembali belum memutuskan untuk melakukan kunjungannya kembali, tetapi wisatawan mancanegara tersebut akan tetap memberikan rekomendasi kawasan wisata Tanjung Bira kepada teman atau kerabat mereka untuk datang berkunjung ke kawasan wisata Tanjung Bira.

### 3. PENUTUP

#### 3.1 Kesimpulan



Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, diperoleh beberapa kesimpulan :

- a. Hasil analisis dari kualitas atraksi (daya tarik) wisata yang tersedia di kawasan wisata Tanjung Bira secara keseluruhan masih memiliki kualitas yang baik. Hal ini dapat dilihat dengan nilai angka yang diperoleh pada skala 2,83 (dari skala maksimal 5,00).
- b. Dalam penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa kepuasan wisatawan mancanegara mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara di kawasan wisata Tanjung Bira. Variabel kepuasan wisatawan mancanegara ini mewakili sebesar 63,1% dari motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara di kawasan Tanjung Bira dan sisanya sebesar 36,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang belum termasuk dalam penelitian ini.
- c. Berdasarkan kualitas produk wisata yang tersedia di kawasan wisata Tanjung Bira yang masih berada dalam kualitas rendah menyebabkan ketidakpuasan yang dirasakan wisatawan mancanegara di kawasan wisata Tanjung Bira dengan nilai angka 2,48 (dari skala maksimal 5,00).
- d. Ditemukan juga bahwa, dari kualitas produk yang tersedia di kawasan wisata Tanjung Bira yang kurang baik sehingga tidak memberikan kepuasan kepada wisatawan mancanegara sehingga juga turut menyebabkan rendahnya tingkat motivasi berkunjung kembali wisatawan mancanegara dengan nilai angka 2,57 atau dengan nilai kondisi yang hanya sebatas termotivasi saja. Untuk itu, peningkatan kualitas produk sangat direkomendasikan pada kawasan wisata Tanjung Bira. Akan tetapi, meskipun ditemukan bahwa wisatawan mancanegara tidak termotivasi untuk melakukan kunjungan kembali ke kawasan Tanjung Bira, wisatawan akan tetap merekomendasikan kawasan Tanjung Bira kepada teman atau kerabat mereka untuk datang mengunjungi kawasan tersebut yang dikarenakan suasana pantai serta keunikan yang dimiliki kawasan ini berbeda dengan pantai-pantai lain yang tersedia di Indonesia.
- e. Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa penciptaan produk wisata baru di kawasan wisata Tanjung Bira merupakan faktor yang paling memberikan pengaruh dalam meningkatkan motivasi wisatawan mancanegara ke kawasan wisata Tanjung Bira.
- f. Ditemukan bahwa variabel kualitas atraksi (daya tarik) wisata yang paling memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan mancanegara tetapi tidak memberikan pengaruh yang langsung secara signifikan terhadap motivasi kunjungan kembali wisatawan mancanegara di kawasan wisata Tanjung Bira.

Sementara itu, kualitas atraksi (daya tarik) wisata memiliki kualitas yang baik dengan nilai persepsi 2,83 (dari skala maksimal 5,00). Hal ini lebih banyak dipengaruhi oleh kondisi keunikan serta keragaman atraksi (daya tarik) wisata yang masih rendah.

### 3.2 Rekomendasi

Dari hasil analisis dan temuan di lapangan, ditemukan beberapa permasalahan terkait dengan kualitas produk wisata. Oleh sebab itu, peneliti memberikan beberapa rekomendasi, yaitu :

- a. Membuat paket-paket wisata inbound dengan mengkolaborasikan beberapa daerah tujuan wisata tirta atau bahari dengan daerah tujuan wisata sejarah yang ada. Hal ini dapat menjadi salah satu strategi untuk memasarkan dan mendatangkan wisatawan ke kawasan wisata Tanjung Bira serta meningkatkan lama tinggal serta menambah pengalaman berwisatanya sehingga pusat kegiatan wisatawan juga tidak hanya terkonsentrasi pada satu objek wisata saja, karena objek-objek yang tersedia masih alami dimana daya dukung lingkungannya masih sangat rentan terhadap tingkah laku wisatawan dalam beraktifitas.
- b. Menambah jenis-jenis atraksi atau daya tarik wisata buatan sebagai keragaman atraksi atau daya tarik wisata pendukung dengan kegemaran wisatawan, seperti *night entertainment* untuk meningkatkan pengalaman berwisata baru yang dapat meningkatkan lama tinggal wisatawan.
- c. Memperjelas zona-zona di pantai yang dapat digunakan untuk melakukan aktifitas wisata olahraga air, zona-zona yang dapat dilakukan penangkapan ikan oleh masyarakat lokal (nelayan), maupun penciptaan zona-zona pemeliharaan atraksi atau daya tarik wisata bawah laut demi kelangsungan sumber daya alam maupun lingkungan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. *Bulukumba Dalam Angka*. 2012.
- Gooddal, M. *Places And Region In Global Context*. Pearce Od Education. 1991.
- Inskeep, Edward. *Tourism Planning*. New York: Van Nostrand Reinhold. 1991.
- Iranda, Fara K. *Pengaruh Sebaran Produk Terhadap Pola Perjalanan Wisatawan Mancanegara di Kota Batam*. Universitas Gadjah Mada. 2011.
- Kamase, Jeni. *Segmentation, Targeting, Dan Positioning*. 2008
- Kotler, Philip. dan Amstrong, Gary. *Principle of Marketing*. 2003
- Medlik, S dan Middleton. *Dictionary Of Travel, tourism, And Hospitality*. London: Butterworth-Heinemann. 2003

- Mill, Robert and Morrison, C. *The Tourism System*. The Prentice Hal. 1985.
- Pendi, Nyoman S. *Ilmu Pariwisata*. 1994
- Pitana, I Gede dan Putu G. Gayatri. *Sosiologi Pariwisata Edisi I*. 2005.
- Sharma, L dan Patterson, B. *Consumer Satisfaction*. Journal of Tourism. 2000.
- Song, Michal dan Parry, Mark E. *A Cross National Comparative Study of New Product Development Process : Japan and The US*, *Journal of Marketing*. 1997.
- Sujono, R. *Strategi Pengembangan Pasar*. Yogyakarta : Kanisius. 2007.
- Suswanto, Gamal. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi. 2004
- Yoeti, Oka. A. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta : Pradnya Paramita. 2002
- Zeithaml, Valarie. *Conceptual Model of Service Quality And Its Implication For Future Research*. Journal Of Marketing. 1998.