

PENGARUH PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI PASIR PANJANG TERHADAP
PENDAPATAN PELAKU USAHA DI DESA NGILNGOF KABUPATEN MALUKU TENGGARA

Milus Andriyaman Bwariat¹⁾, Merryll Pelamonia²⁾, Geradin Rehatta³⁾

^{1,2,3)} Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNPATTI

¹⁾ bwariatandriyaman@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of developing long sand beach tourism objects on the income of business actors in Ngilngof Village, Southeast Maluku Regency. The sample in this study were 45 business actors on Pasir Panjang Beach. The data collection technique in this study was a questionnaire. The analytical technique used in this study was simple linear regression analysis, t-test analysis, validity test, normality test reliability test, heteroscedasticity test. The results of the study show that the long sand beach tourist attraction greatly affects the income of business actors because long sand beach is good for business land because many tourists always and want to visit long sand beach attractions.

Keywords: Tourist Attractions, Income of Business Actors.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengembangan objek wisata pantai pasir panjang terhadap pendapatan pelaku usaha di Desa Ngilngof Kabupaten Maluku Tenggara. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 45 orang pelaku usaha yang ada di pantai pasir panjang, Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, analisis uji t, uji validitas, uji reabilitas uji normalitas, uji heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa objek wisata pantai pasir panjang sangat mempengaruhi pendapatan pelaku usaha karena pantai pasir panjang baik untuk dijadikan lahan usaha karena banyak wisatawan yang selalu dan ingin berkunjung di objek wisata pantai pasir panjang

Kata Kunci : Objek Wisata, Pendapatan Pelaku Usaha.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata termasuk salah satu sektor yang menopang perekonomian Nasional serta berperan penting menyumbang devisa bagi negara. Pariwisata merupakan sektor utama oleh beberapa daerah di Indonesia sebagai penopang utama perekonomian daerah. Pariwisata merupakan combination delegasi yang memiliki pasar potensial baik secara lokal maupun Internasional. Hasil penelitian yang membuktikan bahwa peran positif sektor pariwisata bagi perekonomian suatu wilayah antara lain Febrina (2018).

Pariwisata saat ini dipandang sebagai sektor yang dikelola secara ekonomi atau komersial. Tiap wilayah di Indonesia memiliki ragam potensi pariwisata yang apabila dikelola dengan baik dapat memberikan tambahan nilai ekonomis. Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman wisata dan budaya. Keanekaragaman wisata yang begitu indah merupakan ciri khas yang dimiliki masing – masing daerah. Kekayaan alam dan keberagaman bangsa Indonesia dapat menjadi daya Tarik bagi wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara, dengan demikian Indonesia dapat mengembangkan kekayaan potensi alam tersebut menjadi pariwisata. Namun tiap wilayah di Indonesia memiliki ragam dan karakteristik serta kuantitas objek wisata yang sangat variatif, ada daerah yang memiliki potensi industri pariwisata yang besar namun ada juga yang memiliki keterbatasan sehingga relatif sulit dikembangkan menjadi industri pariwisata. Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia begitu pesat saat ini menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan dalam meningkatkan pendapatan perekonomian suatu wilayah. Pembukaan rute-rute penerbangan, destinasi wisata baru, serta meningkatkan akomodasi yang membuktikan bahwa pariwisata sangat berpotensi dalam meningkatkan perekonomian suatu Wilayah. Pariwisata akan memberikan kontribusi ekonomi bagi suatu daerah.

Provinsi Maluku sebagai daerah yang berada di wilayah Indonesia bagian timur memiliki potensi alam yang banyak menawarkan keanekaragaman daya tarik wisata baik bersifat alam (bahari), pantai, air terjun atau permandian, hutan termasuk flora dan fauna maupun budaya yang unik dan dikenal sebagai gugusan pulau yang indah. Kondisi ini dipandang sebagai potensi ekonomis pariwisata daerah Maluku atau bisnis pariwisata (Sihassale 2013).

Daerah Maluku merupakan wilayah daerah kepulauan dengan mayoritas pulau-pulau kecil yang memiliki keindahan serta keunikan tersendiri yang cenderung belum dieksploitasi sebagai komunitas bisnis yang menguntungkan. Salah satu daerah di Maluku yang memiliki alam yang sangat indah terutama bahari pantai adalah kabupaten Maluku Tenggara. Pantai Ngilngof atau pantai Pasir Panjang memiliki karakteristik fisik pantai yang mempesona struktur pasir halus yang begitu luas merupakan keunikan yang dimiliki oleh pantai Pasir Panjang.

Potensi pariwisata pantai pasir panjang juga didukung dengan unit-unit bisnis pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan serta mendukung kenyamanan. Unit-unit tersebut meliputi: villa, pondok-pondok jualan, cafe, gazebo. Beroperasinya unit-unit tersebut memiliki dampak ganda baik bagi wisatawan maupun pelaku usaha pariwisata dalam hal peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat. Secara umum jumlah pelaku usaha pariwisata sebanyak 80 orang, sebagian besar menjalankan usaha secara perseorangan atau usaha sistem membagi hasil. Jumlah pelaku usaha pariwisata pantai Pasir Panjang meningkat tajam dari 12 orang pada tahun 2009 menjadi 80 orang pada tahun 2020. Hal ini menjustifikasi bahwa aktifitas usaha bisnis pariwisata di pantai pasir panjang memiliki kontribusi positif dari segi ekonomi.

Kondisi pantai yang belum didukung dengan fasilitas memadai namun berdampak memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Beberapa hal terutama iklim (musim barat) relatif menyebabkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan namun aktivitas bisnis pariwisata tetap beroperasi di pantai Pasir Panjang. Hal ini menunjukkan suatu asumsi bahwa masyarakat sebagai pelaku bisnis tetap bertahan menjalankan usahanya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kodhyat (1998) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Youti (1991) Pariwisata berasal dari dua kata yaitu Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan Wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata "pariwisata" dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain yang dalam bahasa Inggris disebut juga dengan istilah "Tour". Pengertian Objek Wisata menurut Ridwan (2012:5) merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaean atau tujuan kunjungan wisatawan. Selain itu, pengertian objek wisata lainnya adalah tempat yang dikunjungi dengan berbagai keindahan yang didapatkan, tempat untuk melakukan kegiatan pariwisata, tempat untuk bersenang-senang dengan waktu yang cukup lama demi mendapatkan kepuasan, pelayanan yang baik, serta kenangan yang indah di tempat wisata.

Sedang menurut SK Menparpostel No. Km 98 PW. 102 MPPT-87, pengertian Objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Selain itu, menutip dari salah satu penelitian uny.ac.id, pengertian objek wisata yang lainnya adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik wisata menurut Undang-Undang No.10 tentang kepariwisataan.

Mengutip dari laman cvinspireconsulting.com, pengertian daya tarik wisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan. Lebih lanjut, menurut Suwanto dalam bukunya yang bertajuk Dasar-dasar Pariwisata (1997:19) pengertian daya tarik wisata juga disebut objek wisata yang merupakan potensi dan menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Sedang menurut Undang-Undang No 10 tentang kepariwisataan, pengertian daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan pariwisata yang juga disebut sebagai destinasi wisata.

Kawasan pariwisata merupakan kawasan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhankegiatan pariwisata dengan kriteria pemanfaatan ruang yaitu Tersedia sarana dan prasarana, Tersedia aksesibilitas yang tinggi ke pusat pelayanan niaga dan kesehatan, Memiliki obyek dan daya tarik wisata, Pemberlakuan lebar garis sempadan pantai (Perda atau hukum perusahaan atau sistem pemilikan pantai), Pengaturan pemakaian air tanah yang disesuaikan dengan kapasitas ketersediaan airtanah dan waktu yang dibutuhkan untuk pengisian kembali, Lebar garis sempadan pantai 100-300 meter dari titik pasang tertinggi.

Pada kawasan pariwisata pantai, kegiatan yang menjadi aktifitas masyarakat lokal adalah budidaya, perdagangan dan jasa. Kegiatan budidaya bertujuan untuk memanfaatkan potensi alam atau komoditas lokal yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Berkaitan dengan menjaga kelestarian alam kawasan pariwisata pantai sehingga kegiatan budidaya yang berada di sempadan pantai tidak boleh menimbulkan dampak negatif dan memiliki koordinator pengawasan pemanfaatan ruang. Kegiatan budidaya yang berdampak negatif termasuk pembuangan limbah padat ke pantai, pembuangan limbah cair tanpa pengolahan ke pantai, budidaya pertanian tanpa pengolahan tanah secara intensif, pembangunan tempat hunian atau tempat usaha tanpa Ijin Mendirikan Bangunan (IMB).

3. METODOLOGI

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif dengan membagikan kuisioner kepada pelaku usaha yang terdapat pada pantai pasir panjang yang terletak di Desa Ngilngof Kabupaten Maluku Tenggara dengan tujuan penelitian yaitu jenis deskriptif. Penelitian dilakukan pada pantai pasir panjang yang teretak di Desa Ngilngof kabupaten Maluku Tenggara. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 45 orang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuisioner. Kuisioner dibagikan secara langsung kepada pelaku usaha di pantai Pasir Panjang yang terdapat di Desa Ngilngof maluku tenggara dan juga dalam penelitian ini pengumpulan data juga menggunakan teknik dokumentasi. analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai pasir panjang terletak di Desa Ngilngof Kecamatan Manyew Kabupaten Maluku Tenggara, lokasi pantai pasir panjang sangat mudah di jangkau karena jarak antara lokasi pantai pasir panjang dengan pusat kota sekitar 12.7 km.

Kuisioner diberikan kepada pelaku-pelaku usaha yang ada di sekitaran objek wisata pantai pasir panjang desa ngilngof. Kuisioner dibagikan dalam bentuk print out kuisioner dan dibagikan kepada responden.

Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah dengan Kolmogrov Smirnov, suatu data dinyatakan normal jika nilai

Tabel 4.12

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.30885881
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.087
	Negative	-.105
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Hasil Uji Normalitas

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2022

Hasil uji normalitas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi Normal.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berikut adalah penjelasan variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti pada penelitian ini, yaitu : Variabel bebas (X) : Pengembangan objek wisata Variabel Terikat (Y) : Pendapatan Maka dalam penelitian ini akan dilihat seberapa besar pengaruh objek wisata (X) terhadap pendapatan (Y).

Hasil analisis regresi menunjukkan t_{hitung} objek wisata adalah sebesar 9.113 dengan signifikansi 0,05 (signifikan), Hal ini berarti bahwa variabel objek wisata berpengaruh terhadap variabel pendapatan, yang artinya objek wisata mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan pelaku usaha di Desa Ngilngof Kabupaten Maluku Tenggara.

Dari hasil analisis regresi linier sederhana statistik uji t pada variabel objek wisata diperoleh nilai signifikan yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis o (Ho) ditolak, dan Hipotesis a (Ha) Diterima yang artinya objek wisata berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan.

Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 45 responden yang dipilih secara random. dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel (X) Pengembangan Objek Wisata pantai pasir

panjang berpengaruh terhadap variabel (Y) Pendapatan pelaku usaha di Desa Ngilngof Kabupaten Maluku Tenggara.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka dapat dijelaskan bahwa pendapatan sebagai variabel dependen. Diketahui pada variabel objek wisata diperoleh nilai t-hitung sebesar 9.113 dengan signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Yang artinya objek wisata berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Pada penelitian ini semua item yang diteliti oleh peneliti menyatakan bahwa objek wisata Pantai Pasir Panjang sangat mempengaruhi pendapatan pelaku usaha karena pantai pasir panjang baik untuk dijadikan lahan usaha karena banyak wisatawan yang selalu dan ingin berkunjung di objek wisata Pantai Pasir Panjang, hal ini bisa dilihat dari jawaban responden yang sebagian besar menjawab setuju dan sangat setuju pada kuisioner yang dibagikan peneliti. Fakta dilapangan menunjukkan pengembangan Objek Wisata Pantai Pasir Panjang yang dilakukan pihak pengelola untuk menambah daya Tarik bagi wisatawan yang berkunjung untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha yang berada di Pantai Pasir Panjang.

Pengembangan objek wisata identik dengan lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana dan prasarana (fasilitas) serta akomodasi terbukti meningkatkan pendapatan pelaku usaha di Pantai Pasar Panjang Desa Ngilngof. Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah wisatawan objek wisata Pantai Pasir Panjang merupakan respon wisatawan terhadap pendapatan pelaku usaha karena dengan kedatangan para wisatawan bisa meningkatkan pendapatan para pelaku usaha yang ada di Pantai Pasir Panjang Desa Ngilngof.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Veradina, Manshi dan Mawardi (2018) yang meneliti tentang pengaruh pengembangan Objek Wisata terhadap tingkat pendapatan di Desa Sanan Rejo, Kabupaten Malang, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan pendekatan analisis deskriptif, dengan hasil penelitian yaitu pengembangan objek wisata berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan masyarakat. Ada pula penelitian yang dilakukan oleh Fahrul Rizal (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap Pendapatan Ukm Di Sekitar Masjid Raya Baiturrahman Di Banda Aceh dengan menggunakan metode Kuantitatif dengan jenis penelitian kausal komperatif dengan hasil penelitian yaitu, lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM disekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh serta melalui proses pengolahan data serangkaian pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulannya yaitu sebagai berikut :

- a. Kelengkapan fitur yang dimiliki oleh media sosial, dalam proses menampilkan produk (pantai Ngurbloat) kepada calon pelanggan / wisatawan
- b. Media sosial merupakan media yang di gunakan banyak orang
- c. Media sosial sangat hemat biaya dalam melakukan sebuah promosi
- d. Media yang sangat mudah digunakan maupun mudah untuk mengakses informasi dan melakukan interaksi secara dua arah.
- e.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan untuk pihak pengelola pantai Ngurbloat mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam melakukan promosi sebagai berikut:

- a. Sebaiknya pihak pengelola pantai Ngurbloat lebih memperhatikan setiap postingan yang mereka bagikan di media sosial, dengan alasan utama yaitu promosi. Karena disetiap postingan mereka, kurang di perjelas terkait gambar yang dibagikan sehingga calon wisatawan yang melihat gambar tersebut hanya bisa melihat gambar serta video tanpa ada penjelasan yang bisa menarik perhatian serta minat dari calon wisatawan.
- b. Sebaiknya pihak pengelola pantai Ngurbloat melakukan kegiatan evaluasi berkala, mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung di pantai Ngurbloat sehingga, pihak pengelola dapat mengetahui apa yang kurang dan apa yang harus di perbaiki maupun dikembangkan dalam memanfaatkan media sosial sebagai saran untuk melakukan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, E. I. (2015, juni 04). *Ada 6,1 milyar pengguna smartphone di 2020*. Retrieved from medcom: <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/yKXzmgZb-ada-6-1-milyar-pengguna-smartphone-di-2020>
- Basu Swastha & Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta Liberty.

- Djaelani, R. A. (2013). *Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif.*, jurnal ilmiah pariwisata .
- Geradin Rehatta, S.pd., MM dan Dr. J. Papilaya, M.si. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Ambon: UNESA UNIVERSITY PRESS.
- Hidayah, N. (2017, november 05). *pengertian pariwisata dan kepariwisataan*. Retrieved from pemasaran pariwisata: <https://pemasaranpariwisata.com/2017/11/05/wisata-pariwisata-kepariwisataan/>
- Indika, D. R. (2017). *Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen* , jurnal pariwisata terapan.
- Irma, A. (2017). *Peran Instagram sebagai media komunikasi pemasaran bisnis Online (studi Deskriptif kualitatif pada Bisinis Online Beautyhomeshop)*, jurnal online.
- Kotler, P. D. (2004). *Dasar-dasar pemasaran. edisi kesembilan jilid 2 dialihbahasakan oleh,* Alexandro Sindoro, Jakarta : Indeks.
- Kotler, P. d. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*, edisi ketigabelas, jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Limandono, Johan Ardi, and Diah Dharmayanti. 2018. "Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City" Accessed January 8, 2020. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenpemasaran/article/download/6316/5740>.
- Maya Ratnasari, S. D. (2019, september 15). *Pengelolaan media sosial sebagai strategi digital marketing pariwisata*. Retrieved from Ejurna: <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/130>
- Muljono, Ryan Kristo. 2018. *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Novi, K. W. (2015). *Pemanfaatan instagram oleh komunitas wisata global dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah* , komuniti, Vol. VIII, No 2 P-ISSN: 2087-085X, e-ISSN: 2549-5623.
- Pendidikan, D. (2021, april 23). *pengertian pariwisata menurut para ahli*. Retrieved from Dosen pendidikan: <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-pariwisata-menurut-para-ahli/>
- Pratama, I Putu Agus Eka. 2015. *E- Commerce, E- Business Dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika.
- Prianto, Cahyo, Nisa Hanum Harani, and Marismiati. 2020. "Pemanfaatan Photo Product Dan Facebook Marketing Untuk Meningkatkan Omset Penjualan UMKM Parongpong" (2018). Accessed May 5. <http://proceedings.conference.unpas.ac.id/index.php/pkm/article/view/343/265>.
- Qualman, E. (2013). *Socialnomics : How social media transforms the way we live and do Business.*, (p. 316). Canada : John Wiley & Sons, Inc.
- Ramadita, Dedy. 2020. "Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Smartphone Tasmania Cell Berbasis Website Sebagai Media Promosi Dan Transaksi" (n.d.). Accessed March 14. <http://eprints.ums.ac.id/49499/4/NASKAH%20PUBLIKASI%201.pdf>.
- Rangkuti, F. (2009). *Promosi yang kreatif dan analisis kasus-integrated marketing communication*, Jakarta: Gramedia Pustaka utama.
- Setiawan, S. (2021, maret 13). *pengertian promosi, tujuan, fungsi, komponen, bentuk, para ahli*. Retrieved from Guru pendidikan: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D.*, Bandung : Alfabeta.
- Wahyuni, Sri. 2020. "Analisis Strategi Promosi Online Pada Pasarhosting.Com" (n.d.): 7. Accessed January 3. <https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/71085/1/H14swa.pdf>.
- Yuhfizar. 2009. *Berteman Dan Berbisnis Lewat Facebook*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.