

Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Belitung: Persepsi Wisatawan

Devi Valeriani ^{1,*}  dan Aning Kesuma Putri ¹ 

¹ Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi,

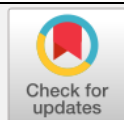
Universitas Bangka Belitung, 33172, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia

* Korespondensi: deviyono92@gmail.com

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:

Artikel Hasil Penelitian



Sitasi Cantuman:

Valeriani, D., & Putri, A. K. (2020). *Tourism Sector Development in Belitung Regency: The Tourist's Perception*. *Society*, 8(1), 109-122.

DOI : [10.33019/society.v8i1.157](https://doi.org/10.33019/society.v8i1.157)

Hak Cipta © 2020. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh Society



Artikel dengan akses terbuka.

Lisensi: Atribusi-NonKomersial-BerbagiSerupa (CC BY-NC-SA)

ABSTRAK

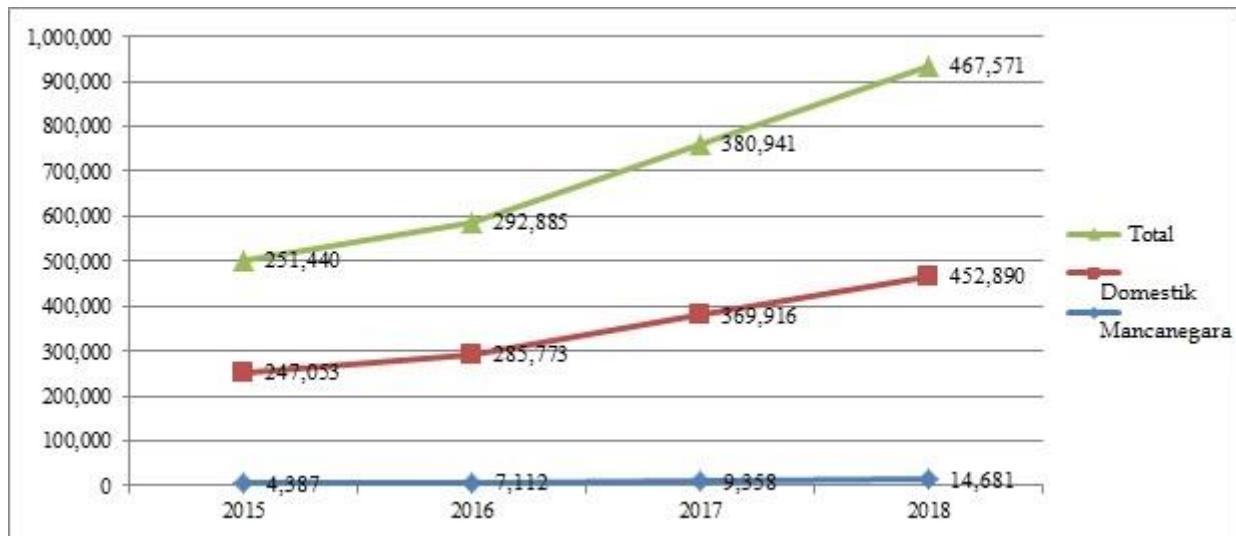
Pariwisata memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi sektor unggulan di Kabupaten Belitung. Perkembangan pariwisata ditunjukkan dari meningkatnya jumlah wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara pada tahun 2015-2018 sebesar 85,9% selama periode 4 tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesenjangan antara tingkat kepuasan dan pentingnya komponen pendukung pariwisata terhadap wisatawan yang mengunjungi tujuan wisata di Kabupaten Belitung. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan Importance Performance Analysis. Data primer diperoleh dengan wawancara melalui pertanyaan skala Likert. Subjek dalam penelitian ini adalah 400 wisatawan domestik dan 400 wisatawan mancanegara. Subjek dipilih menggunakan teknik sampling Rumus Slovin. Komponen pendukung pariwisata yang terdiri harga, fasilitas fisik (infrastruktur) dan jaminan (layanan) digunakan untuk mengetahui persepsi wisatawan tentang kepuasan dan kepentingannya. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa wisatawan domestik merasa tidak puas terhadap komponen 1) jaminan (pelayanan) yang terdiri dari atraksi budaya, komunikasi masyarakat dan petugas pariwisata, serta 2) fasilitas fisik (infrastruktur) yang terdiri dari galeri souvenir, toilet, kebersihan lingkungan, kebersihan restoran, dan fasilitas keselamatan. Sedangkan wisatawan mancanegara memiliki tingkat kepuasan yang rendah terhadap pelayanan dari petugas dan masyarakat dalam hal berkomunikasi dalam bahasa asing, atraksi budaya dan kebersihan lingkungan.

Dikirim: 4 Maret, 2020;
Diterima: 22 April, 2020;
Dipublikasi: 30 April, 2020;

Kata Kunci: Fasilitas Fisik; Harga; IPA; Jaminan; Wisatawan

1. Pendahuluan

Potensi pariwisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung khususnya Kabupaten Belitung telah sangat dikenal oleh wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Hal ini diindikasikan dari peningkatan kunjungan wisatawan yang cukup signifikan dari tahun 2015 hingga tahun 2018 selama periode 4 tahun. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara meningkat sebesar 234,6% dan kunjungan wisatawan domestik meningkat sebesar 83,3%. Total peningkatan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Belitung sebesar 85,9%, dengan rincian seperti tampak pada gambar berikut:



Gambar 1. Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Belitung tahun 2015 - 2018

Sumber: Data Primer (2019)

Kunjungan wisatawan yang semakin meningkat membutuhkan upaya untuk peningkatan kualitas destinasi wisata dan komponen pendukung yang memadai setiap tahun. Diasumsikan bahwa kondisi global yang mempengaruhi kunjungan wisatawan dianggap normal. Untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan, Pemerintah Daerah perlu mengetahui faktor-faktor atau kondisi yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan. Selain tingkat kepuasan, perlu juga diketahui pentingnya masing-masing faktor pendukung yang dapat mempengaruhi kunjungan dan kepuasan wisatawan (Kleeman, 2001; Rajesh, 2013; Valeriani & Wardhani, 2015; Haarhoff, 2018).

Hasil survei awal menunjukkan bahwa 93% wisatawan yang mengunjungi Belitung karena keindahan pantai dengan pasir putih, batu granit besar, dan juga air laut yang jernih dan alami. Hanya mengandalkan keindahan alam saja tidak cukup, tetapi membutuhkan komponen pendukung pariwisata lainnya seperti harga, kondisi fasilitas fisik (infrastruktur) dan jaminan (layanan). Komponen-komponen ini akan diuji untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan wisatawan. Diperlukan analisis dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui tingkat kepuasan dan pentingnya komponen pendukung bagi wisatawan (Wong *et al.*, 2011; De Nisco *et al.*, 2015; Kasnadi & Indrayani, 2019). Analisis ini merupakan teknik penerapan sederhana untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat

kepentingan wisatawan pada saat berkunjung sehingga berguna untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Belitung (Valeriani *et al.*, 2017; Andriani, 2019). Kemampuan untuk memberikan pengalaman wisata berkualitas tinggi dan memuaskan merupakan sumber penting dari keunggulan kompetitif. Hal ini sangat penting dikarenakan semakin meningkatnya persaingan di antara tujuan wisata domestik dan internasional.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai persepsi wisatawan yang berhubungan dengan tingkat kepuasan wisatawan. De Nisco *et al.*, (2015) menunjukkan bahwa wisatawan ketika berwisata, menginginkan adanya atraksi peninggalan bersejarah. Penelitian lainnya menemukan bahwa pengalaman pariwisata yang memuaskan dapat mempengaruhi niat perilaku pasca kunjungan, seperti niat untuk kembali berkunjung ke tujuan wisata tersebut (Chen & Tsai, 2007) dan kemauan untuk merekomendasikannya (Bigné *et al.*, 2001; Chi & Qu, 2008). Wisatawan akan melakukan perbandingan antara destinasi wisata yang dikunjungi dengan destinasi wisata yang pernah dikunjungi sebelumnya. Perbedaan tersebut menjadi sebuah titik perbandingan untuk mengevaluasi kepuasan wisatawan (Armario, 2008); (Alegre & Garau, 2010); (Aliman *et al.*, 2016).

Perlu adanya penelitian untuk mengetahui perbedaan antara kepuasan keseluruhan terhadap tujuan wisata dan kepuasan yang terkait dengan komponen pendukung pariwisata seperti layanan terkait seperti hotel, restoran, toko, transportasi, dan sebagainya (Butcher, 2002; Ryglova *et al.*, 2015). Oleh karena itu, selain komponen fungsional, banyak faktor kontekstual dan lingkungan berkontribusi terhadap persepsi pengalaman pariwisata, seperti faktor sosial, kualitas interaksi manusia yang mengarah pada manfaat dan tanggapan terhadap pengalaman dan lingkungan fisik seperti alam, atraksi, lansekap dan sebagainya (Fuchs & Weiermair, 2003).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesenjangan antara tingkat kepuasan dan kepentingan wisatawan yang mengunjungi tujuan wisata di Kabupaten Belitung dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA). Komponen pendukung pariwisata yang terdiri harga, fasilitas fisik (infrastruktur) dan jaminan (layanan) digunakan untuk mengetahui persepsi wisatawan tentang kepuasan dan kepentingan wisatawan sehingga dapat menentukan strategi pengembangan pariwisata.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Konsep Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan melakukan kunjungan ke suatu tempat dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau beristirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain (Aynalem *et al.*, 2016; Camilleri, 2018). Sedangkan Zaei & Zaei (2013) mendefinisikan pariwisata adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta yang terkait dalam pengembangan, produksi, dan pemasaran produk suatu layanan, yang memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang bepergian. Selain itu, Gunawan *et al.*, (2016) menjelaskan bahwa pariwisata adalah salah satu industri baru yang mampu mendorong peluang kerja, pendapatan, standar hidup, dan mengaktifkan sektor produksi lainnya di negara-negara penerima wisatawan.

Pariwisata bisa mendorong perkembangan sektor ekonomi domestik, seperti jasa wisata, yang terdiri dari usaha transportasi dan akomodasi (hotel, motel, pondok wisata) (Bertan & Altıntaş, 2013). Pengembangan pariwisata berpotensi mengembangkan tujuan wisata di daerah. Potensi ini mempengaruhi motivasi wisatawan untuk datang berkunjung ke Daya Tarik Wisata (DTW) tersebut (Leung *et al.*, 2018).

2.2. Data Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, Daya Tarik Wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, kenyamanan, dan nilai yang terdiri dari keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan produk buatan manusia, yang menjadi sasaran atau dikunjungi oleh wisatawan (Republik Indonesia, 2009). Definisi lain mengungkapkan bahwa Daya Tarik Wisata atau "Tourist Attraction", adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Vengesayi *et al.*, 2009). Daya Tarik Wisata juga sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Devy & Soemanto, 2017).

Daya Tarik Wisata dibagi menjadi tiga macam, yang terdiri dari yaitu (1) Daya Tarik Wisata Alam merupakan Daya Tarik Wisata yang dikembangkan dengan berbasis pada keindahan dan keunikan alam, seperti pantai, laut, danau, dan lain-lain. (2) Daya Tarik Wisata Budaya merupakan Daya Tarik Wisata yang dikembangkan dengan berbasis pada hasil karya dan kreasi manusia, baik peninggalan budaya (situs/*heritage*) maupun nilai budaya yang masih ada dalam suatu masyarakat (*the living culture*), seperti upacara/ritual, adat istiadat, seni pertunjukan, seni kriya, seni sastra, seni rupa, ataupun keunikan sehari-hari yang dimiliki oleh suatu masyarakat, dan (3) Daya Tarik Wisata Minat Khusus (*Special Interest*) adalah Daya Tarik Wisata yang dikembangkan dengan berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik, seperti memancing (*fishing*), berbelanja (*shopping*), golf (*sport*), agrowisata, dan lain-lain. (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2018; Manafe *et al.*, 2016).

2.3. Pelaku Pariwisata

Pelaku pariwisata merupakan semua pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata (Molina *et al.*, 2010; Rääkkönen, 2014), yang terdiri dari:

- 1) Wisatawan, konsumen atau pengguna produk dan layanan wisata. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya) untuk berkunjung/berwisata. Wisatawan terdiri dari wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara (Tureac & Turtureanu, 2010).
- 2) Industri Pariwisata/Penyedia Jasa, semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata.
- 3) Pendukung Jasa Wisata, usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk tersebut.
- 4) Pemerintah, pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan pariwisata.
- 5) Masyarakat lokal, masyarakat yang bermukim di sekitar kawasan wisata. Masyarakat lokal merupakan salah satu aktor penting dalam pariwisata yang berperan sebagai penyedia sebagian besar atraksi dan juga faktor penentu kualitas produk wisata.

2.4. Infrastruktur Pariwisata

Pengembangan sektor pariwisata sangat terkait dan tergantung pada pengembangan infrastruktur. Sistem infrastruktur didefinisikan sebagai fasilitas atau struktur dasar, peralatan, instalasi, yang dibangun dan dibutuhkan serta penting untuk berfungsinya sistem sosial dan sistem ekonomi masyarakat (Panasiuk, 2007). Pengembangan infrastruktur menjadi sangat penting yang akan mendorong perkembangan sektor pariwisata (Blazeska *et al.*, 2018).

2.5. Pemasaran Pariwisata

Pemasaran pariwisata adalah proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi dan industri melalui komunikasi untuk menentukan dan mempengaruhi minat, kebutuhan, motivasi, suka dan tidak suka pada daerah lokal, nasional dan internasional, kemudian merumuskan dan menyesuaikan produk pariwisata untuk mencapai kepuasan maksimum dari wisatawan dan manfaat dari kepuasan para wisatawan (Utama, 2016). Tujuan pemasaran pariwisata yaitu (1) menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah (2) menarik wisatawan untuk menggunakan pelayanan yang diberikan oleh industri pariwisata.

2.6. Kepuasan Wisatawan

Beberapa penelitian telah mendiskusikan tentang kepuasan wisatawan dan menyatakan bahwa perlunya mempertimbangkan potensi lokal atau kekhasan sektor pariwisata masing-masing daerah untuk mengukur kepuasan wisatawan (Bowen, 2002; Fuchs & Reichel, 2006; Chi, 2011; Gursoy *et al.*, 2013).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus - November 2019. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan studi literatur. Data primer diperoleh dengan wawancara melalui pertanyaan skala Likert. Subjek dalam penelitian ini adalah 400 wisatawan domestik dan 400 wisatawan mancanegara. Subjek dipilih menggunakan teknik *sampling* Rumus Slovin.

3.1. Importance Performance Analysis (IPA)

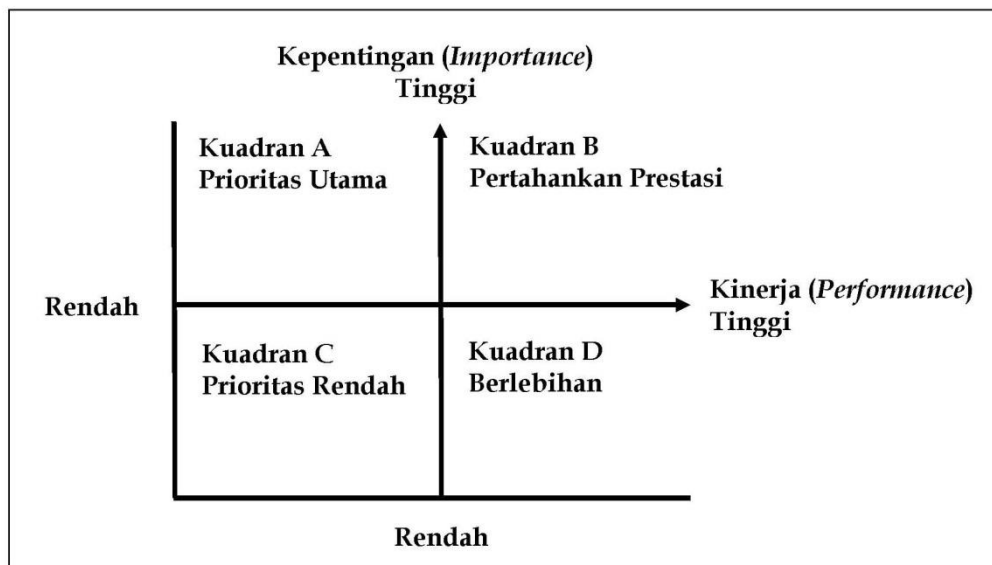
Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pada sektor pariwisata merupakan skema yang sejalan dengan pendekatan ekspektasi kinerja dan penggunaannya diantaranya pernah dilakukan dalam pemasaran pariwisata (Bindu & Kanagaraj, 2013; De Nisco *et al.*, 2015; Jeng *et al.*, 2019). *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan individu dengan kepentingan pihak lain. *Importance Performance Analysis* (IPA) juga telah digunakan untuk mengevaluasi kinerja hotel dan acara pariwisata (Chu & Choi, 2000; Beldona & Cobanoglu, 2007; Wilkins, 2010; Djeri *et al.*, 2018). Baru-baru ini, Sörensson & von Friedrichs (2013) dan Boley *et al.*, (2017) menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk membandingkan kinerja destinasi pariwisata terkait dengan keberlanjutan sosial dan lingkungan. Kepuasan individu tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat kepuasan dengan kepentingan yang dilakukan. Pengukuran pembobotan nilai alternatif tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan dilakukan dengan skala Likert sebagai berikut:

Tabel 1. Nilai Skor Alternatif Jawaban Harapan dan Kepuasan

Alternatif Jawaban Tingkat Kepuasan	Nilai Skor	Alternatif Jawaban Tingkat Harapan
Sangat Puas	5	Sangat Penting
Puas	4	Penting
Cukup Puas	3	Cukup Penting
Tidak Puas	2	Tidak Penting
Sangat Tidak Puas	1	Sangat Tidak Penting

Sumber: Budiaji (2013)

Teknik ini mengarahkan responden untuk penilaian terhadap tingkat kepuasan dan kepentingan. Nilai rata-rata tingkat kepuasan dan kepentingan tersebut kemudian dianalisis menggunakan *Importance-Performance Matrix*, yang mana sumbu X mewakili kepuasan sedangkan sumbu Y mewakili kepentingan. Hasil yang akan didapat berupa empat kuadran sesuai gambar berikut:



Gambar 2. Kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA)

Sumber: De Nisco *et al.*, (2015); Djeri *et al.*, (2018)

Interpretasi dari kuadran tersebut berdasarkan Djeri *et al.*, (2018) adalah:

- A. Prioritas Utama (*Concentrate Here*): Di kuadran ini, faktor-faktor yang dinikmati konsumen memiliki kepentingan tinggi tetapi kepuasan rendah, sehingga faktor-faktor dalam kuadran ini menjadi prioritas utama bagi pengelola.
- B. Pertahankan Prestasi (*Keep Up the Good Work*): Di kuadran ini, faktor-faktor yang dinikmati konsumen memiliki kepentingan dan kepuasan yang tinggi, sehingga manajemen tidak perlu berkonsentrasi pada peningkatan, tetapi perlu mempertahankan faktor-faktor tersebut.
- C. Prioritas Rendah (*Low Priority*): Di kuadran ini, faktor-faktor yang dinikmati konsumen memiliki kepentingan dan kepuasan yang rendah. Setelah prioritas utama ditingkatkan, faktor-faktor dalam kuadran ini harus menjadi prioritas utama berikutnya.
- D. Berlebihan (*Posibbly Overkill*): Dalam kuadran ini, faktor-faktor yang dinikmati konsumen memiliki tingkat kepentingan yang rendah tetapi kepuasan yang tinggi. Manajemen terlalu berlebihan dalam memperhatikan faktor-faktor tersebut.

Hasil dari pemetaan kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA), dimaknai bahwa faktor-faktor di kuadran A menjadi prioritas utama, yang harus dipenuhi, dikembangkan, atau dibangun terlebih dahulu. Langkah selanjutnya adalah pengembangan pada faktor-faktor di kuadran C.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi bersifat umum dan mengacu pada entitas seperti orang, perusahaan, kota, negara, dan sebagainya, yang digunakan sebagai alat analisis statistik dan ekonometrik (Gujarati, 2003).

Populasi dalam penelitian ini adalah 452.890 wisatawan domestik dan 14.681 wisatawan asing. Sampel adalah bagian dari populasi, yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek, yang merupakan sumber data (Firman, 2018).

Pengambilan sampel sebagai pertimbangan efisiensi dan mengarah pada sentralisasi permasalahan dengan memfokuskan pada sebagian dari populasinya. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan Rumus Slovin (Gujarati, 2003), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

n = jumlah sampel dari suatu populasi

N = jumlah suatu populasi

d = tingkat kesalahan

Perhitungan jumlah sampel wisatawan domestik:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{452.890}{452.890 \times 0.05^2 + 1} = 399.6$$

Perhitungan jumlah sampel wisatawan mancanegara:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

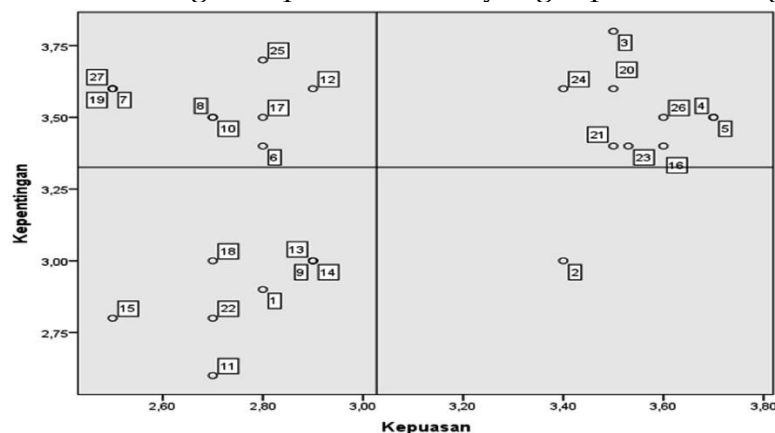
$$n = \frac{14.681}{14.681 \times 0.05^2 + 1} = 389.4$$

Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel wisatawan nusantara sebanyak 399 dan wisatawan mancanegara sebanyak 389, kemudian hasil dibulatkan menjadi 400 untuk masing-masing sampel.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Hasil Importance Performance Analysis (IPA) terhadap Wisatawan Domestik

Penelitian ini membagi komponen menjadi 3 jenis, yang terdiri dari harga, fasilitas fisik (infrastruktur) dan jaminan (pelayanan), dengan kuesioner dan kuadran disusun berdasarkan hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA). Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada wisatawan domestik sebagai responden, hasil yang diperoleh sebagai berikut:



Gambar 3. Kuadran Importance Performance Analysis (IPA) Wisatawan Domestik

Sumber: Data Primer (2019)

Deskripsi komponen kuadran dari *Importance Performance Analysis* (IPA) pada wisatawan domestik, yang terdiri dari harga, fasilitas fisik (infrastruktur), dan jaminan (layanan), sebagai berikut:

Tabel 2. Ringkasan Kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA) Wisatawan Domestik

Komponen	Indikator	Kuadran
Harga	Harga Paket Wisata	C
	Harga Tiket Masuk (Daya Tarik Wisata)	D
	Harga Makanan dan Souvenir	B
	Harga Kamar Hotel/ <i>Homestay</i>	B
	Harga Rental Kendaraan	B
	Harga Tiket Pesawat	A
	Harga Bagasi Berbayar	A
Fasilitas Fisik (Infrastruktur)	Ragam Fasilitas Wahana Bermain (Daya Tarik Wisata)	A
	Ketersediaan Galeri Souvenir (Daya Tarik Wisata)	C
	Ketersediaan Informasi Transportasi menuju Daya Tarik Wisata	A
	Ketersediaan Fasilitas Toilet dan Sarana Beribadah (Daya Tarik Wisata)	C
	Ketersediaan <i>Tourism Map</i> (Daya Tarik Wisata)	A
	Kebersihan Lingkungan (Daya Tarik Wisata)	C
	Keamanan, Ketertiban, Fasilitas Keselamatan (Daya Tarik Wisata)	C
	Kenyamanan, Kebersihan Warung/Restoran (Daya Tarik Wisata)	C
	Kenyamanan, Kebersihan Hotel/ <i>Homestay</i>	B
	Kenyamanan Bandara dan Informasi Daya Tarik Wisata di Bandara	A
	Kualitas Pemeliharaan Sarana/Prasarana (Daya Tarik Wisata)	C
	Ketersediaan ATM, Transaksi Non-Tunai dan Money Changer	A
	Kuliner Makanan Khas Daerah	B
	Lokasi Spot Berfoto	B
Pusat Perbelanjaan Modern/Hiburan Malam	C	
Jaminan (Layanan)	Keindahan Objek Wisata Bahari	B
	Kesesuaian Paket Wisata yang dinikmati dengan Promosi	B
	Kemampuan Berkomunikasi (Bahasa Asing) Petugas dan Masyarakat	A
	Keramahan Masyarakat dan Pelayanan Petugas	B
	Atraksi Budaya	A

Sumber: Data Primer (2019)

Berdasarkan ringkasan kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA) Wisatawan Domestik, bahwa:

- 1) Komponen Harga: 28,57% pada kuadran A; 42,87% pada kuadran B; 14,28% pada kuadran C; dan 14,28% pada kuadran D.
- 2) Komponen Fasilitas Fisik (Infrastruktur): 33,33% pada kuadran A; 20% pada kuadran B; 46,67% pada kuadran C; dan 0% pada kuadran D.
- 3) Komponen Jaminan (Layanan): 40% pada kuadran A; 60% pada kuadran B; 0% pada kuadran C; dan 0% pada kuadran D.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa 3 komponen tersebut memiliki komponen yang terletak pada kuadran A, yang merupakan kuadran dengan tingkat kepentingannya tinggi namun tingkat kepuasan wisatawan domestik sangat rendah atau wisatawan tidak puas. Di antara ketiga komponen tersebut, komponen jaminan (layanan) memiliki persentase tertinggi pada kuadran A sebesar 40%. Ini artinya wisatawan domestik sangat menginginkan adanya atraksi budaya pada Daya Tarik Wisata dan menginginkan komunikasi yang baik dari masyarakat dan petugas pariwisata. Komponen fasilitas fisik (Infrastruktur) memiliki komponen tertinggi pada

kuadran C, yang merupakan kuadran dengan kepentingan dan kepuasan yang rendah. Ini artinya dibutuhkan peningkatan pengembangan pada fasilitas fisik (infrastruktur) seperti pemeliharaan sarana prasarana, galeri souvenir, toilet, kebersihan lingkungan, kebersihan restoran, dan fasilitas keselamatan.

4.2. Hasil Importance Performance Analysis (IPA) terhadap Wisatawan Mancanegara

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada wisatawan domestik sebagai responden, hasil yang diperoleh sebagai berikut:

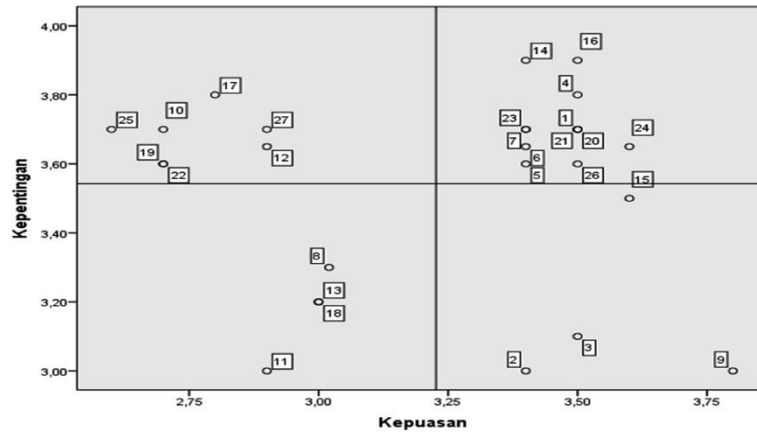


Figure 4. Kuadran Importance Performance Analysis (IPA) Wisatawan Mancanegara

Sumber: Data Primer (2019)

Deskripsi komponen kuadran dari *Importance Performance Analysis* (IPA) pada wisatawan mancanegara, yang terdiri dari harga, fasilitas fisik (infrastruktur), dan jaminan (layanan), sebagai berikut:

Table 3. Ringkasan Kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA) Wisatawan Mancanegara

Komponen	Indikator	Kuadran
Harga	Harga Paket Wisata	B
	Harga Tiket Masuk (Daya Tarik Wisata)	D
	Harga Makanan dan Souvenir	D
	Harga Kamar Hotel/ <i>Homestay</i>	B
	Harga Rental Kendaraan	B
	Harga Tiket Pesawat	B
	Harga Bagasi Berbayar	B
	Fasilitas Fisik (Infrastruktur)	Ragam Fasilitas Wahana Bermain (Daya Tarik Wisata)
Ketersediaan Galeri Souvenir (Daya Tarik Wisata)		D
Ketersediaan Informasi Transportasi menuju Daya Tarik Wisata		A
Ketersediaan Fasilitas Toilet dan Sarana Beribadah (Daya Tarik Wisata)		C
Ketersediaan <i>Tourism Map</i> (Daya Tarik Wisata)		A
Kebersihan Lingkungan (Daya Tarik Wisata)		C
Keamanan, Ketertiban, Fasilitas Keselamatan (Daya Tarik Wisata)		B
Kenyamanan, Kebersihan Warung/Restoran (Daya Tarik Wisata)		D
Kenyamanan, Kebersihan Hotel/ <i>Homestay</i>		B
Kenyamanan Bandara dan Informasi Daya Tarik Wisata di Bandara		A
Kualitas Pemeliharaan Sarana/Prasarana (Daya Tarik Wisata)		D
Ketersediaan ATM, Transaksi Non-Tunai dan Money Changer		A
Kuliner Makanan Khas Daerah		B
Lokasi Spot Berfoto		B
Pusat Perbelanjaan Modern/Hiburan Malam		A

Komponen	Indikator	Kuadran
Jaminan (Layanan)	Keindahan Objek Wisata Bahari	B
	Kesesuain Paket Wisata yang dinikmati dengan Promosi	B
	Kemampuan Berkomunikasi (Bahasa Asing) Petugas dan Masyarakat	A
	Keramahan Masyarakat dan Pelayanan Petugas	B
	Atraksi Budaya	A

Sumber: Data Primer (2019)

Berdasarkan ringkasan kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA) Wisatawan Mancanegara, bahwa:

- 1) Komponen Harga: 0% pada kuadran A; 71,43% pada kuadran B; 0% pada kuadran C; dan 28,57% pada kuadran D.
- 2) Komponen Fasilitas Fisik (Infrastruktur): 33.33% pada kuadran A; 26.67% pada kuadran B; 20% pada kuadran C; dan 20% pada kuadran D.
- 3) Komponen Jaminan (Layanan): 40% pada kuadran A; 60% pada kuadran B; 0% pada kuadran C; dan 0% pada kuadran D.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hanya komponen harga yang tidak terdapat pada kuadran A. Ini artinya tingkat kepuasan wisatawan mancanegara sangat tinggi terhadap semua harga paket wisata yang ditawarkan. Diantara komponen fasilitas fisik (Infrastruktur) dan jaminan (layanan), nilai persentase tertinggi pada kuadran A adalah komponen jaminan (layanan) dengan persentase sebesar 40%. Ini artinya bahwa wisatawan mancanegara belum merasa puas dengan pelayanan petugas dan komunikasi masyarakat dalam bahasa asing. Selain itu, wisatawan mancanegara juga tidak puas dengan atraksi budaya. Hampir setiap tujuan wisata tidak memiliki atraksi budaya kecuali untuk acara-acara tertentu. Sedangkan komponen fasilitas fisik (infrastruktur) memiliki komponen pada kuadran C sebesar 20%. Ini artinya bahwa wisatawan mancanegara menginginkan adanya keragaman wahana bermain pada destinasi wisata, dan kepuasan wisatawan mancanegara terhadap kebersihan lingkungan adalah rendah.

5. Kesimpulan

Wisatawan domestik merasa tidak puas terhadap komponen jaminan (layanan) yang terdiri dari atraksi budaya dan komunikasi masyarakat dalam bahasa asing serta layanan petugas. Selanjutnya, wisatawan domestik tidak puas pada fasilitas fisik (infrastruktur) yang terdiri dari pemeliharaan sarana dan prasarana, galeri souvenir, toilet, kebersihan lingkungan, kebersihan restoran, dan fasilitas keselamatan.

Tingkat kepuasan wisatawan mancanegara sangat tinggi terhadap semua harga paket wisata yang ditawarkan. Namun, wisatawan mancanegara belum merasa puas dengan pelayanan petugas dan komunikasi masyarakat dalam bahasa asing. Selain itu, wisatawan mancanegara juga tidak puas dengan atraksi budaya. Serta, wisatawan mancanegara menginginkan adanya keragaman wahana bermain pada destinasi wisata, dan kepuasan wisatawan mancanegara terhadap kebersihan lingkungan adalah rendah.

6. Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung untuk dukungan dan fasilitas untuk membuat penelitian berhasil melalui Kajian Komoditas Strategis Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, yang didanai oleh Bank Indonesia berdasarkan Surat Kerjasama Nomor 21/578/PkP/ Srt/B,

tahun pendanaan 2019. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua informan yang telah memberikan bantuan dan informasi selama penelitian ini dilakukan.

7. Pernyataan *Conflicts of Interest*

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepengarangan, dan/atau publikasi dari artikel ini.

Daftar Pustaka

- Alegre, J., & Garau, J. (2010). Tourist Satisfaction and Dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 52-73. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.07.001>
- Aliman, N. K., Hashim, S. M., Wahid, S. D. M., & Harudin, S. (2016). Tourists' Satisfaction with a Destination: An Investigation on Visitors to Langkawi Island. *International Journal of Marketing Studies*, 8(3), 173-188. <https://doi.org/10.5539/ijms.v8n3p173>
- Andriani, I. (2019). Integrasi transportasi dalam mendukung kawasan destinasi wisata Tanjung Kelayang Kabupaten Belitung. *Jurnal Transportasi Multimoda*, 16(1), 27-42. <https://doi.org/10.25104/mtm.v16i1.835>
- Ariya, G., Wishitemi, B., & Sitati, N. (2017). Tourism Destination Attractiveness as Perceived by Tourists Visiting Lake Nakuru National Park, Kenya. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 3(4), 1-13. <https://doi.org/10.20431/2455-0043.0304001>
- Armario, E. M. (2008). Tourist satisfaction: an analysis of its antecedents. In *Universidad, Sociedad y Mercados Globales* (pp. 367-382). Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM).
- Aynalem, S., Birhanu, K., & Tesefay, S. (2016). Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sectors. *Journal of Tourism & Hospitality*, 5(6), 1-5. <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000257>
- Beldona, S., & Cobanoglu, C. (2007). Importance-performance analysis of guest technologies in the lodging industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48(3), 299-312. <https://doi.org/10.1177/0010880407304023>
- Bertan, S., & Altıntaş, V. (2013). Visitors' perception of a tourism destination: The case of Pamukkale. *Tourismos*, 8(1), 115-132.
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I., & Sánchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00035-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00035-8)
- Bindu, T., & Kanagaraj, D. C. (2013). Importance-performance analysis as a strategic tool for destination attractiveness: An analysis of domestic travelers to Kerala. *International Journal of Management & Business Studies*, 3(1), 61-67.
- Blazeska, D., Strezovski, Z., & Klimoska, A. M. (2018). The influence of tourist infrastructure on the tourist satisfaction in Ohrid. *UTMS Journal of Economics*, 9(1), 85-93. http://utmsjoe.mk/files/Vol.%209%20No.%201/UTMSJOE-2018-0901-08-Blazeska_Strezovski_Milenkovska_Kimoska.pdf
- Boley, B. B., McGehee, N. G., & Tom Hammett, A. L. (2017). Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*, 58(September 2018), 66-77. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.002>
- Bowen, D. (2002). Research through participant observation in tourism: A creative solution to the measurement of consumer satisfaction/dissatisfaction (CS/D) among tourists. *Journal of Travel Research*, 41(1), 4-14. <https://doi.org/10.1177/0047287502041001002>

- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale). *Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127-133.
- Butcher, J. (2002). Flight to the sun: the story of the holiday revolution, by Roger Bray and Vladimir Raitz. Continuum, London, 2001. No. of pages: 246. Price £16.99 (hardback). ISBN 0-8264-4829-1. *International Journal of Tourism Research*, 4(6), 480-481. <https://doi.org/10.1002/jtr.360>
- Camilleri, M. A. (2018). *Travel marketing, tourism economics and the airline product: An introduction to theory and practice*. Cham: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2>
- Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>
- Chi, C. G. Q. (2011). Destination loyalty formation and travelers' demographic characteristics: A multiple group analysis approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35(2), 191-212. <https://doi.org/10.1177/1096348010382233>
- Chu, R. K. S., & Choi, T. (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travellers. *Tourism Management*, 21(4), 363-377. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00070-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00070-9)
- De Nisco, A., Riviezzo, A., & Napolitano, M. R. (2015). An importance-performance analysis of tourist satisfaction at destination level: Evidence from Campania (Italy). *European Journal of Tourism Research*, 10, 64-75.
- Devy, H. A., & Soemanto, R. B. (2017). Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(1), 34-44. <https://jurnal.uns.ac.id/dilema/article/view/11194>
- Djeri, L., Stamenković, P., Blešić, I., Milićević, S., & Ivkov, M. (2018). An importance-performance analysis of destination competitiveness factors: case of Jablanica district in Serbia. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 31(1), 811-826. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1456351>
- Firman, F. (2018). Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif. <https://doi.org/10.31227/osf.io/q84ys>
- Fuchs, M., & Weiermair, K. (2003). New perspectives of satisfaction research in tourism destinations. *Tourism Review*, 58(3), 6-14. <https://doi.org/10.1108/eb058411>
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2006). Tourist destination risk perception: The case of Israel. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 14(2), 83-108. https://doi.org/10.1300/J150v14n02_06
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic econometrics*. New York: McGraw-Hill.
- Gunawan, J., Wahab, N. A., & Elmiati, E. (2016). Health Tourism in Belitung Indonesia: A SWOT Analysis. *Belitung Nursing Journal*, 2(2), 27-30. <https://doi.org/10.33546/bnj.12>
- Gursoy, D., Chi, C. G. Q., & Karadag, E. (2013). Generational differences in work values and attitudes among frontline and service contact employees. *International Journal of Hospitality Management*, 32(1), 40-48. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.04.002>
- Haarhoff, R. (2018). Tourist perceptions of factors influencing destination image: A case study of selected Kimberley resorts. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1-21. https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_27_vol_7_4_2018.pdf

- Jeng, C. R., Snyder, A. T., & Chen, C. F. (2019). Importance-performance analysis as a strategic tool for tourism marketers: The case of Taiwan's Destination Image. *Tourism and Hospitality Research*, 19(1), 112-125. <https://doi.org/10.1177/1467358417704884>
- Kasnadi, K., & Indrayani, R. (2019). Importance Of The Performance Analysis (IPA) And Customer Satisfaction For Determining The Service Strategies Through The Servqual Model Approach. *Journal of Management and Business*, 18(1), 25-31. <https://doi.org/10.24123/jmb.v18i1.352>
- Kleeman, G. (2001). Impacts of tourism. *Geography Bulletin*, 33(3), 66-69.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2018). Rencana Strategis 2018-2019. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. http://eperformance.kemenpar.go.id/dokumen/3Buku%20RENSTRA%202018-2019_Revisi%204_opt.pdf
- Leung, Y. F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., & Buckley, R. (2018). *Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability*. Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 27. Gland, Switzerland: International Union for Conservation of Nature and Natural Resources. <https://dx.doi.org/10.2305/iucn.ch.2018.pag.27.en>
- Manafe, Janri. D., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). PEMASARAN PARIWISATA MELALUI STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA ALAM, SENI DAN BUDAYA (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(1), 101-123. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i1.1687>
- Molina, A., Gómez, M., & Martín-Consuegra, D. (2010). Tourism marketing information and destination image management. *African Journal of Business Management*, 4(5), 722-728. <https://academicjournals.org/journal/AJBM/article-full-text-pdf/D8C2F8423271>
- Panasiuk, A. (2007). Tourism infrastructure as a determinant of regional development. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, 1(8), 212-215. http://www.su.lt/bylos/mokslo_leidiniai/ekonomika/7_8/panasiuk.pdf
- Räikkönen, J. (2014). *Enabling experiences – the role of tour operators and tour leaders in creating and managing package tourism experiences*. Turku: Turku School of Economics.
- Rajesh, R. (2013). Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(3), 67-78. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.039>
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11. Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Ryglöva, K., Vajcnerova, I., Sacha, J., & Stojarova, S. (2015). The Quality as a Competitive Factor of the Destination. *Procedia Economics and Finance*, 34(15), 550-556. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01667-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01667-6)
- Sörensson, A., & von Friedrichs, Y. (2013). An importance-performance analysis of sustainable tourism: A comparison between international and national tourists. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(1), 14-21. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.11.002>
- Tureac, C. E., & Turtureanu, A. (2010). Types and forms of tourism. *Acta Universitatis Danubius. Oeconomica*, 4(1), 92-103. <http://www.journals.univ-danubius.ro/index.php/oeconomica/article/view/60>
- Utama, I. G. B. R. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish Yogyakarta CV Budi Utama.
- Valeriani, D., & Wardhani, R. S. (2015). Alternative Tourism in the Belitung Island with the Blue Tourism Concepts as the Effort to Achieve the Quality of Life, Quality of Opportunity and

- Quality of Experience. *Mediterranean Journal of Social Sciences* 6(5), 46-51. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s5p46>
- Valeriani, D., Dudetyo, D., & Robiani, D. (2017). Tourism and Economic Growth of Bangka Belitung Islands Province, Indonesia. *IOSR Journal Of Economic and Finance*, 8(4), 54-59. <https://doi.org/10.9790/5933-0804045459>
- Vengesayi, S., Mavondo, F. T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14(5), 621-636. <https://doi.org/10.3727/108354209X12597959359211>
- Wilkins, H. (2010). Using importance-performance analysis to appreciate satisfaction in hotels. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19(8), 866-888. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.514554>
- Wong, M. S., Hideki, N., & George, P. (2011). The use of importance-performance analysis (IPA) in evaluating Japan's e-government services. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 6(2), 17-30. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762011000200003>
- Zaei, M. E., & Zaei, M. E. (2013). The Impacts of Tourism Industry on Host Community. *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 1(2), 12-21. <http://www.eajournals.org/wp-content/uploads/THE-IMPACTS-OF-TOURISM-INDUSTRY-ON-HOST-COMMUNITY.pdf>

Tentang Penulis

1. **Devi Valeriani**, memperoleh gelar Doktor di bidang Ilmu ekonomi dari Universitas Sriwijaya, Indonesia, pada tahun 2018 Penulis adalah dosen pada Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Univeristas Bangka Belitung, Indonesia.
E-Mail: deviyono92@gmail.com
2. **Aning Kesuma Putri**, memperoleh gelar Magister di bidang Ilmu Ekonomi dari Universitas Sriwijaya, Indonesia, pada tahun 2010. Penulis adalah dosen pada Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Univeristas Bangka Belitung, Indonesia.
E-Mail: putrianing@gmail.com