

FAKTOR-FAKTOR YANG MENARIK MINAT WISATAWAN DOMESTIK BERKUNJUNG KE PANTAI PANDAWA

I Nyoman Meirejeki, I Ketut Suarta, Md Abdi Sucipta
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali
Kampus Bukit Jimbaran, Badung, Bali. Telp. (0361) 701981
Email: suartaiketut@gmail.com

ABSTRACT. *The research was inspired by the increasing number of competition among Tourist Destination or DTW in Badung because nearly all areas have a beautiful nature, a remarkable cultural heritage, and hospitality of its people is quite a potential tourist attraction. Badung has the potential diverse tourist attractions, agro tourism in the North and beach tourism in the Southern areas. Pandava beach is one of the tourist areas in the village of Kutuh. The purpose of this research are to investigate what factors are considered by tourists visiting the Pandava Beach and Which is the most dominant Factor into consideration of domestic tourists visiting the Pandava Beach. The determination of the criteria of research from respondents uses a Likert scale to measure the nature, the opinions and perceptions of a person or a group of people about a social phenomenon with a number of sample as many as 85 people. Analytical tool used in this study is the analysis of the factor with the help of SPSS version. 17. From the test results of the four factors influencing tourists to visit the Pandavas Beach: beach beauty and strategic location, which is composed of natural beaches, recreational facilities, recreational facilities and the condition of its strategic location; Price and access to the beach Pandavas, which consists of the price of food and beverages, recreation rents, large parking area, access to which is smooth, safe and friendly community; Responsiveness and hygiene, the variables that make up the service guides are good, responsive coast guard, coastal environmental hygiene; Promotions and services, which consists of a variable where to eat in coastal areas, promotion and service personnel, it was found that the most dominant factor affecting the interest of tourists to visit the beach Pandavas are factors beach beauty and strategic location. It can be seen from the eigenvalues value equal to 7.704 which is the highest value of the total value of eigen value.*

KEY WORDS: *The natural beauty of the beach, price, promotions, responsiveness and service.*

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan tidak dapat dihindari Bali sebagai salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang memiliki alam yang indah, warisan budaya yang luar biasa, sikap hidup dan keramahtamahan masyarakatnya merupakan daya tarik wisata yang cukup potensial. Berbagai pemandangan alam, adat-istiadat dengan festival dan upacara-upacara yang unik yang sampai sekarang masih tetap dilakukan oleh masyarakatnya, keunikan budaya dan kesemuanya ini dapat ditemui dan dinikmati oleh para wisatawan sepanjang tahun sudah menjadi *image* pariwisata daerah Bali.

Bali memiliki satu kota madya yaitu Kota Denpasar dan delapan kabupaten yaitu Kabupaten Buleleng, Kabupaten Jembrana, Kabupaten Tabanan, Kabupaten Bangli, Kabupaten Klungkung, Kabupaten Gianyar, Kabupaten Karangasem, dan Kabupaten Badung.

Sebagai daerah tujuan wisata Badung memiliki keistimewaan dibandingkan dengan kabupaten lain di Bali yakni merupakan pintu gerbang masuknya wisatawan ke Bali yaitu Bandara Internasional Ngurah Rai Tuban. Sebagai destinasi pariwisata Badung memiliki potensi daya tarik wisata yang sangat beragam dimana diwilayah Badung utara dikembangkan wisata agro karena kaya dengan potensi pertanian dan dibagian selatan merupakan dataran rendah dengan pantai berpasir putih sehingga terkenal dengan objek wisata pantainya. Adapun beberapa pantai yang terkenal di daerah Badung selatan yaitu Pantai Kuta, Pantai Jimbaran, Pantai Kedonganan, Pantai Dreamland, Pantai Padang-Padang, Pantai Blue Point, Pantai Geger, Pantai Tanjung, Pantai Nusa Dua dan pantai kutuh yang semula dikenal sebagai secret beach, karena lokasinya tersembunyi di balik deretan perbukitan.

Sejak tahun 2002 mulai dibuatkan jalan akses jalan menuju pantai sekitar 1 kilometer, dengan dibatasi oleh tebing kapur dan dihiasi dengan patung Pandawa lima di bagian dinding tebingnya, Patung Pandawa dari cerita Mahabarata tersebut mencakup Yudhistira, Bima, Arjuna, Nakula, dan Sahadewa sehingga namanya lebih dikenal dengan Pantai Pendawa. Pantai ini sangat diminati oleh wisatawan domestic maupun wisatawan manca Negara. Selain untuk tujuan wisata dan olahraga air, pantai ini juga dimanfaatkan untuk budidaya rumput laut oleh masyarakat Desa Kutuh karena kontur pantai yang mendukung untuk melakukan budidaya rumput laut dan ombak yang tidak sampai ke garis pantai.

Lokasinya yang strategis dimana jika dihubungkan dengan konsep 4A, yakni jarak dan waktu tempuh menuju destinasi diukur dari bandara "*acesable*" dari bandara Ngurah Rai Tuban dan hotel di Badung selatan. Daya tarik wisata "*attractions*", pantai Pendawa memiliki potensi untuk atraksi wisata bahari dan paralayang, adanya fasilitas pendukung pariwisata "*amenities*", yang saat ini masih sedang pembenahan serta adanya lembaga pariwisata "*ancillary*" yaitu badan pengelola pantai Pendawa. Membangun pariwisata di Pantai Pandawa berarti sepakat pula harus membangun daya tarik wisata "*attractions*" khususnya daya tarik wisata man-made, sementara untuk daya tarik alamiah dan budaya hanya diperlukan penataan dan pengemasan. Karena jarak dan waktu tempuh menuju destinasi "*acesable*" yang dekat dengan Bandara Ngurah Rai akhirnya akan mendorong pemerintah untuk membangun jalan raya yang layak untuk angkutan wisata menuju pantai pandawa, yang saat ini pengerjaan jalan menuju Pantai Pandawa sudah dimulai disempurnakan, sementara fasilitas pendukung pariwisata "*amenities*" seperti hotel, penginapan, restoran juga sudah mulai disiapkan.

Potensi yang dimiliki serta adanya pengembangan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Badung Desa Kutuh dan Badan Pengelola Pantai Wisata Pendawa, membuahkan hasil yang dapat dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara ke Pantai Pandawa semakin banyak seperti terlihat pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan ke Pantai Pandawa Tahun 2013

No	Bulan	Jumlah wisdom.	Pertumbuhan (%)	Wisatawan manca negara	Pertumbuhan (%)
1	Feb.	13,471		1,177	
2	Maret	18,302	35.86	2,566	118.01
3	April	17,770	-2.91	3,186	24.16
4	Mei	19,832	11.60	3,489	9.51
5	Juni	24,894	25.52	3,450	-1.12
6	Juli	21,884	-12.09	3,959	14.75
7	Agst.	36,457	66.59	6,111	54.36
8	Sept.	33,419	-8.33	5,438	-11.01
9	Okt.	15,338	-54.10	2,170	-60.10
10	Nop.	45,711	198.02	5,298	144.15
11	Des.	74,728	63.48	6,003	13.31
12	Jan.'14	71,314	-4.57	12,394	106.46
Total		393,120	319.08	55,241	412.49
Rata-rata		32,760	26.59	4,603	34.37

Sumber : Pengelola Pantai Pandawa

Dari tabel tersebut dapat dilihat walaupun perkembangannya berpluktuasi akan tetapi secara keseluruhan rata mengalami peningkatan 26,59% untuk wisatawan domestic dan 34,37% untuk wisatawan manca Negara.

Banyaknya kunjungan wisatawan ke Pantai Pandawa tentunya memberikan kontribusi kepada masyarakat setempat sehingga masyarakatnya, pemerintah Kabupaten Badung dalam hal ini Disparda, Bappeda, Desa Dinas dan Desa Adat agar secara terpadu menyusun program penembangan yang mengarah pada penguatan eksistensi ODTW Pantai Pandawa menuju objek wisata unggulan dan berkelanjutan. Terlebih saat ini *stake holders* pariwisata terutama HPI Badung mulai mengarahkan wisatawan ke Pantai Pandawa melalui program paket tour khusus, Karena itu perlu ada improvisasi dan aktivitas masyarakat yang mampu memperkuat daya tarik wisata Pantai Pandawa. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka diterbitkannya Surat Keputusan Bersama Perbekel Desa Kutuh dan Bendesa Adat Kutuh Nomor 01 Tahun 2013 tentang Penyempurnaan Atas Pembentukan Tim Penataan Kawasan Pantai Kutuh (PKPK) yang mengatur tentang penataan kawasan Pantai Kutuh yang meliputi Pantai Pandawa, Pantai Timbis dan Pantai Gunung Payung.

Sebagai destinasi pariwisata baru Tim Penataan Kawasan Pantai Kutuh bersama dengan pemerintah Desa Dinas, Desa Adat Kutuh bersama Pemda Tingkat II Badung berusaha menata pantai Pendawa dengan harapan agar menjadi objek dan daya tarik menarik bahkan menjadi surga baru di Pulau Dewata. Namun demikian, agar penataan dan perkembangannya sesuai dengan keinginan pasar, pengembangannya terarah, sejalan dengan

kebutuhan wisatawan, maka perlu kiranya diketahui factor-faktor yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Pantai Pendawa.

Berdasarkan dari uraian pada latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok masalah adalah: (a) Faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan wisatawan domestik berkunjung ke Pantai Pandawa ?; (b) Faktor manakah yang paling dominan yang menjadi pertimbangan wisatawan domestik berkunjung ke Pantai Pandawa

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang menjadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Pendawa yang secara spesifik dikategorikan kedalam : produk, harga, tempat, promosi, proses, orang-orang yang terkait dengan daya tarik wisata dan factor-faktor lingkungan physic. Dengan menggunakan SPSS selanjutnya akan dapat ditentukan dan diurut variable apa yang paling berpengaruh dan paling kecil pengaruhnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang mungkin dapat diterima sebagai bahan pertimbangan bagi *Pengelola Pantai Pendawa, Desa adat dan desa dinas Kutuh serta Pemerintah Daerah Badung* dalam menyusun perencanaan penataan dan pengembangan Pantai Pendawa secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pantai Pandawa yang berlokasi di Jalan Melasti, Banjar Jaba Pura Desa Kutuh Kuta Selatan Nusa Dua. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan domestik berkunjung ke Pantai Pandawa Kuta Selatan. Variabel-variabel yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah variabel-variabel yang menjadi pertimbangan wisatawan domestik berkunjung ke objek wisata Pantai Pandawa yang dilandasi oleh konsep bauran pemasaran (*marketing mix*), fasilitas, daya tanggap dan pelayanan.

Tabel 2. Identifikasi Variabel dan Definisi Oprasional

Variabel	Definisi Variabel
V1	Menurut anda pemandangan alam di lingkungan objek wisata pantai pandawa bagaimana
V2	Penyewaan peralatan kegiatan seperti : kano, long chair dan pelampung lengkap
V3	Kondisi peralatan kegiatan yang disewakan layak pakai
V4	Harga tiket masuk objek wisata pantai pandawa terjangkau.
V5	Harga makanan dan minuman yang dijual di kawasan objek wisata pantai pandawa terjangkau.
V6	Harga sewa peralatan yang dibebankan pada pengunjung sangat terjangkau
V7	Tempat parkir yang disediakan di objek wisata pantai pandawa sangat luas dan nyaman
V8	Lokasi objek wisata pantai pandawa mudah dicapai

V9	Restoran yang ada di area objek wisata pantai pandawa tertata rapi
V10	Informasi tentang objek wisata pantai pandawa mudah diperoleh melalui media internet ataupun media cetak.
V11	Pelayanan yang diberikan petugas kepada pengunjung baik
V12	Perjalanan yang ditempuh wisatawan menuju objek wisata pantai pandawa mudah dan lancar.
V13	Pengunjung merasa aman saat berada di objek wisata pantai pandawa.
V14	Sambutan masyarakat terhadap pengunjung pantai pandawa baik
V15	Penjelasan yang diberikan pemandu wisata kepada wisatawan mudah dipahami
V16	Respon penjaga pantai terhadap pengunjung cepat dan sigap
V17	Kebersihan dan keindahan objek wisata pantai pandawa terjaga

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data kuantitatif dan kualitatif. Sedangkan berdasarkan sumbernya, data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya melalui pengumpulan sendiri yang dalam laporan ini adalah hasil wawancara langsung dengan wisatawan di Pantai Pandawa. Data sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari hasil pengumpulan dan pengolahan sendiri, melainkan dilakukan orang lain atau lembaga tertentu seperti data yang diperoleh dari Pengelola Pantai Pandawa. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung ke objek wisata atau lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang objek yang diteliti, yaitu objek wisata Pantai Pandawa dan metode wawancara secara langsung kepada responden berdasarkan kuisisioner. Pengambilan sampel pada penelitian ini berdasarkan pendapat Supranto (2001) bahwa untuk memperoleh hasil baik dari suatu analisis faktor, maka jumlah responden yang diambil untuk menjawab kuisisioner adalah sebanyak 5 atau 10 kali jumlah item pertanyaan yang dimuat dalam kuisisioner, sehingga sampel yang diambil sebesar $17 \times 5 = 85$ sample. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan metode teknik *non probability sampling* dengan *accidental sampling*, yaitu orang yang kebetulan ditemui saat berkunjung ke objek wisata Pantai Pandawa yang menjadi sampel, yang dianggap mampu memberikan keterangan/informasi yang diperlukan oleh peneliti. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis faktor sesuai dengan proses untuk menemukan hubungan antara sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Adapun tujuannya adalah :1) mengidentifikasi adanya hubungan antara sejumlah variabel dengan uji korelasi. 2) setelah melakukan korelasi dilakukan proses membuat sebuah variabel set baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu. Sebelum dilakukan proses analisa faktor terlebih dahulu akan dilakukan dua pengujian yaitu uji validitas dan uji reabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Kawasan Pantai Pendawa

Pengerjaan menggali bukit kapur di pantai Kutuh untuk membelah tebing dimulai dari tahun 1999 menuju pantai. Setelah tebing terbelah terdapat bagian tebing, muncul ide untuk mengembangkan agar menjadi objek wisata pantai yang unik. Keunikan tersebut bisa muncul dari wilayah pantai yang sangat landai dengan petani rumput lautnya, tebing-tebing tandus dan curam namun dihiasi dengan pohon-pohon yang rindang, pada sisi tebing dihiasi dengan patung-patung Pandawa sehingga menambah kesan artistik wilayah tersebut. Oleh karena itulah pantai tersebut dinamakan pantai Pandawa.

Pantai Pandawa baru dibuka dan diresmikan pada tahun 2012. Pantai ini terletak dibalik perbukitan di Desa Kutuh Kecamatan Kuta Selatan Kabupaten Badung. Perjalanan yang ditempuh untuk mencapai pantai ini kira-kira 18 km dari Bandara Ngurah Rai atau sekitar 1jam yang sebelumnya disebut pantai Kutuh dank arena lokasinya tersembunyi maka dikenal dengan nama "*Secreat Beach*".

Memasuki kawasan wisata ini, akan terlihat indahnya pemandangan tebing dipapas tegak, sebagian berundak, di kanan-kiri jalan. Sekitar 1,5 km jalan menuju pantai ini dipagari tebing-tebing kapur yang menjulang tinggi. Jalan tersebut memang sengaja dibuat dengan membelah bukit-bukit kapur yang ada di Desa Kutuh, mirip bukit kapur yang dibelah di GWK. Mendekati pantai, tebing-tebing kapur tersebut dilubangi dan diukir dengan indah patung tokoh Panca Pandawa dalam Kisah Mahabharata yang terdiri dari Yudhistira, Bima, Arjuna, Nakula, dan Sadewa.

Potensi dan Fasilitas di Pantai Pandawa

Potensi daya tarik wisata di Pantai Pandawa terdiri dari : 1) pantai yang indah, landai dengan pasir putihnya, 2) Tebing dan gua di pinggir pantai, 3) paralyang yang dilepas diatas tebing, 4) petani rumput laut dengan segala aktivitasnya, 5) atraksi wisata tirta seperti kano, pelampung dll.

Fasilitas pariwisata yang ada di pantai Pendawa untuk menunjang sarana yang dibutuhkan oleh para wisatawan antara lain: areal parkir, loket, toilet, tempat duduk lengkap dengan payung, bangunan khusus yang bias dipakai sebagai tempat melakukan kegiatan khusus bagi para pengunjung, dan warung yang menjual baju, makanan, minuman termasuk makanan hasil olahan dari rumput laut.

Faktor-Faktor yang Menarik Wisatawan Berkunjung ke Pantai Pandawa

Uji validitas dan reliabilitas menggunakan bantuan SPSS hanya dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan dengan pilihan jawaban yang menggunakan skala. Sedangkan untuk pertanyaan yang jawabanya tidak menggunakan skala seperti identitas responden hanya diolah secara deskriptif. Hasil uji tingkat validitas untuk semua butir berada diatas 0,3 dengan demikian bisa disimpulkan bahwa angket yang dibuat sudah valid, sedangkan uji reliabilitas yang dilihat dari alpha cronbach sebesar 0,922 berada diatas 0,60 dengan demikian boleh dikatakan sudah reliable

Sebelum dilakukan analisis faktor tahap pertama, dilakukan pengujian signifikansi dengan metode KMO and Bartletts test of Sphericity. Dari hasil pengujian diperoleh angka KMO and Bartletts test sebesar 0,828 dengan signifikan sebesar 0,000. Karena besarnya KMO diatas 0,5 dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 maka variable dan sample dapat dianalisis lebih lanjut.

Analisis Faktor Tahap II adalah factoring, yaitu melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau lebih factor. Hasil *factoring* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Communalities

	Initial	Extraction
V1	1.000	.872
V2	1.000	.678
V3	1.000	.943
V4	1.000	.780
V5	1.000	.714
V6	1.000	.473
V7	1.000	.608
V8	1.000	.766
V9	1.000	.750
V10	1.000	.729
V11	1.000	.845
V12	1.000	.797
V13	1.000	.816
V14	1.000	.741
V15	1.000	.745
V16	1.000	.781
V17	1.000	.834
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

Sumber : hasil analisis

Communalities pada dasarnya adalah jumlah varians (bisa dalam prosentase) dari suatu variable mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Dari tabel diatas variable

V1 angka communalitasnya 0,872 ini berarti 87,20% varian dari variable V1 bisa dijelaskan oleh faktor yang akan dibentuk, sama untuk V2 dan seterusnya.

Untuk dapat menentukan jumlah faktor yang terbentuk, dapat dilihat dari nilai eigen value, nilainya harus lebih besar atau sama dengan satu, nilai present of variance lebih besar dari 5% dan nilai commulatif of variance harus lebih besar dari 50% dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Var.	Cum. %
1	7.704	45.316	45.316
2	2.453	14.428	59.744
3	1.640	9.648	69.392
4	1.075	6.323	75.714
5	.781	4.596	80.310
6	.660	3.880	84.190
7	.598	3.516	87.706
8	.450	2.649	90.355
9	.373	2.192	92.548
10	.317	1.867	94.415
11	.265	1.557	95.972
12	.175	1.027	96.999
13	.141	.829	97.828
14	.134	.789	98.617
15	.098	.576	99.193
16	.083	.486	99.679
17	.055	.321	100.000

Sumber: hasil analisis

Dari tabel tersebut terlihat bahwa ada 4 faktor yang terbentuk hal ini bisa dilihat dari angka eigen value dari factor 1 s/d 4 lebih besar dari satu, sedangkan faktor seterusnya nilai eigen valuenya lebih kecil dari satu. Empat faktor yang terbentuk yang adalah merupakan jumlah yang paling optimal, maka tabel komponen matrik menunjukkan distribusi ke 17 variabel ke masing-masing faktor yang terbentuk. Angka-angka yang terdapat dalam komponen matrik adalah factor loading yang menunjukkan besarnya korelasi antara satu variable dengan faktor yang terbentuk.

Penentuan variabel yang akan masuk kedalam suatu faktor dilakukan dengan membandingkan besar korelasi pada setiap baris. Interpretasi dilakukan dengan melihat factor loading (korelasi) suatu variable terhadap faktornya. Batasan factor loading minimal 0,5 dan bila ada factor loading atau korelasi beberapa variable 0,5 atau lebih maka hal ini

menunjukkan bahwa variable tersebut belum jelas akan masuk kedalam faktor yang mana. Karena itu untuk memperjelas akan diadakan rotasi kembali seperti pada table 5 berikut.

Tabel 5. Component Matrix(a)

	Component			
	1	2	3	4
V1	.735	-.545	.048	-.180
V2	.706	-.415	-.086	.020
V3	.758	-.545	.142	-.228
V4	.636	-.524	.266	-.175
V5	.445	.124	.355	.611
V6	.617	.281	.071	.091
V7	.734	.237	-.014	.114
V8	.774	-.282	.172	-.240
V9	.550	.383	-.410	-.363
V10	.666	.480	-.194	-.129
V11	.572	.459	-.499	-.240
V12	.678	.335	.468	-.080
V13	.684	.413	.421	-.008
V14	.636	.452	.363	-.027
V15	.725	-.179	-.291	.321
V16	.750	-.023	-.346	.314
V17	.689	-.274	-.439	.303
Extraction Method: Principal Component Analysis.				
a. 4 components extracted.				

Sumber: hasil analisis

Oleh karena factor loading atau korelasi antara V1 dengan factor 1 dan faktor 2 kuat berarti variable satu (V1) belum jelas masuk faktor yang mana, diantara empat factor yang terbentuk, demikian juga variabel tujuh(V3) belum jelas akan masuk factor yang mana, karena korelasi dengan factor 1 dan 2 sama kuat sehingga belum jelas masuk ke factor yang mana dari empat factor yang terbentuk. karena itu untuk memperjelas maka akan diadakan rotasi dan hasilnya bisa dilihat pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Matrik Faktor Dengan Rotasi Varimax

Rotated Component Matrix ^a				
	1	2	3	4
V1	.881	.101	.276	.095
V2	.671	.105	.451	.118
V3	.931	.164	.208	.074
V4	.849	.196	.128	-.064
V5	.003	.632	.472	-.304
V6	.146	.542	.281	.280

V7	.218	.532	.400	.343
V8	.772	.330	.153	.192
V9	.124	.183	.127	.827
V10	.074	.472	.237	.667
V11	.019	.201	.258	.859
V12	.289	.824	-.010	.185
V13	.202	.852	.056	.214
V14	.143	.808	.041	.258
V15	.362	.165	.740	.198
V16	.262	.226	.749	.317
V17	.384	-.002	.794	.236
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.				
a. Rotation converged in 8 iterations.				

Sumber: hasil analisis

Hasil rotasi dapat dilihat pada tabel 6 diatas. Dari table tersebut dapat dilihat bahwa dari 17 variabel direduksi menjadi 4 faktor sebagai berikut: faktor 1 terdiri dari V1, V2, V3, V4, dan V8, faktor 2 yang termasuk didalamnya adalah V5, V6, V7, V12, V13 dan V14, faktor 3 terdiri dari V15, V16 dan V17 dan faktor 4 meliputi V9, V10 dan V11

Analisis Faktor tahap III Penamaan Faktor dimana pemberian nama atas faktor yang terbentuk bisa didasarkan pada nilai eigen value dari variable yang membentuk faktor tersebut dan bisa juga dengan mencari suatu nama yang dianggap bisa mewakili kelompok variable tersebut. Dalam hal ini penamaan factor dilakukan dengan mencari suatu nama yang dianggap mewakili kelompok variable tersebut seperti pada tabel 7 berikut.

Tabel 7. Penamaan Faktor

No	Nama Faktor	Variabel	Component	% of Variance
1	keindahan pantai dan Lokasi yang strategis	Alam pantai	0,881	45,316
		Sarana rekreasi	0,671	
		Kondisi sarana rekreasi	0,931	
		Harga tiket masuk	0,849	
		Lokasi yang strategis	0,772	
2	Harga dan akses menuju Pantai Pandawa	Harga makanan dan minuman	0,632	14,428
		Harga sewa sarana rekreasi	0,542	
		Tempat parkir yang luas	0,532	
		Akses yang lancar	0,824	
		Aman	0,852	
3	Daya tanggap dan Kebersihan	Pelayanan pramu wisata yang baik	0,740	9,648
		Daya tanggap	0,749	
		Kebersihan	0,794	
4	Promosi dan Pelayanan	Tempat makan	0,827	6,323
		Promosi	0,667	
		Pelayanan	0,859	

Sumber : Hasil analisis

Langkah terakhir dari analisis faktor adalah uji ketepatan model. Ketepatan model dapat diketahui dari besarnya residual yang terjadi. Residual adalah perbedaan korelasi yang diamati dan yang diproduksi berdasarkan hasil estimasi matriks faktor. Besarnya prosentase residual yang ditunjukkan adalah sebesar 36,0% atau sebanyak 50 residual atas dasar nilai absolut $> 5\%$. Hal ini mengindikasikan bahwa model memiliki ketepatan sebesar 64% pada tingkat kesalahan sebesar 5%, atau dengan kata lain model dapat diterima dengan ketepatan 64%

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Pandawa yaitu: Keindahan pantai dan lokasi yang strategis, yang terdiri dari alam pantai, sarana rekreasi, kondisi sarana rekreasi dan lokasi yang strategis; Harga dan akses menuju Pantai Pandawa, yang terdiri dari harga makanan dan minuman, harga sewa sarana rekreasi, tempat parkir yang luas, akses yang lancar, aman dan masyarakat yang ramah; Daya tanggap dan kebersihan, variabel yang membentuk adalah pelayanan pramuwisata yang baik, penjaga pantai yang tanggap, kebersihan lingkungan pantai; dan Promosi dan pelayanan, yang terdiri dari variabel tempat makan di area pantai, promosi dan pelayanan petugas. Faktor dominan yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Pandawa adalah faktor keindahan pantai dan lokasi yang strategis. Hal ini dapat dilihat dari nilai *eigen value* sebesar 7,704 yang merupakan nilai tertinggi dari keseluruhan nilai *eigen value*. Jadi berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor keindahan pantai dan lokasi yang strategis merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke Pantai Pandawa.

Saran yang bisa dikemukakan dari hasil analisis yang telah dilakukan adalah mengingat keindahan pantai merupakan faktor yang dominan yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke pantai Pandawa disarankan kepada pengelola agar selalu menjaga keindahan pantai, dengan membuat rencana tata ruang yang matang dan meningkatkan pelayanan kepada wisatawan yang berkunjung dengan selalu tanggap terhadap apa yang dibutuhkan wisatawan, serta tetap menjaga kebersihan pantai terutama dari sampah plastik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia Fara Dhiba. (2007). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Alam Kawah Ijen di Kabupaten Banyuwagi. Skripsi Sarjana Ekonomi pada Universitas Dhyana Pura, Bali.
- Burkrat dan Medlik. (1987). *Tourism past, Present and Future*. London : Heinemann
- Echlos & Shandily. (2007). *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung : ITB.
- Enggela. (2005). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Taiwan Berkunjung ke Bali. Sarjana Ekonomi pada Universitas Dhyana Pura, Bali.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. (1995). *Consumer Behavior*. Eighth edition. Orlando : The Dryden Press.
- Fennell, David A. (1999). *Ecotourism : An Introduction*. London : Routledge.
- Foster. (2002). *Travel & Tourism*, Edisi Bahasa Indonesia : PT. Raja Grafindo Permai.
- Honey,M. (1999). *Ecotourism and Sustainable Development : How Owns Paradise*. Washington DC : Island Press.
- Kotler & A.B. Susanto. (1999). *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Jilid 1)*, Cetakan Kedua. Jakarta : Salemba Empat 1999.
- Lundberg. (1997). *Ekonomi Pariwisata*. PT Gramedia Pustaka Utama, Anggota IKPI Jakarta 1997.
- Musanef, (1996). *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*. Jakarta : PT Toko Gunung Agung.
- Mill. Robert C. (2000). *Tourism The International Bussiness*. Jakarta : PT Raja Grafinso Persada.
- Pride, William M. Ferrel., OC. (1995). *Pemasaran : teori dan praktek sehari-hari*. Edisi ketujuh,jilid 1. Alih bahasa : Daniel wirajaya. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ronny, Kountur. (2003). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Seri Umum No.5. Jakarta : Penerbit PPM.
- Samsuridjal dan Kaelany. (1997). *Peluang di Bidang Pariwisata*. Yogyakarta: PT Mutiara Sumber Widya.
- Santoso, Singgih, (2009). *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 17*, Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudiani. (2004). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Pura Taman Ayun Mengwi – Badung*.
- Supranto, J, (2001), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Edisi baru, Jakarta: Rineka Cipta
- Suwantoro, Gamal. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata Edisi I*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata Edisi II*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Soekadijo. (2000). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996.
- Yoeti, O.A. (2000). *Ekowisata: Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta: PT Pertja.