

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PREFERENSI DAN AKTIVITAS PENGUNJUNG
KAWASAN WISATA PANTAI TANJUNG BAYANG
KOTA MAKASSAR**

***PREFERENCES AND ACTIVITIES ANALYSIS OF VISITORS
TANJUNG BAYANG BEACH IN MAKASSAR CITY***

**ANDI RIYAD ABSEHAR
D011 18 1511**



**PROGRAM SARJANA
DEPARTEMEN TEKNIK SIPIL
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS PREFERENSI DAN AKTIVITAS PENGUNJUNG KAWASAN WISATA PANTAI TANJUNG BAYANG KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

Andi Riyad Absehar
D011 18 1511

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin Pada tanggal 16 Agustus 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Pembimbing Pendamping,

Prof. Ir. Sakti Adji Adisasmata, M.Si., M.Eng.Sc, Ph.D., IPU., AER.
NIP 196404221993031001

Ir. Hajriyanti Yatmar, S.T., M.Eng.
NIP 197204242000122001

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. H. M. Wihardi Tjaronge, S.T, M.Eng.
NIP 1968052920

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, nama Andi Riyad Absehar, dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Preferensi Dan Aktivitas Pengunjung Wisata Pantai Tanjung Bayang Di Kota Makassar**", adalah karya ilmiah penulis sendiri, dan belum pernah digunakan untuk mendapatkan gelar apapun dan dimanapun.

Karya ilmiah ini sepenuhnya milik penulis dan semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitannya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap untuk diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala resiko.

Makassar, 16 Mei 2023

Ya



nyataan,

Ana Riya Absehar

D011181511

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah S.W.T. atas Rahmat, Hidayah, serta Nikmat-Nya baik berupa nikmat kesempatan maupun nikmat kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat dan salam sejahterah semoga terlimpahkan kepada manusia sempurna yang merupakan model bagi setiap perilaku manusia lainnya Rasulullah S.A.W. beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umat manusia.

Tugas akhir merupakan salah satu bentuk karya tulis ilmiah yang dibuat pada tahap akhir masa studi. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Departemen Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Adapun judul pada tugas akhir ini yaitu "**ANALISIS PREFERENSI DAN AKTIVITAS PENGUNJUNG KAWASAN WISATA PANTAI TANJUNG BAYANG KOTA MAKASSAR**".

Dalam penyusunan tugas akhir ini, terdapat banyak hambatan serta kendala yang penulis hadapi. Namun dengan bantuan berupa bimbingan dan arahan yang ikhlas dari berbagai pihak, tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yaitu Ayahanda **Alm. Drs. Andi Nadir Ratu, M.M.**, Ibunda **Dra. Islamiyah Saleh Pahar**, Kakak **A. Tenri Utana P., S.T., M.Ars.**, Kak **A. Mega Rezkia, S.H.**, dan Kak **A. Regita Nadir, S.H.** atas doa dan segala dukungan baik yang bersifat material maupun immaterial.
2. Bapak **Prof. Ir. Sakti Adji Adisasmita, M.Si., M.Eng.Sc., Ph.D.** selaku dosen pembimbing I, dan Ibu **Ir. Hajriyanti Yatmar, S.T., M.Eng.** selaku dosen pembimbing II atas segala bimbingan dan arahnya sehingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
3. Bapak/Ibu Dosen Universitas Hasanuddin atas ilmu pengetahuan, didikan, serta motivasi yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
4. Seluruh staf dan karyawan baik dari departemen, fakultas, maupun universitas atas segala bantuannya selama penulis berkegiatan di Universitas Hasanuddin.
5. Segenap tim survei penelitian Preferensi dan Aktivitas Pengunjung Kawasan Wisata Pantai Tanjung Bayang Kota Makasssar yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam melaksanakan survei lapangan secara langsung.

6. Mahasiswa-mahasiswi KKD Rekayasa Transportasi Departemen Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin atas segala bantuannya dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Saudara-saudari seangkatan Teknik Sipil 2018 “TRANSISI 2019” dan Teknik 2018 yang senantiasa memberikan semangat serta bantuannya dari awal masuk di Departemen Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin sampai penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Seluruh Kanda-kanda Senior, Teman-teman dan Adik-adik di Universitas Hasanuddin yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun sehingga penulis bisa menyempurnakan Tugas Akhir ini.
9. Organisasi Kemahasiswaan HMS FT-UH, OKFT-UH dan organisasi lainnya yang telah mewadahi dan/atau memberikan ilmu pengetahuan yang memudahkan penulis dalam melaksanakan kegiatan penelitian Tugas Akhir ini.
10. Teman-teman Tim Kampus Mengajar Angkatan II Kampus Merdeka, Tim Surveyor Citra Land Ciputra Losari, Tim Magang Makassar Sewerage B2 PT. Waskita Karya, dan KKNT PUPR Maros III Gel. 108 atas pengalaman berharga yang dapat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian Tugas Akhir ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu dengan segala bantuan tenaga, pikiran, dukungan hingga terselesainya Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari di dalam tugas akhir ini mungkin akan terdapat suatu kesalahan ataupun kekurangan lainnya. Sebabnya tiada lain karena kebiasaan manusia yang tidak ditakdirkan terjaga dari kesalahan. Yang penulis harapkan kepada setiap orang yang mendapati kesalahan dan/atau kekurangan tersebut untuk membetulkannya dan memberitahukan. Dengan segala keterbukaan penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga karya ini dapat memberikan dampak positif dan menebar manfaat bagi kita semua.

Makassar, 1 September 2022

Penyusun

ABSTRAK

Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Preferensi juga merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik individu, karakteristik perjalanan, aktivitas pengunjung serta hubungan setiap karakteristik pengunjung Pantai Tanjung Bayang. Adapun metode pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan penyebaran angket/kuesioner. Dalam mengumpulkan data, dilakukan secara langsung di lokasi penelitian. Sedangkan untuk penyebaran kuesioner dilakukan dan diisi secara *offline* maupun *online* oleh responden di lokasi penelitian. Jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini sebanyak 250 responden. Adapun hasil survey berupa data primer dan data sekunder.

Dari Hasil penelitian didapatkan bahwa mayoritas responden merupakan pengunjung dengan kelompok usia remaja dan/atau usia produktif, berpendidikan, dikategorikan masyarakat dengan kelas sosial *lower class* (kelas bawah) kemudian disusul dengan masyarakat kelas sosial *middle class* (kelas menengah), dikelompokkan sebagai *domestic tourist* (lokal). Dari variabel keandalan dan kenyamanan didapatkan nilai sangat baik, baik dan/atau sejenisnya sebanyak 67,88%, dan untuk variabel kualitas pelayanan dan/atau fasilitas pantai sebanyak 70,28%.

Kata Kunci: Preferensi, Aktivitas, Pantai Tanjung Bayang.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xx
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Batasan Masalah	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Analisis.....	9
B. Preferensi.....	10
C. Persepsi	12
D. Pariwisata	12
E. Kawasan Wisata	16
F. Transportasi	17
G. Wisatawan	18
H. Karakteristik Wisatawan.....	20
I. Karakteristik perjalanan.....	23
J. Preferensi Wisatawan Terhadap Produk Wisata.....	27
K. Karakteristik Individu	28
L. Pemilihan Moda Transportasi	29
M. Teknik Pengambilan Sampel	32
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	39
A. Kerangka Kerja Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian	42

C. Jenis Data Penelitian	42
D. Jenis Penelitian	44
E. Pengambilan Data.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data	48
G. Pelaksanaan Survei	48
H. Metode Penyajian Analisis Data.....	51
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Karakteristik Wisatawan Pantai Tanjung Bayang	53
A.1. Karakteristik Individu Wisatawan Pantai Tanjung Bayang	53
A.2. Karakteristik Perjalanan Wisatawan Pantai Tanjung Bayang ..	62
A.3. Preferensi Terhadap Tempat Kuliner Pantai Tanjung Bayang	72
A.4. Preferensi Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas.....	78
B. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Karakteristik Perjalanan Wisatawan Pantai Tanjung Bayang	93
B.1. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang.....	93
B.2. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang.....	101
B.3. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang	108
C. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Preferensi Responden Tentang Tempat Kuliner	115
C.1. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Biaya Transaksi/Belanja Individu (Rupiah)	115
C.2. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang.....	123
C.3. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang.....	129
D. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Preferensi Responden Tentang Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas	136
D.1. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang	136
D.2. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang	143

D.3. Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Kepuasan Sistem Pengelolaan Pantai Tanjung Bayang	150
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	157
A. Kesimpulan	157
B. Saran	159
DAFTAR PUSTAKA.....	160
LAMPIRAN.....	161

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Alir Prosedur Penelitian	40
Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian	41
Gambar 3. Peta Lokasi	42
Gambar 4. Lokasi Penempatan Surveyor	50
Gambar 5. Grafik Jenis Kelamin	54
Gambar 6. Grafik Umur.....	54
Gambar 7. Grafik Asal Daerah.....	55
Gambar 8. Grafik Pendidikan Terakhir.....	56
Gambar 9. Grafik Pekerjaan	57
Gambar 10. Grafik Penghasilan.....	58
Gambar 11. Grafik Kedudukan/Strata Dalam Keluarga	59
Gambar 12. Grafik Jumlah Anggota Keluarga	59
Gambar 13. Grafik Jenis Kendaraan.....	60
Gambar 14. Grafik Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil	61
Gambar 15. Grafik Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor.....	62
Gambar 16. Grafik Alasan Memilih Berkunjung Ke Pantai Tanjung Bayang	63
Gambar 17. Grafik Asal Perjalanan Sebelum Ke Pantai Tanjung Bayang	63
Gambar 18. Grafik Tujuan Berkunjung Ke Pantai Tanjung Bayang	64
Gambar 19. Grafik Moda Transportasi Yang Digunakan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang	65
Gambar 20. Grafik Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang	66
Gambar 21. Grafik Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang	67
Gambar 22. Grafik Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang.....	67
Gambar 23. Grafik Lama Waktu Berkunjung Di Pantai Tanjung Bayang.	68
Gambar 24. Grafik Kunjungan Sendiri Atau Rombongan	69

Gambar 25. Grafik Jumlah Rombongan Ke Pantai Tanjung Bayang	69
Gambar 26. Grafik Jumlah Mobil Yang Digunakan Rombongan Ke Pantai Tanjung Bayang.....	70
Gambar 27. Grafik Jumlah Motor Yang Digunakan Rombongan Ke Pantai Tanjung Bayang.....	71
Gambar 28. Grafik Jumlah Bus Yang Digunakan Rombongan Ke Pantai Tanjung Bayang.....	72
Gambar 29. Grafik Jenis Transaksi Yang Digunakan Di Pantai Tanjung Bayang.....	73
Gambar 30. Grafik Biaya Transaksi/Belanja Individu.....	73
Gambar 31. Grafik Biaya Transaksi/Belanja Rombongan.....	74
Gambar 32. Grafik Harga Barang Belanjaan Yang Tersedia Di Pantai Tanjung Bayang.....	75
Gambar 33. Grafik Kualitas Barang Belanjaan Di Pantai Tanjung Bayang	76
Gambar 34. Grafik Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang.....	76
Gambar 35. Grafik Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang.....	77
Gambar 36. Grafik Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang	78
Gambar 37. Grafik Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang.....	79
Gambar 38. Grafik Pantai Tanjung Bayang Lebih Layak Dikunjungi Daripada Pantai Lainnya.....	80
Gambar 39. Grafik Kemudahan Akses Wisatawan Dalam Mengunjungi Pantai Tanjung Bayang.....	81
Gambar 40. Grafik Tarif Masuk Pantai Tanjung Bayang.....	81
Gambar 41. Grafik Tarif Parkir Pantai Tanjung Bayang	82
Gambar 42. Grafik Ketersediaan Lahan Parkir Pantai Tanjung Bayang ..	83
Gambar 43. Grafik Pelayanan Parkir Pantai Tanjung Bayang	83
Gambar 44. Grafik Fasilitas Yang Disediakan Pantai Tanjung Bayang ...	84

Gambar 45. Grafik Fasilitas Pendukung Masih Difungsikan Di Pantai Tanjung Bayang.....	85
Gambar 46. Grafik Tingkat Kenyamanan Pantai Tanjung Bayang.....	86
Gambar 47. Grafik Kesejukan Di Pantai Tanjung Bayang	86
Gambar 48. Grafik Tingkat Kebersihan Pantai Tanjung Bayang.....	87
Gambar 49. Grafik Pantai Tanjung Bayang Layak Dijadikan Tempat Event/Acara	88
Gambar 50. Grafik Kemudahan Tempat Penyimpanan Barang Di Pantai Tanjung Bayang.....	89
Gambar 51. Grafik Tingkat Keamanan Pantai Tanjung Bayang	90
Gambar 52. Grafik Keamanan Terhadap Penyandang Disabilitas.....	90
Gambar 53. Grafik Keamanan Saat Menyimpan Barang Di Pantai Tanjung Bayang.....	91
Gambar 54. Grafik Keamanan Menggunakan Fasilitas Pendukung Di Pantai Tanjung Bayang.....	92
Gambar 55. Grafik Kepuasan Sistem Pengelolaan Di Pantai Tanjung Bayang.....	93
Gambar 56. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kelamin.....	94
Gambar 57. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Umur	94
Gambar 58. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Asal Daerah	95
Gambar 59. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pendidikan Terakhir ..	96
Gambar 60. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pekerjaan.....	96
Gambar 61. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Penghasilan	97

Gambar 62. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Kedudukan/Strata Dalam Keluarga	98
Gambar 63. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Anggota Keluarga	98
Gambar 64. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kendaraan	99
Gambar 65. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil.....	100
Gambar 66. Grafik Hubungan Biaya Perjalanan Yang Dikeluarkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor	100
Gambar 67. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kelamin.....	101
Gambar 68. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Umur	102
Gambar 69. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Asal Daerah	102
Gambar 70. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pendidikan Terakhir	103
Gambar 71. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pekerjaan.....	104
Gambar 72. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Penghasilan	104
Gambar 73. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Kedudukan/Strata Dalam Keluarga	105

Gambar 74. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Anggota Keluarga	106
Gambar 75. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kendaraan	106
Gambar 76. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil.....	107
Gambar 77. Grafik Hubungan Waktu Perjalanan Yang Dibutuhkan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor	108
Gambar 78. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kelamin	108
Gambar 79. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Umur.....	109
Gambar 80. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Asal Daerah	110
Gambar 81. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pendidikan Terakhir.....	110
Gambar 82. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pekerjaan	111
Gambar 83. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Penghasilan.....	112
Gambar 84. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Kedudukan/Strata Dalam Keluarga	112
Gambar 85. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Anggota Keluarga	113
Gambar 86. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kendaraan.....	114
Gambar 87. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil.....	114

Gambar 88. Grafik Hubungan Jarak Perjalanan Dari Lokasi Asal Ke Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor	115
Gambar 89. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Jenis Kelamin.....	116
Gambar 90. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Umur	116
Gambar 91. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Asal Daerah	117
Gambar 92. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Pendidikan Terakhir	118
Gambar 93. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Pekerjaan.....	118
Gambar 94. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Penghasilan	119
Gambar 95. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Kedudukan/Strata Dalam Keluarga.....	120
Gambar 96. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Jumlah Anggota Keluarga.....	120
Gambar 97. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Jenis Kendaraan	121
Gambar 98. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil.....	122
Gambar 99. Grafik Hubungan Biaya Transaksi/Belanja Individu Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor	122
Gambar 100. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kelamin	123
Gambar 101. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Umur.....	124
Gambar 102. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Asal Daerah.....	124

Gambar 103. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pendidikan Terakhir.....	125
Gambar 104. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pekerjaan	125
Gambar 105. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Penghasilan	126
Gambar 106. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Kedudukan/Strata Dalam Keluarga	127
Gambar 107. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Anggota Keluarga	127
Gambar 108. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kendaraan.....	128
Gambar 109. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil.....	128
Gambar 110. Grafik Hubungan Pelayanan Tempat Berbelanja Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor	129
Gambar 111. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kelamin	130
Gambar 112. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Umur.....	130
Gambar 113. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Asal Daerah	131
Gambar 114. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pendidikan Terakhir.....	131
Gambar 115. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pekerjaan	132
Gambar 116. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Penghasilan.....	133
Gambar 117. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Kedudukan/Strata Dalam Keluarga	133

Gambar 118. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Anggota Keluarga	134
Gambar 119. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kendaraan.....	134
Gambar 120. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil.....	135
Gambar 121. Grafik Hubungan Kepuasan Penyediaan Kuliner Di Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor	136
Gambar 122. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kelamin	136
Gambar 123. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Umur.....	137
Gambar 124. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Asal Daerah.....	138
Gambar 125. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pendidikan Terakhir.....	138
Gambar 126. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pekerjaan	139
Gambar 127. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Penghasilan.....	139
Gambar 128. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Kedudukan/Strata Dalam Keluarga	140
Gambar 129. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Anggota Keluarga	141
Gambar 130. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kendaraan.....	141
Gambar 131. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil.....	142
Gambar 132. Grafik Hubungan Kepuasan Kondisi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor	142

Gambar 133. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kelamin	143
Gambar 134. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Umur.....	144
Gambar 135. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Asal Daerah	144
Gambar 136. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pendidikan Terakhir.....	145
Gambar 137. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Pekerjaan	146
Gambar 138. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Penghasilan.....	146
Gambar 139. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Kedudukan/Strata Dalam Keluarga	147
Gambar 140. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Anggota Keluarga	148
Gambar 141. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jenis Kendaraan.....	148
Gambar 142. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil.....	149
Gambar 143. Grafik Hubungan Kondisi Baik Atau Layak Beroperasi Pantai Tanjung Bayang Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor	149
Gambar 144. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Jenis Kelamin.....	150
Gambar 145. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Umur	151
Gambar 146. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Asal Daerah	151
Gambar 147. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Pendidikan Terakhir	152

Gambar 148. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Pekerjaan.....	153
Gambar 149. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Penghasilan	153
Gambar 150. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Kedudukan/Strata Dalam Keluarga.....	154
Gambar 151. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Jumlah Anggota Keluarga.....	154
Gambar 152. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Jenis Kendaraan	155
Gambar 153. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Mobil.....	156
Gambar 154. Grafik Hubungan Kepuasan Sistem Pengelolaan Terhadap Jumlah Kepemilikan Kendaraan Motor	156

DAFTAR TABEL

Table 1. Nilai Distribusi t	47
-----------------------------------	----

BAB 1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara maritim dunia yang memiliki daerah perairan yang sangat luas serta jumlah pulau yang sangat banyak. Sekitar 71% dari keseluruhan wilayah Indonesia adalah perairan dikarenakan luas total perairan yang mencapai 8,3 Juta km². Terdapat 16.056 pulau yang tersebar dari Sabang sampai Merauke menjadikan Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia. Kemudian Indonesia juga memiliki garis pantai terpanjang kedua di dunia dengan total panjang 108.000 km. Dengan kondisi geografis tersebut, banyak potensi daerah-daerah yang berpeluang bisa dikembangkan. Salah satunya adalah di bidang pariwisata (BIG & Pushidros, 2015).

Bidang pariwisata sangat menguntungkan Indonesia karena memiliki daerah tepi laut yang sangat panjang. Dengan memanfaatkan hal tersebut, memungkinkan dapat membangun serta mengembangkan aktivitas lainnya di sektor perdagangan, jasa dan lainnya yang berhubungan dengan peningkatan ekonomi. Dengan terciptanya aktivitas-aktivitas tersebut, maka daerah wisata pesisir laut akan menjadi titik-titik aktivitas sosial pada waktu tertentu. Secara tidak langsung, pusat keramaian tersebut akan mempengaruhi aktivitas transportasi darat disekitarnya. Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan adalah salah satu daerah yang mengalami hal tersebut.

Makassar merupakan Ibu Kota Provinsi Sulawesi Selatan dan menjadi salah satu kota terbesar di Indonesia dengan luas daratan kurang lebih 175,77 km dan mencakup luas 11 pulau di selat Makassar ditambah luas daerah perairan kurang lebih 100 km². Daerah tersebut juga memiliki panjang garis kota sepanjang kurang lebih 52,8 km yang terdiri dari garis pantai daerah pesisir sepanjang 36,1 km, serta garis pantai pulau-pulau dan gusung sepanjang 16,7 km. Panjangnya daerah pesisir pantai dimanfaatkan positif oleh Pemerintah Kota Makassar seperti membangun beberapa ruang terbuka hijau, pusat perekonomian baru, dan fasilitas umum lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian daerah di kawasan pesisir baik yang dikerjakan oleh pemerintah maupun swasta seperti Makassar *New Port*, Kawasan *Centre Point of Indonesia*, pengembangan Kawasan Wisata Pantai Bosowa, dan lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian daerah (BPS Kota Makassar, 2009).

Salah satu Indikator untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi suatu daerah adalah dengan melihat data mengenai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah tersebut. Daerah dengan jumlah penduduk yang mencapai 1,3 Juta jiwa tersebut memiliki nilai PDRB atas dasar harga pasar menurut pengeluaran Kota Makassar sebesar 11,37%. Angka tersebut juga telah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya (BPS Kota Makassar, 2019).

Semaraknya aktivitas pembangunan fasilitas umum daerah pesisir Kota Makassar dalam mengejar angka peningkatan perekonomian akan berdampak terhadap kondisi ekonomi individu masyarakat. Dampak tersebut tentunya akan mempengaruhi pola pikir serta perilaku masyarakat terkhusus dalam memandang dan/atau menilai aktivitas kepariwisataan. Hal tersebut bisa meningkatkan angka aktivitas pariwisata kawasan pesisir Kota Makassar. Akan tetapi, banyak pusat keramaian baru juga akan mempengaruhi kondisi serta pola perpindahan lalu lintas di kawasan wisata dalam kota dikarenakan terciptanya pergerakan-pergerakan lalu lintas baru. Salah satunya adalah kawasan wisata Pantai Tanjung Bayang Kota Makassar.

Kawasan wisata Pantai Tanjung Bayang adalah salah satu tempat pariwisata di Kota Makassar yang menyajikan objek wisata pantai yang indah. Adapun pemandangan yang ditawarkan seperti hamparan pasir pantai, panorama laut yang luas dan pemandangan matahari terbenam di sore hari. Hal tersebut menjadikan Pantai Tanjung Bayang layak menjadi banyak pilihan masyarakat terkhusus Kota Makassar.

Salah satu destinasi wisata favorit masyarakat Makassar ini cocok menjadi tempat rekreasi, wisata bahari, olahraga, acara dan lainnya dikarenakan bukan hanya menawarkan pemandangan alam yang indah, tempat wisata tersebut juga memiliki sarana dan prasarana yang tidak kalah menariknya dengan sajian panorama laut. Terdapat beberapa fasilitas bermain yang mengasyikkan seperti banana boat, perahu, ban pelampung

serta ada penginapan, aula, mushollah dan penunjang wisata pantai lainnya. Hal tersebut yang menjadikan pengunjung tidak bosan-bosannya berkunjung dan menghabiskan waktu luangnya di Pantai Tanjung Bayang.

Bukan hanya itu, kelebihan lainnya dari Pantai Tanjung Bayang yang lokasinya tidak jauh dari pusat Kota Makassar yaitu harganya yang relatif murah. Untuk masuk ke kawasan wisata cukup membayar harga sebesar Rp5.000 untuk kendaraan motor, Rp10.000 untuk kendaraan mobil, dan kendaraan kategori bus sebesar Rp50.000. Sedangkan untuk harga parkir kendaraan cukup dengan mengeluarkan uang Rp5.000 - Rp10.000. Hal tersebut menjadikan Pantai Tanjung Bayang banyak dikunjungi wisatawan setiap harinya. Dengan terbukanya kawasan wisata Pantai Tanjung Bayang menambah tingkat aktivitas wisatawan baik dari dalam kota maupun luar kota sehingga mengakibatkan terciptanya preferensi dan aktivitas pengunjung Pantai Tanjung Bayang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sesuatu yang diminati wisatawan dan kebutuhan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata yang dilakukan responden sebelum dan setelah berkunjung ke Pantai Tanjung Bayang berdasarkan kondisi fisik seperti moda transportasi, objek wisata, aksesibilitas, dan fasilitas objek wisata. Tujuannya untuk menggambarkan ketertarikan wisatawan yang terbentuk.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui aktivitas wisata Pantai Tanjung Bayang. Adapun judul yang penulis angkat dalam penelitian ini yaitu:

**“ANALISIS PREFERENSI DAN AKTIVITAS PENGUNJUNG KAWASAN
WISATA PANTAI TANJUNG BAYANG KOTA MAKASSAR”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana karakteristik individu dan karakteristik perjalanan aktivitas pengunjung kawasan wisata Pantai Tanjung Bayang di Kota Makassar?
2. Bagaimana preferensi mengenai aktivitas pengunjung wisata Pantai Tanjung Bayang di Kota Makassar?
3. Bagaimana hubungan karakteristik individu dan perjalanan wisatawan terhadap preferensi aktivitas pengunjung wisata Pantai Tanjung Bayang di Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang akan hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mendeskripsikan karakteristik individu dan karakteristik Perjalanan perjalanan pengunjung wisata Pantai Tanjung Bayang.

2. Mendeskripsikan preferensi mengenai aktivitas pengunjung wisata Pantai Tanjung Bayang saat ini.
3. Menganalisis hubungan karakteristik individu dan perjalanan terhadap preferensi aktivitas pengunjung wisata Pantai Tanjung Bayang.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat kepada pihak yang membutuhkan antara lain:

1. Memberikan informasi mengenai karakteristik individu dan karakteristik perjalanan wisatawan Pantai Tanjung Bayang.
2. Memberikan informasi mengenai preferensi aktivitas pengunjung wisatawan Pantai Tanjung Bayang saat ini.
3. Menjadikan referensi bagi penelitian serupa, khususnya mengenai analisis preferensi.

E. Batasan Masalah

Pada penelitian ini terdapat batasan masalah dalam melaksanakannya, antara lain:

1. Lokasi penelitian dilakukan di Pantai Tanjung Bayang
2. Objek penelitian adalah masyarakat pengunjung Pantai Tanjung Bayang yang dipilih secara acak sesuai dengan jumlah yang diinginkan.

3. Metode yang dilakukan adalah survei langsung di lokasi, wawancara dan kuesioner.
4. Pengolahan data menggunakan Microsoft Office Excel.

F. Sistematika Penulisan

Dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini, terdapat sistematika penulisan yang disusun sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Memuat gambaran secara singkat dan jelas tentang penelitian yang akan dilakukan. Pendahuluan memuat suatu gambaran yang jelas dan latar belakang mengapa penelitian ini perlu dilaksanakan. Dalam pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan konsep teori yang relevan dan memberikan jawaban mengenai metode pemecahan masalah yang akan digunakan pada penelitian ini.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Menguraikan tentang bagan alir metode penelitian, jenis penelitian, lokasi dan waktu kegiatan penelitian, jenis-jenis sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode survei serta teknik pengolahan data.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Memuat tentang hasil keluaran atau output dari metodologi penelitian yang kemudian dibahas dan diulas dengan menggunakan metode maupun dengan bantuan software yang relevan.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup dari keseluruhan penulisan tugas akhir yang berisi tentang kesimpulan yang disertai dengan saran-saran mengenai keseluruhan penelitian maupun untuk penelitian yang akan datang.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Analisis

Pengertian kata “analisis” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki beberapa arti, yaitu:

1. Penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya dan sebagainya).
2. Penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.

Analisis adalah suatu kegiatan berfikir yang bertujuan untuk mengurai suatu keseluruhan menjadi komponen agar bisa mengetahui karakteristik dari setiap komponen, fungsi setiap unsur dalam satu kesatuan, dan dapat mengetahui keterkaitan setiap unsurnya (Komaruddin, 2001). Dalam Kamus Akuntansi (2000:48) menjelaskan bahwa analisis merupakan aktivitas evaluasi terhadap kondisi dari bagian-bagian atau poin yang saling berhubungan dengan akuntansi dan alasan-alasan yang memungkinkan tentang perbedaan yang muncul.

Ketika ada suatu kondisi dimana terdapat peningkatan angka komponen dalam objek penelitian, maka akan berbanding lurus dengan aktivitas analisis. Sifat berbanding lurus tersebut bertujuan untuk mengejar ketelitian dalam hubungan setiap komponen, memperjelas fungsi, dan merincikan karakteristik komponen sesuatu. Biasanya terjadi pada suatu

objek penelitian yang sifatnya tidak menetap, seperti halnya dengan kawasan wisata sebagai objek dan wisatawan sebagai sumber data yang sifatnya terus mengalami perubahan karena beberapa faktor.

B. Preferensi

Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Preferensi juga merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi (Plihip Kotler, 2000). Preferensi juga diartikan sebagai suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Andi Mappiare, 2000).

Dalam menentukan tingkat kecenderungan, konsumen memiliki tiga karakter utama yang berkaitan dengan preferensi mereka. Kondisi dimulai dari yang tidak diinginkan sampai dengan yang paling disukai. Adapun sifat-sifat tersebut sebagai berikut.

- A. Kondisi dimana terdapat dua pilihan A dan B, maka konsumen akan membuat spesifikasi yaitu benda A lebih diinginkan dari pada benda B atau sebaliknya, atau kedua-duanya sama-sama diinginkan.
- B. Transitivitas, ketika konsumen menyukai benda A daripada benda B, dan benda B lebih dibutuhkan daripada benda C, maka orang tersebut harus cenderung ke pilihan benda A dibandingkan benda C.

- C. Kontinuitas, ketika konsumen menyatakan benda A lebih disukai daripada benda B, maka yang menyerupai benda A cenderung lebih dipilih dibandingkan benda B (Karim, 2014).

Terdapat banyak faktor-faktor yang bisa mempengaruhi preferensi individu. Menurut Tunggal (2005), karakteristik psikologis dipengaruhi oleh motivasi dan persepsi pelanggan untuk membeli. Dia berpendapat bahwa preferensi dipengaruhi oleh beberapa aspek antara lain:

- A. Aspek budaya seperti bentuk fisik dan model
- B. Aspek sosial seperti status dan kelas sosial
- C. Aspek pribadi seperti pekerjaan dan gaya hidup
- D. Aspek harga seperti jenis usaha
- E. Aspek psikologis seperti motivasi dan persepsi

Terdapat banyak faktor yang bisa mempengaruhi preferensi seseorang. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut seperti kebudayaan, sosial, pribadi, maupun psikologis. Pada akhirnya, preferensi seseorang akan terus dipengaruhi seiring bertambahnya pilihan-pilihan yang disediakan.

Meningkatnya pusat keramaian atau tempat beraktivitas terkhusus di bidang pariwisata seperti tempat wisata di Kota Makassar juga bisa mempengaruhi preferensi seseorang. Hal tersebut menjadi berpengaruh karena setiap tempat wisata pasti memiliki keunggulan masing-masing dalam menarik perhatian wisatawan. Keunggulan itulah yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi seseorang.

C. Persepsi

Persepsi menurut Effendy (1984) adalah penginderaan terhadap kesan yang muncul karena faktor lingkungannya. Daya persepsi individu bisa diperkuat oleh adanya pengetahuan dan pengalaman. Semakin sering seseorang melakukan kegiatan interaksi sosial, maka semakin tinggi pula kecakapan persepsinya. Menurut Siagan (1989), kebanyakan persepsi seseorang terpengaruh oleh tiga faktor yaitu:

- a. diri orang yang bersangkutan yang meliputi sikap, motivasi, kepentingan, pengalamandan harapan
- b. sasaran persepsi yang meliputi orang, benda atau peristiwa
- c. situasi yang meliputi keadaan lingkungan

D. Pariwisata

Pariwisata secara etimologi berasal dari kata “Pari” yang berarti banyak atau berkali-kali datang dan “Wisata” yang berarti perjalanan atau bepergian (Oka A Yoeti, 2000). Secara terminologi pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut “tour”, sedangkan untuk pengertian jamak, kata kepariwisataan menggunakan kata “tourism”.

Dalam aturan perundang-undangan, menurut UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, dijelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata dan didukung dengan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah

daerah. Julukan “pariwisata” dalam buku karangan Soekardijo.R.G. (2000) menjelaskan bahwa sebutan tersebut awalnya dipakai oleh Presiden RI Ke-2 Bapak Soekarno pada suatu percakapan untuk menandakan istilah asing *tourism* “Arti pariwisata ialah bahwa kalau semua kegiatan itu dianggap gagal”. Tanda adanya wisatawan pada semua kegiatan pembangunan Hotel, persediaan angkutan dan sebagainya itu tidak memiliki makna kepariwisataan. Sedangkan dari ayat lainnya pada UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menyatakan bahwa kepariwisataan didefinisikan juga sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha (UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata)

Melihat pendapat lain, pariwisata juga diartikan sebagai suatu perpindahan tempat tinggal sementara seseorang yang dikarenakan suatu alasan dan bukan karena untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu, juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya (Suwantoro, 2004).

Lebih lanjut, Buhalis (2000) mengemukakan komponen pariwisata terdiri dari 6A, yaitu:

- a. Attractions (daya tarik), mencakup alam, buatan manusia, warisan, acara khusus.
- b. Accessibility (aksesibilitas), mencakup seluruh sistem transportasi yang terdiri dari rute, terminal, dan kendaraan.
- c. Amenities (fasilitas), yaitu akomodasi dan fasilitas katering, ritel, layanan wisata lainnya.
- d. Available packages (paket yang tersedia), yaitu paket yang diatur sebelumnya oleh perantara dan pelaku utama.
- e. Activities (aktivitas), yaitu semua aktivitas tersedia di tempat tujuan dan apa yang akan dilakukan konsumen selama berkunjung.
- f. Ancillary services (layanan tambahan), yaitu layanan yang digunakan oleh wisatawan seperti bank, telekomunikasi, pos, agen koran, rumah sakit, dan sebagainya.

Rekreasi merupakan salah satu jenis kegiatan manusia dalam menghabiskan waktu luangnya. Salah satu alasan seseorang berekreasi yaitu bertujuan untuk menghilangkan beban pikiran yang dikarenakan tekanan dari berbagai arah yang menimpa hidupnya. Rekreasi dengan mudah mengembalikan kondisi mental dan fisik yang lelah menjadi semangat, serta memberikan rasa kepuasan tersendiri dan rasa senang bagi seseorang (Brockman, 1979; Soekotjo, 1980; Soemarwoto, 1991). Minat dan angka kebutuhan masyarakat terhadap kegiatan rekreasi terjadi

sejak awal tahun 90-an dan terus mengalami peningkatan, terutama kecenderungan panorama wisata alam. Salah satu faktor yang melatarbelakangi munculnya minat tersebut ke permukaan adalah pergerakan angka tekanan hidup yang terus meningkat dikarenakan rutinitas hidup manusia dan beban kehidupan yang dipikul begitu berat, sehingga masyarakat membutuhkan sesuatu yang bisa memulihkan rasa lelah agar kembali semangat dalam menjalani hidup (Lindberg, 1993).

Terdapat beberapa jenis parawisata yang berkembang di Indonesia. Salah satunya adalah wisata bahari yang menjadi keunggulan tersendiri bagi Indonesia sebagai negara maritim. Pengertian wisata bahari atau tirta adalah salah satu bentuk pariwisata yang meliputi kegiatan di pesisir seperti memancing, olahraga air, berlayar, menyelam, dan lainnya (Pendit, 2003: 41).

Jenis pariwisata lainnya yang sedang banyak diminati masyarakat saat ini adalah *food tourism*. Menurut Hall dan Mitchell (2001), *food tourism* didefinisikan sebagai kunjungan ke produsen primer dan sekunder makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi tertentu yang dimana mencicipi dan mencoba makanan khas adalah salah satu alasan untuk melakukan pariwisata. Sedangkan dari pandangan lain, Santich (2004) menjelaskan *gastronomic tourism* sebagai aktivitas pariwisata yang termotivasi dari ciri khas makanan dan minuman pada suatu tempat dan makan dan minum yang kental terhadap suatu budaya. Hal serupa juga dikemukakan Long (2004) mengenai *culinary tourism* yang menyatakan

bahwa hal tersebut merupakan paduan partisipasi konsumsi, persiapan, dan presentasi dari item makanan, masakan, sistem makan atau gaya makan yang tidak bisa dipisahkan (Long; 2004). Wisata kuliner selalu berhubungan tentang makanan, dapat menemukan serta menjelajahi budaya dan sejarah melalui makanan, yang dapat menciptakan rasa dan pengalaman luar biasa. Sementara itu, Wolf (2006) mengatakan bahwa makanan dan minuman merupakan elemen yang sering terlupakan dalam sebuah perjalanan, dan meyakini bahwa makanan dan minuman masih menawarkan peluang besar besar untuk sesuatu yang berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut dalam industri pariwisata dalam negara maupun manca negara. Dari semua penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran makanan dan/atau minuman terhadap bidang pariwisata memiliki potensi untuk meningkatkan keberlanjutan dan nilai tujuan pariwisata, memperbaiki ekonomi suatu daerah, dan dampak positif lainnya.

E. Kawasan Wisata

Dalam UU No.9 Tahun 1990 menyatakan bahwa definisi dari kawasan wisata adalah suatu kawasan yang mempunyai luas tertentu yang dibangun dan disediakan untuk kegiatan pariwisata. Jika mengaitkan kawasan wisata dengan pariwisata air, pengertian tersebut berarti suatu kawasan yang disediakan dengan tujuan aktivitas pariwisata dengan menyuguhkan perairan sebagai obyek atau daya tarik kawasan tersebut (Inskeep 1991:77). Selain itu juga sebagai area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap (untuk

rekreasi/relaksasi, pendalaman suatu pengalaman/kesehatan). Pendapat senada juga dikemukakan oleh Nyoman (1987) yang berpendapat bahwa kawasan wisata merupakan sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat, atau sesuatu yang bisa menarik perhatian seseorang atau wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu daerah yang menjadi tujuan wisata.

F. Transportasi

Transportasi adalah suatu pergerakan tingkah laku orang dalam ruang baik dalam membawa dirinya sendiri maupun membawa barang-barang (Soesilo, 1999). Transportasi juga bisa diartikan sebagai perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan suatu alat, baik yang digerakkan oleh mesin, tenaga manusia, atau hewan (sapi, kuda, gajah) (Sukarto, 2006). Dari pandangan lain, transportasi juga merupakan sarana penghubung atau yang menghubungkan antara daerah produksi dan pasar, atau dapat dikatakan mendekatkan daerah produksi dan pasar, atau seringkali dikatakan menjembatani produsen dengan konsumen (Adisasmita, 2011). Sedangkan menurut Salim (1993) transportasi adalah ilmu yang banyak kaitan dengan ilmu-ilmu lain seperti manajemen, pemasaran, pembangunan, ekonomi, undang-undang dan kebijaksanaan pemerintah. Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa atau negara tergantung pada tersedianya pengangkutan dalam negara atau bangsa yang bersangkutan. Oleh karena itu, sistem transportasi dibagi menjadi angkutan muatan dan manajemen sistem transportasi yang

dipengaruhi oleh faktor ekstern. Faktor ekstern yang mempengaruhi transportasi antara lain Undang-Undang/Peraturan Pemerintah, kebijaksanaan/pengaturan pihak pemerintah pusat dan daerah, dan pengaruh pemakai jasa (demand)

Di Kota Makassar, kegiatan transportasi telah berlangsung sejak lama dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, terkhusus transportasi darat. Aktivitas tersebut akan terus meningkat seiring bertambahnya jumlah penduduk. Meningkatnya kegiatan pembangunan serta kegiatan perekonomian berbanding lurus dengan terciptanya jalur-jalur transportasi baru yang mempengaruhi tingkat kepadatan arus lalu lintas baik dalam maupun luar kota.

G. Wisatawan

Definisi dari wisatawan termaktub dalam UU No.9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Secara umum, wisatawan terbagi menjadi dua bagian berdasarkan asalnya yaitu wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus). Wisatawan mancanegara yang dimaksud adalah seseorang yang sedang melakukan perjalanan wisata dengan memasuki suatu negara yang bukan merupakan negara asal/domisilinya. Sedangkan wisatawan nusantara yang dimaksud adalah seseorang yang sedang melakukan perjalanan wisata di negara tempatnya menetap.

Dari pendapat lain, wisatawan adalah individu dan/atau kelompok orang yang sedang melakukan perjalanan wisata, jika durasi waktu bepergiannya minimal 24 jam pada daerah atau negara yang dikunjungi. Jika mereka berada di suatu daerah atau negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam, maka dikategorikan sebagai pelancong (*excursionist*). Salah satu organisasi yang bergerak di bidang travel, UIOTO (*The international Union of Travel Organization*) berpendapat bahwa terdapat batasan terhadap wisatawan secara umum. Mereka menggunakan istilah “pengunjung” atau *visitor*, yang berarti bahwa seseorang yang pergi ke suatu tempat baik dalam negara maupun luar negara dengan tujuan apapun terkecuali untuk melakukan pekerjaan/kegiatan yang menerima upah. Organisasi tersebut juga menggunakan batasan untuk mendefinisikan wisatawan yaitu setiap orang yang sedang bepergian atau melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari tempatnya berasal dengan alasan wisata, tur, piknik, tamasya dan lainnya. Definisi wisatawan juga dikemukakan oleh Nyoman (2003) yang berpendapat bahwa wisatawan merupakan setiap orang yang sedang beraktivitas dengan tujuan rekreasi/wisata atau seseorang yang sedang melaksanakan perpindahan tempat untuk sementara waktu ke suatu tempat atau daerah yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Sedangkan Yoeti (2000) memberikan pendapat senada dan membagi wisatawan dengan beberapa jenis, yaitu:

- a. Wisatawan asing
- b. Domestic foreign tourist
- c. Destic Tourist
- d. Indigeneous Tourist
- e. Transit Tourist
- f. Bussines Tourist

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa secara garis besar wisatawan yang melakukan kegiatan wisata di Indonesia dibagi menjadi dua bagian, yaitu wisatawan domestik (warga negara indonesia) dan wisatawan asing (warga negara asing).

H. Karakteristik Wisatawan

Terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam menilai dan menentukan karakteristik wisatawan. Preferensi, tujuan, minat dan lainnya merupakan karakter manusia dengan segala sifat dan keunikannya masing-masing yang berkaitan dengan bagaimana cara wisatawan melihat kegiatan pariwisata. Maka dari itu, diperlukan beberapa aspek khusus untuk mendapatkan karakteristik secara detail mengenai karakteristik wisatawan (Kotler, 2006 dan Cooper, 2005). Karakteristik wisatawan dibagi berdasarkan beberapa bagian, yaitu:

A. Karakteristik kepribadian

Dalam aspek kepribadaian wisatawan, Cooper membagi jadi beberapa bagian berdasarkan sifatnya, ada wisatawan yang

berkepribadian teguh dengan jiwa petualangnya dan cenderung lebih memilih tempat wisata yang sudah terkenal beserta fasilitas yang lengkap, tetapi kurang memperhatikan aspek budaya dan tidak merangkul wisatawan ekonomi kebawah. Kemudian ada juga wisatawan yang lebih melihat nilai budaya dan lingkungan, memiliki jiwa petualang, menyukai keaslian suatu budaya tempat wisata dengan tidak berharap adanya fasilitas lebih dan lebih memilih berbaur dengan budaya lokal kawasan wisata setempat tersebut. Kelompok wisatawan termasuk dalam kategori wisatawan dengan ekonomi menengah atau tinggi. Kemudian ada juga kelompok wisatawan yang lebih kepada kegiatan rekreasi atau *pleasure*, dan aktivitas yang mengapresiasi keindahan objek wisata yang ditawarkan. Individu ini termasuk dalam wisatawan kelas menengah atau umum.

B. Karakteristik sosio-ekonomi

Terdapat beberapa kategorisasi wisatawan yang berhubungan dengan latar sosial dan ekonomi, antara lain:

1. Usia

Usia wisatawan menjadi aspek yang berkaitan dengan jenis kegiatan yang dilakukan wisatawan.

2. Latar belakang pendidikan

Latar belakang pendidikan memiliki pengaruh terhadap preferensi wisatawan. Setiap wisatawan baik dengan pendidikan

rendah maupun tinggi memiliki kecenderungan kegiatan tersendiri dalam melakukan perjalanan wisata.

3. Pendapatan

Penghasilan setiap wisatawan secara umum berbeda-beda. Hal inilah yang menjadi salah satu penentu wisatawan dalam memilih jenis wisata. Pendapatan seseorang juga berdasarkan dengan pendidikan, usia dan/atau pekerjaannya.

4. Jenis Kelamin

Dahulu, perjalanan wisata/kegiatan wisata di dominasi oleh laki-laki dikarenakan banyak pendapat mengaitkan aktivitas ini dengan kemampuan fisik, ekonomi, maupun masalah keamanan. Akan tetapi, wisatawan wanita juga sudah mulai diminati seiring berjalannya waktu.

C. Karakteristik pola kunjungan

Terdapat beberapa karakteristik wisatawan yang berhubungan dengan pola kunjungan. Hal tersebut dikategorikan berdasarkan tujuan, manfaat, fasilitas yang tersedia, dan lainnya yang memberikan pengaruh terhadap alasan utama wisatawan melakukan perjalanan wisata tersebut dan bagaimana kegiatan wisata tersebut bisa memberikan manfaat kepada dirinya. Ismayanti (2010) berpendapat bahwa terdapat beberapa benefit berbeda-beda yang diinginkan setiap wisatawan antara lain:

a. Service (pelayanan)

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang hasilnya diperuntukan kepada wisatawan untuk memenuhi segala kebutuhan agar mereka merasa terbantu, nyaman, mudah dan lainnya.

b. Quality (kualitas)

Kualitas merupakan nilai dari produk dan/atau objek wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Aspek ini sangat mempengaruhi kecenderungan individu terhadap sesuatu.

c. Economics (ekonomi)

Dalam industri pariwisata, menjadi suatu pertimbangan terhadap wisatawan dalam menilai produk wisata dan pengeluaran yang dibutuhkan dalam sebuah perjalanan wisata.

I. Karakteristik perjalanan

Karakteristik perjalanan menjadi bagian dalam menentukan kriteria perjalanan seseorang yang sedang melakukan kegiatan wisata. Terdapat hubungan antara karakteristik perjalanan dengan preferensi wisatawan dalam menentukan tempat wisata. Keterkaitan tersebut memiliki pola dasar secara umum yang berhubungan pula dengan industri wisata, diantaranya yaitu:

A. Jarak

Jarak merupakan panjang lintasan yang dilalui wisatawan dari

tempat asal ke lokasi wisata. Bagian tersebut juga menjadi indikator untuk mengategorikan jenis-jenis pariwisata. Menurut Hadinoto (1996) perjalanan pariwisata merupakan aktivitas perpindahan dari tempat tinggal ke suatu tempat wisata yang berjarak kurang lebih 150 km. Jarak merupakan salah satu pembatas wilayah untuk mengetahui perbedaan lingkungan/budaya tempat tinggal dengan tempat wisata dalam kepariwisataan. Hal tersebut biasanya juga disebut dengan istilah "*away from home*".

B. Tempat tinggal asal

Tempat tinggal memiliki peran penting dalam menentukan pasar wisata. Pola tempat tinggal asal menentukan golongan penduduk mana (dalam atau luar negeri) atau untuk mengetahui apakah wisatawan tersebut berdomisili daerah setempat, luar daerah atau negara lain.

C. Maksud kunjungan

Tujuan kunjungan digunakan untuk mengetahui perbedaan jenis perjalanan. Tujuan tersebut dibagi menjadi beberapa kelompok seperti hiburan/liburan, belajar, pertemuan keluarga, olahraga dan lainnya.

D. Moda perjalanan

Pendekatan transportasi ini sering juga digunakan sebagai dasar suatu perencanaan. Moda ini terdiri dari udara, darat dan laut. Roby Dwiputra (2013) menyatakan bahwa rute destinasi wisata juga harus

diketahui untuk menentukan bagaimana destinasi wisata bisa disiapkan untuk memudahkan pemasaran.

Menurut Yoet (2008), wisatawan menggunakan pendapatan yang dapat dibelanjakan selama perjalanan untuk tujuan wisata seperti akomodasi hotel, makanan dan minuman, transportasi dan lain-lain (laundry, surat kabar). Variabel biaya perjalanan bertujuan untuk mengukur biaya perjalanan masing-masing wisatawan. Biaya perjalanan ini sudah meliputi semua biaya yang dikeluarkan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata mulai dari biaya transportasi, tiket masuk kawasan wisata, konsumsi, souvenir dan biaya-biaya lainnya.

Evaluasi berdasarkan metode biaya perjalanan juga merupakan salah satu faktor yang membuat tujuan wisata menjadi menarik perhatian wisatawan. Penilaian ini merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan untuk menganalisis jumlah permintaan suatu kawasan wisata. Dengan metode ini, meliputi perhitungan jumlah uang yang harus dikeluarkan dan waktu yang dibutuhkan untuk tiba di tempat wisata. Besar dana ini sudah meliputi biaya transportasi, konsumsi, dokumen, akomodasi, tiket masuk dan pengeluaran lainnya. Dana transportasi direpresentasikan sebagai harga barang di lingkungan tersebut. Selain biaya perjalanan, beberapa variabel seperti seperti biaya perjalanan ke lokasi alternatif, pendapatan rumah tangga, preferensi dan variabel perilaku juga digunakan sebagai nilai tujuan perjalanan (Yakin, 2004). Fauz (2006) menyatakan bahwa metode biaya perjalanan terutama digunakan untuk

menganalisis permintaan kegiatan di luar ruangan (*outdoor*) seperti berkemah, memancing, berburu dan lainnya. Pada dasarnya, metode ini mengkaji biaya yang harus dikeluarkan wisatawan ketika berkunjung. Konsep dasar biaya perjalanan adalah waktu dan biaya perjalanan yang harus dikeluarkan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut, yang merupakan harga akses ke tempat wisata (Garrod & Willis, 1999).

Ada dua pendekatan untuk menyelesaikan masalah dengan metode biaya perjalanan, antara lain:

- A. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (A simple zonal travel cost approach), menggunakan data sekunder dan mengumpulkan informasi dari wisatawan berdasarkan daerah asal.
- B. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (An individual travel cost approach), menggunakan data survei wisatawan secara individu (Garrod & Willis, 1999).

Fauzi (2006) menjelaskan fungsi permintaan suatu aktivitas wisatawan menggunakan metode biaya perjalanan melalui pendekatan personal dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i)$$

Keterangan:

V_{ij} : Jumlah kunjungan oleh individu I ke tempat j

C_{ij} : Biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi j

T_{ij} : Biaya waktu yang dikeluarkan individu I untuk mengunjungi lokasi j

Qij: Persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi

Sij: Karakteristik substitusi yang mungkin ada di daerah lain

Fij: Faktor fasilitas – fasilitas daerah j

Mi: Pendapatan dari individu I

J. Preferensi Wisatawan Terhadap Produk Wisata

Karakteristik daya tarik wisata merupakan keunikan tersendiri suatu daerah tujuan wisata yang menjadi tujuan utama bagi wisatawan untuk menikmati dan membedakannya dengan tempat wisata lainnya. Memahami sikap dan minat pengunjung sangat penting dalam menjalankan kegiatan manajemen yang merupakan bagian dari citra destinasi (Long, Scott & Nick, 2002, Karim 2006). Sedangkan Guthrie dan Gale (1991) dan Karim (2006) mengemukakan bahwa citra destinasi berfungsi sebagai sumber kredibilitas yang paling penting dalam menentukan persepsi wisatawan terhadap destinasi lainnya.

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang menjadi ciri khas tempat wisata seperti keindahan dan nilai berupa budaya, kekayaan alam maupun buatan manusia yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan. Muljadi A.J. (2009) berpendapat bahwa keberhasilan pengembangan destinasi wisata (DTW) sangat bergantung pada tiga faktor utama, yaitu:

a. Atraksi

Faktor ini meliputi tempat-tempat dengan iklim yang baik,

pemandangan yang indah, tempat-tempat bersejarah seperti pusat konvensi, pameran atau acara olahraga, festival dan lainnya.

b. Mudah dicapai (Aksesibilitas)

Lokasi yang tidak terlalu jauh atau ketersediaan transportasi menuju lokasi teratur, sering, mudah, nyaman dan aman.

c. Amenitas

Ketersediaan layanan seperti akomodasi, restoran, hiburan, transportasi lokal yang memungkinkan wisatawan untuk bepergian ke tempat itu dan sarana komunikasi lainnya.

K. Karakteristik Individu

Karakteristik individu meliputi seperangkat karakteristik dasar yang melekat pada personal tertentu. Menurut Winard Rahman (2013:77) karakteristik individu mencakup nilai-nilai berupa keterampilan dan kemampuan; latar belakang keluarga, sosial dan pengalaman, usia, kebangsaan, jenis kelamin dan lain-lain yang mencerminkan demografi tertentu; dan karakteristik psikologis, yang meliputi pengetahuan, sikap, kepribadian, pembelajaran, dan motivasi. Kemudian melanjutkan pernyataan dengan mengatakan bahwa luasnya karakteristik tersebut mewakili nuansa budaya tertentu yang juga memunculkan karakteristik mendasar dari suatu organisasi tertentu. Menurut Gibson (1985:52) Variabel tersebut dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga), yaitu:

- a. Keterampilan dan kemampuan baik secara mental maupun fisik.
- b. Informasi demografis mencakup usia, ras, dan jenis kelamin.

- c. Latar belakang seperti keluarga, kelas sosial, dan pengalaman, serta variabel psikologis individu yang meliputi persepsi, sikap dan kepribadian, belajar dan motivasi.

Menurut Ardana dkk (2009:31) ciri-ciri personal antara lain sebagai

berikut:

- a. Minat
- b. Sikap terhadap diri sendiri, pekerjaan, dan situasi pekerjaan
- c. Kebutuhan individu
- d. Kemampuan dan kompetensi
- e. Pengetahuan tentang pekerjaan
- f. Emosi, suasana hati, perasaan keyakinan dan nilai-nilai

L. Pemilihan Moda Transportasi

Pemilihan moda merupakan langkah dalam proses perencanaan transportasi yang menjadi penentu dalam proses pengalokasian perjalanan, mengetahui jumlah orang dan/atau barang (diukur dengan rasio) yang akan menggunakan atau memilih berbagai moda transportasi yang melayani titik asal tujuan tertentu dengan tujuan perjalanan tertentu pula. Pada tahap pemilihan transportasi ini merupakan pengembangan dari model asal-tujuan (distribusi perjalanan) dan tahap pembangkitan perjalanan, karena pada tahap distribusi perjalanan ini ditentukan jumlah perjalanan untuk masing-masing zona asal dan tujuan. Pemilihan sarana transportasi dianggap sebagai tahap perencanaan transportasi yang paling penting dan sekaligus paling sulit, karena pada tahap ini ditemui berbagai

kendala seperti kesulitan kompleksitas pemodelan realitas yang terjadi di dunia nyata. Hal ini terjadi karena sulitnya peneliti membaca perilaku banyak orang, terutama masyarakat, serta perilaku pengguna jasa transportasi. Di sisi lain, banyak juga jenis layanan transportasi di dunia nyata baik dari segi jarak geografis, teknologi, ukuran, kecepatan, ekonomi dan lainnya yang menawarkan karakteristik pelayanan yang berbeda, sehingga timbul masalah bagi peneliti/perencana transportasi berupa kesulitan dalam kuantifikasi, pemodelan, analisis maupun identifikasinya di berbagai faktor yang mempengaruhinya (Roland Michael Supit Samuel Y.R. Bromptis, Lucia IR. Lefrandt, 2019).

Pilihan moda transportasi ini dapat dikategorikan menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Pengguna jasa angkutan/pelaku perjalanan (trip maker)
 - a. Golongan Paksawan (captive), yaitu kelompok masyarakat yang secara terpaksa menggunakan angkutan umum karena tidak memiliki mobil. Mereka adalah kelompok masyarakat kelas menengah ke bawah.
 - b. Golongan Pilihan (choice), yaitu kelompok masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi serta mampu dan dapat memilih angkutan umum.
2. Bentuk alat (moda) transportasi/jenis pelayanan transportasi.
 - a. Kendaraan pribadi (private transport) merupakan alat transportasi yang dirancang khusus untuk satu orang dan dapat

menggunakannya kapan saja dan di mana saja mereka inginkan atau tidak menggunakannya sama sekali.

- b. Kendaraan umum (public transportation) merupakan sarana angkutan yang diperuntukan untuk umum/kepentingan bersama (banyak orang), mempunyai arah dan tujuan yang sama, menerima pelayanan bersama serta terikat pada aturan trayek yang telah diberikan.

Menurut Tamim (2000) faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan ruang dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Ciri pergerakan
 - a. Tujuan gerakan
 - b. Waktu terjadinya pergerakan
 - c. Jarak perjalanan

2. Ciri-ciri alat transportasi

Faktor kuantitatif, yaitu:

- a. Waktu perjalanan
- b. Biaya transportasi
- c. Ketersediaan tempat dan biaya parkir

Faktor kualitatif, yaitu:

- a. Keamanan dan kenyamanan
- b. Keandalan dan keteraturan
- c. Karakteristik kota atau zona (terpengaruh oleh jarak dari pusat kota dan kepadatan penduduk)

M. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari atau mewakili suatu populasi yang diteliti (Arikunto, 2002:109; Furhan, 2004:193). Menurut pendapat lain, sampel merupakan bagian dari suatu populasi. Agar sampel menjadi bagian dari populasi yang ada, maka pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan sebelumnya (Sugiyono, 2011). Salah satu teknik pengambilan sampel adalah dengan cara sampling.

Teknik sampling adalah suatu cara pengambilan sampel (Sugiyono, 2001:56). Margono (2004:125) berpendapat bahwa teknik sampling adalah suatu cara menentukan sampel yang sama jumlahnya dengan ukuran sampel yang digunakan sebagai sumber data yang sebenarnya, dengan memperhatikan karakteristik dan persebaran populasi untuk mendapatkan sampel yang representatif. Berbagai teknik sampling digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu *probability* sampling dan *non-probability* sampling. Sampel probabilitas meliputi pengambilan sampel sederhana secara acak, pengambilan sampel acak bertingkat proporsional, pengambilan sampel acak bertingkat non-proporsional, dan pengambilan sampel area (cluster). Untuk sampel non-probabilitas meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling acak, sampling purposif, sampling jenuh dan sampling bola salju.

Probability Sampling Sugiyono (2001: 57) menyatakan bahwa probability sampling adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampel ini meliputi:

a. Simple Random Sampling

Menurut Sugiyono (2001: 57) dinyatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Margono (2004: 126) menyatakan bahwa simple random sampling adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Dengan demikian setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpicil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Teknik ini dapat dipergunakan bilamana jumlah unit sampling di dalam suatu populasi tidak terlalu besar. Misal, populasi terdiri dari 500 orang mahasiswa program S1 (unit sampling). Untuk memperoleh sampel sebanyak 150 orang dari populasi tersebut, digunakan teknik ini, baik dengan cara undian, ordinal, maupun tabel bilangan random.

b. Proportionate Stratified Random Sampling

Margono (2004: 126) menyatakan bahwa stratified random sampling biasa digunakan pada populasi yang mempunyai susunan bertingkat atau berlapis-lapis. Menurut Sugiyono (2001: 58) teknik ini

digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen. Dan berstrata secara proporsional. Suatu organisasi yang mempunyai pegawai dari berbagai latar belakang pendidikan, maka populasi pegawai itu berstrata. Misalnya jumlah pegawai yang lulus $S_1 = 45$, $S_2 = 30$, $STM = 800$, $ST = 900$, $SMEA = 400$, $SD = 300$. Jumlah sampel yang harus diambil meliputi strata pendidikan tersebut yang diambil secara proporsional jumlah sampel.

c. Disproportionate Stratified Random Sampling

Sugiyono (2001: 59) menyatakan bahwa teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel bila populasinya berstrata tetapi kurang proporsional. Misalnya pegawai dari PT tertentu mempunyai mempunyai 3 orang lulusan S_3 , 4 orang lulusan S_2 , 90 orang lulusan S_1 , 800 orang lulusan SMU , 700 orang lulusan SMP , maka 3 orang lulusan S_3 dan empat orang S_2 itu diambil semuanya sebagai sampel. Karena dua kelompok itu terlalu kecil bila dibandingkan dengan kelompok S_1 , SMU dan SMP .

d. Cluste Sampling (Area Sampling)

Teknik ini disebut juga cluster random sampling. Menurut Margono (2004: 127), teknik ini digunakan bilamana populasi tidak terdiri dari individu-individu, melainkan terdiri dari kelompok-kelompok individu atau cluster. Teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misalnya penduduk dari suatu negara, propinsi

atau kabupaten. Untuk menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2001: 60) nonprobability sampling adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi:

a. Sampling Sistematis

Sugiyono (2001: 60) menyatakan bahwa sampling sistematis adalah teknik penentuan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut. Misalnya anggota populasi yang terdiri dari 100 orang. Dari semua anggota itu diberi nomor urut, yaitu nomor 1 sampai dengan nomor 100. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan nomor ganjil saja, genap saja, atau kelipatan dari bilangan tertentu, misalnya kelipatan dari bilangan lima. Untuk itu maka yang diambil sebagai sampel adalah 5, 10, 15, 20 dan seterusnya sampai 100.

b. Sampling Kuota

Menurut Sugiyono (2001: 60) menyatakan bahwa sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Menurut Margono (2004: 127) dalam teknik ini jumlah populasi tidak diperhitungkan akan tetapi diklasifikasikan dalam beberapa kelompok. Sampel diambil dengan memberikan jatah atau quorum

tertentu terhadap kelompok. Pengumpulan data dilakukan langsung pada unit sampling. Setelah jatah terpenuhi, pengumpulan data dihentikan. Sebagai contoh, akan melakukan penelitian terhadap pegawai golongan II, dan penelitian dilakukan secara kelompok. Setelah jumlah sampel ditentukan 100, dan jumlah anggota peneliti berjumlah 5 orang, maka setiap anggota peneliti dapat memilih sampel secara bebas sesuai dengan karakteristik yang ditentukan (golongan II) sebanyak 20 orang.

c. Sampling Aksidental

Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001: 60). Menurut Margono (2004: 127) menyatakan bahwa dalam teknik ini pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui. Misalnya penelitian tentang pendapat umum mengenai pemilu dengan mempergunakan setiap warga negara yang telah dewasa sebagai unit sampling. Peneliti mengumpulkan data langsung dari setiap orang dewasa yang dijumpainya, sampai jumlah yang diharapkan terpenuhi.

d. Sampling Purposive

Sugiyono (2001: 61) menyatakan bahwa sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Margono (2004: 128), pemilihan sekelompok subjek dalam purposive sampling, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. Misalnya akan melakukan penelitian tentang disiplin pegawai, maka sampel yang dipilih adalah orang yang ahli dalam bidang kepegawaian saja.

e. Sampling Jenuh

Menurut Sugiyono (2001: 61) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

f. Snowball Sampling

Snowball sampling adalah teknik penentuan sampel yang mulamula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih temantemannya untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2001: 61). Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding, makin lama semakin besar. Pada

penelitian kualitatif banyak menggunakan sampel purposive dan snowball.