

Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Produk Wisata Pantai di Kabupaten Sampang

M. Rizqi Amda Insani, dan Destri Susilaningrum

Departemen Statistika Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

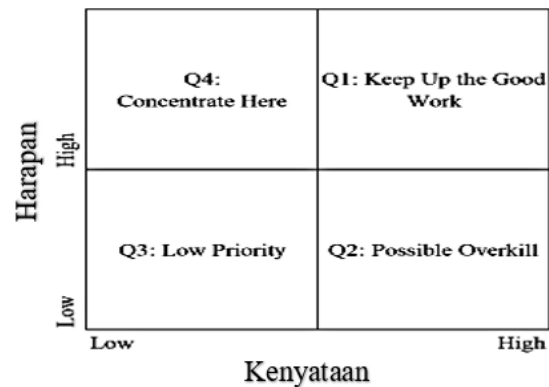
e-mail: amdaalverz01@gmail.com, destr_s@gmail.com

Abstrak—Kabupaten Sampang memiliki potensi sumber daya alam yang sangat menunjang kelangsungan hidup dan pertumbuhan kepariwisataan daerah yang secara kompetitif diharapkan mampu memiliki daya saing dan nilai lebih dari wilayah yang lain. Oleh karena itu pengembangan sektor pariwisata perlu dilakukan, salah satu caranya melalui peningkatan kualitas atribut produk wisata yang diukur dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*. Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu mengetahui kepuasan wisatawan terhadap produk wisata serta faktor-faktor yang perlu diperbaiki oleh pemerintah untuk meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di kabupaten Sampang. Hasil dari penelitian didapatkan bahwa Nilai CSI pada Pantai Toroan berada pada kriteria sangat puas. Sedangkan Pantai lainnya berada pada kriteria puas. Dapat disimpulkan yaitu secara keseluruhan wisatawan merasa puas terhadap produk wisata pantai di Kabupaten Sampang. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan terdapat beberapa faktor-faktor yang perlu ditingkatkan kinerjanya. Hal ini dapat dilihat dengan melakukan uji perbandingan rata-rata dan *importance performance analysis*. Faktor-faktor yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan pantai di Kabupaten Sampang berdasarkan uji perbandingan rata-rata yakni terdapat 20 atribut. Sedangkan berdasarkan *importance performance analysis* yaitu rambu atau penunjuk jalan menuju wisata dan kemudahan akses internet pada pantai lon-malang, kebersihan lingkungan, cita rasa makanan, kesesuaian tingkat harga makanan, tersedia toilet yang memadai, dan terdapat media promosi wisata pada pantai camplong, kemudahan akses internet, terdapat toko souvenir atau cinderamata, keberagaman souvenir atau cinderamata yang dijual, tersedia toilet yang memadai, terdapat rambu keamanan pada objek wisata, dan terdapat media promosi wisata pada pantai toroan, kebersihan lingkungan, kenyamanan objek wisata, tersedia lahan parkir yang memadai, kebersihan toilet, tersedia tempat sampah yang memadai, dan terdapat media promosi wisata pada Pantai Napa.

Kata Kunci—*Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Kepuasan Wisatawan, Produk Wisata.*

I. PENDAHULUAN

KABUPATEN Sampang merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang sebagian besar wilayahnya pesisir pantai. Adapun batas wilayah Kabupaten Sampang, di utara berbatasan dengan Laut Jawa, di sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Pamekasan, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Bangkalan dan sebelah selatan dengan Selat Madura. Kabupaten Sampang memiliki potensi sumber daya alam yang sangat menunjang kelangsungan hidup dan pertumbuhan kepariwisataan daerah yang secara kompetitif diharapkan mampu memiliki daya saing dan nilai lebih dari wilayah yang lain. Selain itu Kabupaten Sampang memiliki beberapa obyek wisata alam yang sangat potensial untuk program jangka panjang, seperti Pantai Camplong, Pantai Toroan, Pantai Lon-malang, dan Pantai Napa. Hal ini



Gambar 1. Diagram *importance performance analysis*.

Tabel 1.
Kriteria *customer satisfaction index*

Kriteria CSI	Nilai CSI
Sangat memuaskan	81%-100%
Memuaskan	66%-80,99%
Cukup memuaskan	51%-65,99%
Kurang memuaskan	35%-50,99%
Sangat tidak memuaskan	0%-34,99%

Tabel 2.
Alokasi sampel

No Stratum	Stratum	Populasi	Sampel Terpilih
1	Pantai Lon-malang	5.790	52
2	Pantai Camplong	1.287	12
3	Pantai Toroan	1.296	12
4	Pantai Napa	405	4

menjadikan Kabupaten Sampang memiliki potensi wisata pantai yang menarik dan wisata kuliner laut yang khas. Tentunya, dapat menumbuhkan perekonomian di Kabupaten Sampang.

Berdasarkan data yang di dapatkan dari Dinas Kepariwisata Kabupaten Sampang, tercatat bahwa jumlah kunjungan wisatawan di wisata pantai lebih banyak dibandingkan dengan wisata selain pantai. Dikarenakan wisata pantai cenderung lebih diminati oleh wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Sampang.

Mengukur tingkat kepuasan wisatawan dapat dijadikan sebagai salah satu tolak ukur keberhasilan pengembangan pariwisata [1]. *Importance Performance Analysis* digunakan untuk mengetahui faktor-faktor penting yang dapat meningkatkan kepuasan. Kepuasan tersebut dapat diukur dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan wisatawan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Index dalam CSI memiliki rentang dari 0-100%, jika index menunjukkan 100% maka wisatawan puas. Semakin turun nilai index maka kepuasan dari wisatawan juga menurun.

Tabel 3.
Struktur data

Resp ke-	Harapan (H)					Kenyataan (K)				
	X ₁	X ₂	X ₃	...	X ₂₈	X ₁	X ₂	X ₃	...	X ₂₈
1	H _(1,1)	H _(1,2)	H _(1,3)	...	H _(1,28)	K _(1,1)	K _(1,2)	K _(1,3)	...	K _(1,28)
2	H _(2,1)	H _(2,2)	H _(2,3)	...	H _(2,28)	K _(2,1)	K _(2,2)	K _(2,3)	...	K _(2,28)
3	H _(3,1)	H _(3,2)	H _(3,3)	...	H _(3,28)	K _(3,1)	K _(3,2)	K _(3,3)	...	K _(3,28)
4	H _(4,1)	H _(4,2)	H _(4,3)	...	H _(4,28)	K _(4,1)	K _(4,2)	K _(4,3)	...	K _(4,28)
5	H _(5,1)	H _(5,2)	H _(5,3)	...	H _(5,28)	K _(5,1)	K _(5,2)	K _(5,3)	...	K _(5,28)
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
80	H _(80,28)	H _(80,28)	H _(80,28)	...	H _(80,28)	K _(80,28)	K _(80,28)	K _(80,28)	...	K _(80,28)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang perlu diperbaiki oleh pemerintah untuk meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap produk wisata pantai di Kabupaten Sampang. Data yang didapat akan dianalisis menggunakan *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. Dengan dilakukan analisis kepuasan wisatawan terhadap produk wisata di kabupaten Sampang diharapkan menjadi pertimbangan pemerintah kota Surabaya dalam mengambil keputusan mengenai evaluasi dalam meningkatkan kualitas produk wisata pantai di Kabupaten Sampang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. *Importance Performance Analysis*

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa. *Importance Performance Analysis* mempunyai fungsi dalam menampilkan informasi tentang faktor penting yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan atau perlu diperbaiki karena menurut konsumen belum memuaskan.

Diagram *Importance Performance Analysis* dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus (\bar{X} dan \bar{Y}) Pembagian daerah tersebut didasarkan pada perpotongan dua buah garis secara tegak lurus pada titik \bar{X}_k dan \bar{Y}_k , yang didapat dengan rumus yang ditunjukkan pada persamaan 1.

$$\bar{X}_k = \frac{\sum_{j=1}^j \bar{X}_{jk}}{j}, \text{ dan } \bar{Y}_k = \frac{\sum_{j=1}^j \bar{Y}_{jk}}{j} \tag{1}$$

dengan \bar{X}_k adalah grandmean dari skor penilaian kinerja pada dimensi ke- k, \bar{Y} adalah grandmean dari skor penilaian harapan pada dimensi ke- k, dan j adalah banyaknya atribut yang mempengaruhi tingkat kenyataan, dimana nilai \bar{X}_k dan \bar{Y}_k didapatkan dari persamaan 2.

$$\bar{X}_k = \frac{\sum_{j=1}^j \bar{X}_{jk}}{j}, \text{ dan } \bar{Y}_k = \frac{\sum_{j=1}^j \bar{Y}_{jk}}{j} \tag{2}$$

Dengan \bar{X}_{jk} adalah rata-rata dari skor penilaian tingkat kenyataan atribut ke-j pada dimensi ke-k, \bar{Y}_{jk} adalah rata-rata dari skor penilaian tingkat harapan atribut ke-j pada dimensi ke-k, dan n adalah jumlah responden.

Untuk menempatkan tiap atribut maka digunakan diagram *Importance Performance Analysis* agar lebih mempermudah dalam memahami informasi seperti pada Gambar 1.

B. Uji Perbandingan Rata-Rata Data Berpasangan

Uji perbandingan rata-rata dua sampel berpasangan adalah salah satu metode pengujian yang digunakan untuk mengkaji

keefektifan perlakuan, ditandai adanya perbedaan rata-rata sebelum dan rata-rata sesudah diberikan perlakuan [2], dimana uji perbandingan rata-rata data berpasangan dengan hipotesis:

$$H_0 : (\mu_1 - \mu_2) = 0 \text{ atau } \mu_D = 0$$

$$H_1 : (\mu_1 - \mu_2) \neq 0 \text{ atau } \mu_D \neq 0$$

H_0 ditolak apabila nilai $t_{hitung} > t_{(\alpha;n-1)}$ dan *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi (α), Dimana statistik uji ditunjukkan pada persamaan 3.

$$t = \frac{\bar{D} - \delta}{S_D / \sqrt{n}} \tag{3}$$

dengan persamaan \bar{D} dan S_D sebagai berikut:

$$\bar{D} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^i D_i \tag{4}$$

$$S_D = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (d_i - \bar{d})^2}{n-1}} \tag{5}$$

dengan D_i adalah adalah perbandingan data berpasangan pada responden ke-*i* ($i = 1, 2, 3, \dots, 80$), \bar{D} adalah rata-rata perbandingan data berpasangan, S_D adalah Standar deviasi perbandingan data berpasangan, dan *n* adalah jumlah sampel.

C. *Customer Satisfaction Index*

Model *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan melihat tingkat kenyataan dan tingkat harapan dari atribut-atribut pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan [3]. Adapun persamaan dalam menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu *Weighted Total* (WT) dibagi *Highest Scale* (HS) yang digunakan dikalikan 100%, yang ditunjukkan pada persamaan 6.

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\% \tag{6}$$

dengan HS adalah skor maksimum pada skala likert yang digunakan (*Highest Scale*).

Kriteria tingkat angka indeks kepuasan yang didapatkan dibagi menjadi lima tingkatan [4], yang ditunjukkan pada Tabel 1.

D. Kualitas Produk Wisata

Kualitas produk wisata adalah hasil persepsi dari konsumen terhadap produk wisata di suatu daerah setelah membandingkan antara harapan yang diinginkan dengan manfaat ataupun fungsi dari produk tersebut setelah dikonsumsi atau digunakan. Kualitas produk wisata merupakan unsur penting yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam memilih suatu objek wisata [5]. Dimensi kualitas produk wisata menurut [6] yaitu:

Tabel 4.
Variabel penelitian

Variabel	Keterangan	Skala
Jenis Kelamin	0 : Laki-laki 1 : Perempuan	Nominal
Usia	-	Rasio
Pekerjaan	0 : Tidak bekerja/ibu rumah tangga 1 : pedagang 2 : Petani 3 : PNS/TNI/POLRI 4 : Lainnya	Nominal
Pendidikan Terakhir	0 : ≤ SD 1 : SMP 2 : SMS 3 : ≥ Diploma/Sarjana	Ordinal

Tabel 5.
Nilai customer satisfaction index pantai sampang

Pantai	Nilai CSI
Pantai Lon-malang	73,58%
Pantai Camplong	80,32%
Pantai Toroan	90,08%
Pantai Nepa	70,74%
Pantai Keseluruhan	76,44%

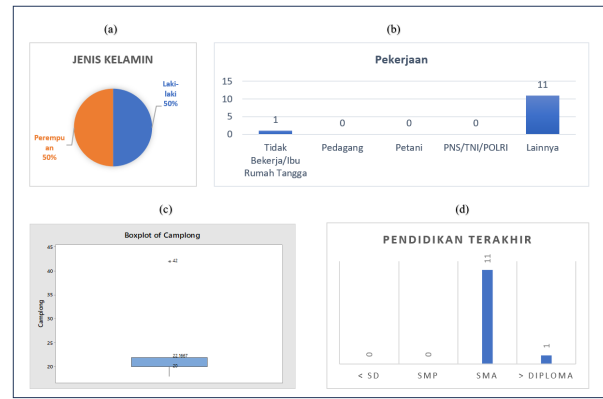
1. Daya tarik objek wisata (*attraction*) adalah segala sesuatu disuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan [7].
2. Aksesibilitas (*accessibility*) adalah lokasi yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum. Indikator dari aksesibilitas yaitu, jarak (akses ke tempat wisata), transportasi [8].
3. Kenyamanan (*amenities*) adalah fasilitas yang digunakan wisatawan untuk beristirahat dan bersantai serta menginap selama melakukan kunjungan kesuatu destinasi [6].
4. Fasilitas pendukung (*ancillary services*) merupakan ketersediaan fasilitas umum yang dapat digunakan oleh wisatawan guna mendukung terselenggaranya suatu kegiatan kepariwisataan seperti ATM, bank, rumah sakit, telekomunikasi, dan yang lainnya [4]

III. METODOLOGI PENELITIAN

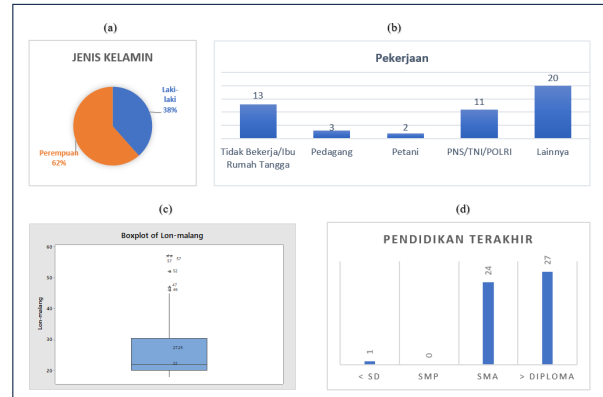
A. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh dari survey terhadap wisatawan yang berkunjung ke wisata pantai di Kabupaten Sampang menggunakan kuesioner. Survey dilakukan pada bulan september sampai bulan desember di kabupaten sampang.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling acak Stratifikasi [9], dengan populasinya adalah wisatawan yang berkunjung ke wisata pantai di Kabupaten Sampang, yang dimana jumlah populasinya adalah 4 stratum yaitu Pantai Camplong, Pantai Nepa, Pantai Toroan dan Pantai Lon-malang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% dan proporsi ditentukan sebesar 0,5. Penelitian ini ditentukan batas kekeliruan sebesar 0,11. Persamaan hitung sampel metode stratifikasi seperti pada persamaan 7, 8, dan 9.



Gambar 2. Karakteristik wisatawan pantai camplong.



Gambar 3. Karakteristik wisatawan pantai lon-malang.

$$n = \frac{\sum_{h=1}^L \frac{N_h^2 \hat{p}_h \hat{q}_h}{\omega_h}}{N^2 D + \sum_{h=1}^L N_h \hat{p}_h \hat{q}_h} = \frac{21338839,11}{269056,1} = 79,312 \approx 80 \quad (7)$$

$$D = \left(\frac{B}{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}} \right)^2 \quad (8)$$

$$\omega_h = \frac{n_h}{n} \approx \frac{N_h}{N} \quad (9)$$

dengan N_h merupakan populasi pada stratum ke- h ($h = 1, 2, 3, 4$), p_h merupakan proporsi kepuasan wisatawan pada stratum ke- h ($h = 1, 2, 3, 4$), q_h merupakan proporsi ketidakpuasan wisatawan pada stratum ke- h ($h = 1, 2, 3, 4$), B merupakan batas kekeliruan, dan Z merupakan nilai dari tabel distribusi normal ($Z_{1-0,025} = 1,96$).

Pengambilan sampel untuk masing-masing strata menggunakan alokasi proporsional dengan menggunakan persamaan 10.

$$n_h = n \frac{N_h}{N} = n \times \omega_h \quad (10)$$

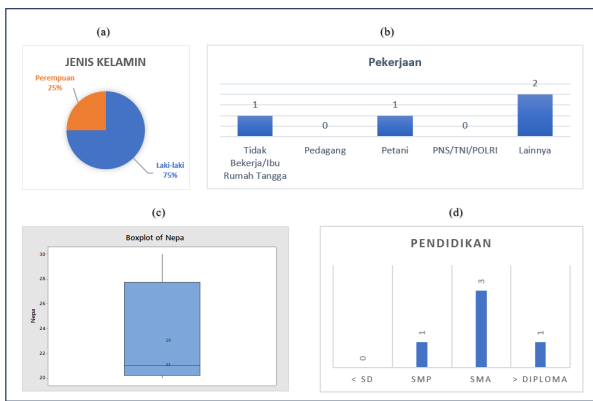
Sehingga alokasi sampel pada masing-masing stratum serta urutan responden dijelaskan pada Tabel 2.

B. Struktur Data

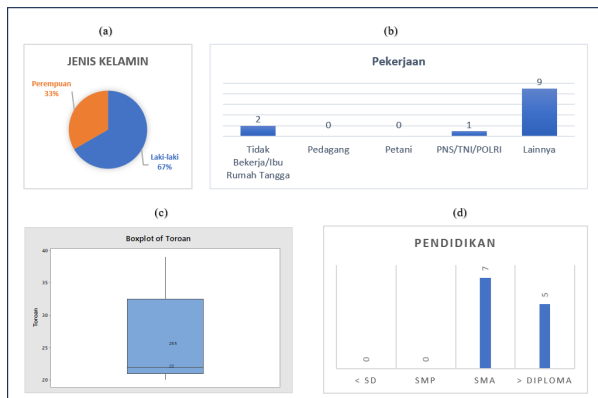
Struktur data dalam penelitian analisis kepuasan wisatawan terhadap produk wisata pantai di Kabupaten Sampang ditunjukkan pada Tabel 3.

C. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel demografi dan variabel dimensi. Berikut merupakan variabel demografi yang ditunjukkan pada Tabel 4.



Gambar 4. Karakteristik wisatawan pantai nepa.

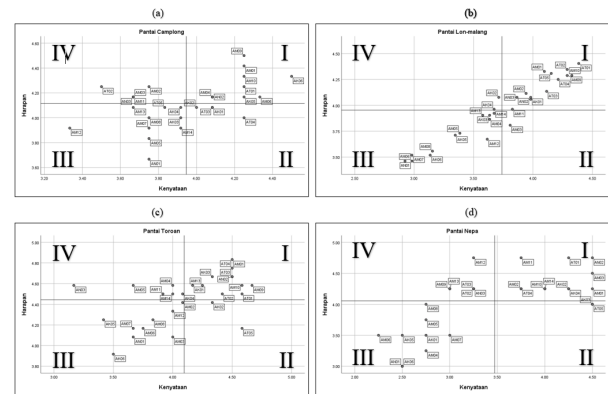


Gambar 5. Karakteristik wisatawan pantai toroan.

Sedangkan untuk mengetahui kepuasan wisatawan dapat diukur dengan menggunakan variabel dimensi kualitas produk wisata berikut ini:

1. Dimensi Atraksi terdiri dari 5 atribut yaitu keindahan pemandangan alam, kebersihan lingkungan, kenyamanan objek wisata, kesejukan tempat wisata, dan harga yang ditawarkan.
2. Dimensi Aksesibilitas terdiri dari 6 atribut yaitu kondisi jalan menuju wisata, rambu/penunjuk jalan menuju wisata, kondisi rambu lalu lintas menuju wisata, kemudahan akses internet, tersedia transportasi umum menuju wisata, dan jarak penginapan/hotel dari lokasi wisata.
3. Dimensi Amenitas terdiri dari 14 atribut yaitu tersedia rumah atau warung makan, cita rasa makanan, kesesuaian tingkat harga makanan, terdapat toko souvenir atau cinderamata, keberagaman souvenir atau cinderamata yang dijual, tersedia penginapan di sekitar wisata, kesesuaian tingkat harga penginapan, kebersihan kamar penginapan, tersedia lahan parkir yang memadai, keamanan tempat parkir, tersedia toilet yang memadai, kebersihan toilet, tersedia tempat sampah yang memadai, dan terdapat rambu keamanan pada objek wisata.
4. Dimensi Ansilari terdiri dari 3 atribut yaitu terdapat bank/atm di sekitar lokasi wisata, keramahan warga sekitar objek wisata, dan terdapat media promosi wisata.

Skala yang digunakan adalah skala likert yang diberi nilai pada setiap kategori dengan interval 1-5 yang menjelaskan bahwa responden diminta untuk menentukan pendapatnya pada suatu obyek dengan memberikan tanda centang pada



Gambar 6. Importance performance analysis pantai sampang.

garis interval 1-5, dimana nilai 1 menandakan sangat tidak puas sedangkan nilai 5 menandakan sangat puas.

D. Langkah Analisis

Langkah analisis yang akan dilakukan pada analisis kepuasan wisatawan terhadap produk wisata pantai di Kabupaten Sampang adalah sebagai berikut:

1. Menentukan populasi wisatawan
2. Menentukan jumlah sampel
3. Menguji validitas dan reliabilitas kuesioner
4. Melakukan karakteristik wisatawan
5. Menghitung indeks kepuasan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index*
6. Melakukan analisis *Importance Performance Analysis*
7. Menginterpretasikan hasil analisis
8. Menghasilkan kesimpulan dan saran.

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Wisata Pantai Sampang

Karakteristik wisatawan pantai Kabupaten Sampang yang ditampilkan berdasarkan tiap pantai yang dikunjungi oleh wisatawan, yang terdiri dari 4 pantai yaitu pantai Camplong, pantai Lon-malang, pantai Nipa dan pantai Toroan.

1) Pantai Camplong

Karakteristik wisatawan pantai Camplong yang dijelaskan meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan yang dilakukan eksplorasi data dalam bentuk *boxplot*, *barchart* dan *pie chart* seperti pada Gambar 2.

Gambar 2 (a) menunjukkan bahwa wisatawan pantai Camplong baik berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan memiliki persentase yang sebanding sebesar 50%.

Gambar 2 (b) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Camplong kebanyakan bekerja sebagai lainnya yang terdiri dari pekerja swasta dan mahasiswa dengan jumlah sebanyak 11 orang. Sedangkan wisatawan yang tidak bekerja/ibu rumah tangga sebanyak 1 orang. Dan tidak terdapat wisatawan yang bekerja sebagai pedagang, petani, ataupun PNS/TNI/POLRI.

Gambar 2 (c) menunjukkan bahwa terdapat 1 data outlier yakni sebesar 42. Berdasarkan ukuran boxplot dapat dikatakan bahwa usia wisatawan di pantai Camplong memiliki keragaman yang cukup kecil jika dilihat dari luas boxplotnya. Rata-rata usia wisatawan pantai Camplong sebesar 22,1667.

Gambar 2 (d) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Camplong kebanyakan pendidikan terakhir SMA dengan jumlah sebanyak 11 orang. Sedangkan wisatawan yang pendidikan terakhir lebih dari diploma atau sarjana sebanyak 1 orang. Dan tidak terdapat wisatawan yang pendidikan terakhir SMP ataupun kurang dari SD.

2) Pantai Lon-Malang

Karakteristik wisatawan pantai Lon-malang yang dijelaskan meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan yang dilakukan eksplorasi data dalam bentuk *boxplot*, *barchart* dan *pie chart* seperti pada Gambar 3.

Gambar 3 (a) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Lon-malang kebanyakan berjenis kelamin perempuan sebesar 62% daripada yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 38%.

Gambar 3 (b) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Lon-malang kebanyakan bekerja sebagai lainnya yang terdiri dari wiraswasta, tenaga honorer, pegawai swasta, guru dan mahasiswa dengan jumlah sebanyak 20 orang. Sedangkan wisatawan yang tidak bekerja/ibu rumah tangga sebanyak 13 orang, bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 11 orang, bekerja sebagai Pedagang sebanyak 3 orang dan bekerja sebagai Petani sebanyak 2 orang.

Gambar 3 (c) menunjukkan bahwa terdapat 5 data outlier yakni sebesar 46, 47, 52, 57, 57. Berdasarkan ukuran *boxplot* dapat dikatakan bahwa usia wisatawan di pantai Lon-malang memiliki keragaman yang cukup besar jika dilihat dari luas *boxplot*-nya. Rata-rata usia wisatawan pantai Lon-malang sebesar 27,25.

Gambar 3 (d) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Lon-malang kebanyakan pendidikan terakhir lebih dari diploma dengan jumlah sebanyak 27 orang. Sedangkan wisatawan yang pendidikan terakhir SMA sebanyak 24 orang, Pendidikan terakhir kurang dari SD sebanyak 1 orang. Dan tidak terdapat wisatawan yang berpendidikan terakhir SMP.

3) Pantai Nepa

Karakteristik wisatawan pantai Nepa yang dijelaskan meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan yang dilakukan eksplorasi data dalam bentuk *boxplot*, *barchart* dan *pie chart* seperti pada Gambar 4.

Gambar (4a) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Nepa kebanyakan berjenis kelamin laki-laki sebesar 75% daripada yang berjenis kelamin perempuan sebesar 25%.

Gambar 4 (b) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Nepa kebanyakan bekerja sebagai lainnya yang terdiri dari mahasiswa dengan jumlah sebanyak 2 orang. Sedangkan wisatawan yang tidak bekerja/ibu rumah tangga sebanyak 1 orang, bekerja sebagai petani sebanyak 1 orang. Dan tidak terdapat wisatawan yang bekerja sebagai pedagang ataupun PNS/TNI/POLRI.

Gambar 4 (c) menunjukkan bahwa tidak terdapat data outlier. Berdasarkan ukuran *boxplot* dapat dikatakan bahwa usia wisatawan di pantai Nepa memiliki keragaman yang besar jika dilihat dari luas *boxplot*-nya. Rata-rata usia wisatawan pantai Nepa sebesar 23.

Gambar 4 (d) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Nepa kebanyakan pendidikan terakhir SMA dengan jumlah sebanyak 3 orang. Sedangkan wisatawan yang

pendidikan terakhir lebih dari diploma atau sarjana sebanyak 1 orang, pendidikan terakhir SMP sebanyak 1 orang Dan tidak terdapat wisatawan yang pendidikan terakhir kurang dari SD.

4) Pantai Toroan

Karakteristik wisatawan pantai Toroan yang dijelaskan meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan yang dilakukan eksplorasi data dalam bentuk *boxplot*, *barchart* dan *pie chart* seperti pada Gambar 5.

Gambar 5 (a) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Kabupaten Sampang kebanyakan berjenis kelamin laki-laki sebesar 67% daripada yang berjenis kelamin perempuan sebesar 33%.

Gambar 5 (b) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Toroan kebanyakan bekerja sebagai lainnya yang terdiri dari pegawai swasta, tenaga honorer dan mahasiswa dengan jumlah sebanyak 9 orang. Sedangkan wisatawan yang tidak bekerja/ibu rumah tangga sebanyak 2 orang, bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 1 orang. Dan tidak terdapat wisatawan yang bekerja sebagai pedagang, petani, ataupun PNS/TNI/POLRI.

Gambar 5 (c) menunjukkan bahwa tidak terdapat data outlier. Berdasarkan ukuran *boxplot* dapat dikatakan bahwa usia wisatawan di pantai Toroan memiliki keragaman yang besar jika dilihat dari luas *boxplot*-nya. Rata-rata usia wisatawan pantai Toroan sebesar 25,5.

Gambar 5 (d) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan pantai Toroan kebanyakan pendidikan terakhir SMA dengan jumlah sebanyak 7 orang. Sedangkan wisatawan yang pendidikan terakhir lebih dari diploma atau sarjana sebanyak 5 orang. Dan tidak terdapat wisatawan yang pendidikan terakhir SMP ataupun kurang dari SD.

B. Importance Performance Analysis Pantai Sampang

Importance performance analysis (IPA) digunakan untuk memetakan hubungan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan dari masing-masing atribut dan kesenjangan antara tingkat kenyataan dengan tingkat harapan. *Importance performance analysis* dapat menampilkan informasi mengenai faktor-faktor kualitas pelayanan yang menurut wisatawan sangat mempengaruhi kepuasan serta faktor-faktor pelayanan yang perlu diperbaiki karena masih belum memuaskan. *Importance performance analysis* Pantai Sampang ditampilkan dengan diagram kartesius seperti pada Gambar 6.

Gambar 6 (a) menunjukkan hasil dari *Importance Performance Analysis* pantai Camplong. Adapun atribut yang harus dipertahankan kinerjanya yaitu keindahan pemandangan alam, tersedia transportasi umum menuju wisata, jarak penginapan atau hotel dari lokasi wisata, tersedia rumah atau warung makan, terdapat toko souvenir atau cinderamata, tersedia penginapan di sekitar wisata, tersedia lahan parkir yang memadai, keamanan tempat parkir, dan keramahtamahan warga sekitar objek wisata. Sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu kebersihan lingkungan, cita rasa makanan, kesesuaian tingkat harga makanan, tersedia toilet yang memadai, dan terdapat media promosi wisata.

Gambar (6b) menunjukkan hasil dari *Importance Performance Analysis* pantai Lon-malang. Adapun atribut yang harus dipertahankan kinerjanya yaitu keindahan

pemandangan alam, kebersihan lingkungan, kenyamanan objek wisata, kesejukan tempat wisata, harga yang ditawarkan, kondisi jalan menuju wisata, tersedia rumah atau warung makan, cita rasa makanan, tersedia lahan parkir yang memadai, keamanan tempat parkir, tersedia toilet yang memadai, keramahamahaman warga sekitar objek wisata, dan terdapat media promosi wisata. Sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu rambu atau penunjuk jalan menuju wisata dan kemudahan akses internet.

Gambar 6 (c) menunjukkan hasil dari *Importance Performance Analysis* pantai Toroan. Adapun atribut yang harus dipertahankan kinerjanya yaitu keindahan pemandangan alam, kebersihan lingkungan, kenyamanan objek wisata, kesejukan tempat wisata, kondisi jalan menuju wisata, kondisi rambu lalu lintas menuju wisata, tersedia rumah/warung makan, tersedia lahan parkir yang memadai, keamanan tempat parkir, tersedia tempat sampah yang memadai, dan keramahamahaman warga sekitar objek wisata. Sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu kemudahan akses internet, terdapat toko souvenir atau cinderamata, keberagaman souvenir atau cinderamata yang dijual, tersedia toilet yang memadai, terdapat rambu keamanan pada objek wisata, dan terdapat media promosi wisata.

Gambar 6 (d) menunjukkan hasil dari *Importance Performance Analysis* pantai Nepa. Adapun atribut yang harus dipertahankan kinerjanya yaitu keindahan pemandangan alam, kesejukan tempat wisata, rambu atau penunjuk jalan menuju wisata, kemudahan akses internet, tersedia rumah atau warung makan, cita rasa makanan, kesesuaian tingkat harga makanan, keamanan tempat parkir, tersedia toilet yang memadai, terdapat rambu keamanan pada objek wisata, dan keramahamahaman warga sekitar objek wisata. Sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya yaitu kebersihan lingkungan, kenyamanan objek wisata, tersedia lahan parkir yang memadai, kebersihan toilet, tersedia tempat sampah yang memadai, dan terdapat media promosi wisata.

C. Uji Perbandingan Rata-Rata Data Berpasangan

Uji perbandingan rata-rata untuk mengetahui perbandingan rata-rata antara harapan dengan kenyataan pada wisatawan yang berkunjung di wisata pantai di Kabupaten Sampang .

Hasil uji perbandingan rata-rata di dapatkan bahwa atribut kebersihan lingkungan, kondisi jalan menuju wisata, rambu/penunjuk jalan menuju wisata, kondisi rambu lalu lintas menuju wisata, kemudahan akses internet, jarak penginapan/hotel dari lokasi wisata, tersedia rumah/warung makan, cita rasa makanan, terdapat toko souvenir/cinderamata, keberagaman souvenir/cinderamata yang dijual, tersedia penginapan di sekitar wisata, kesesuaian tingkat harga penginapan, kebersihan kamar penginapan, tersedia toilet yang memadai, kebersihan toilet, tersedia tempat sampah yang memadai, terdapat rambu keamanan pada objek wisata, terdapat bank/atm di sekitar lokasi wisata, dan terdapat media promosi wisata mempunyai nilai t hitung lebih besar dari $t_{(0,05;78)}$ sebesar 1,664 sehingga H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh antara kenyataan dengan harapan wisatawan di wisata pantai atau kedua perlakuan yang dibandingkan yaitu harapan dan kenyataan adalah tidak

sama. Sehingga atribut tersebut perlu diprioritaskan agar harapan yang diinginkan oleh wisatawan sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Sedangkan untuk atribut yang tidak berpengaruh, perlu dipertahankan karena tidak terdapat perbedaan sehingga harapan yang diinginkan oleh wisatawan sesuai dengan pelayanan yang diberikan di wisata pantai Kabupaten Sampang.

D. Customer Satisfaction Index

Customer Satisfaction Index digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan responden secara menyeluruh. Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kenyataan tingkat kepuasan pengunjung wisatawan. Nilai *Customer Satisfaction Index* pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai CSI tertinggi pada Pantai Toroan sebesar 90,08%. Nilai CSI pada Pantai Camplong sebesar 80,32%, pantai Lon-malang sebesar 73,58%, dan Pantai Nepa sebesar 70,74%. Nilai CSI pada Pantai Toroan berada pada kriteria sangat puas. Sedangkan Pantai lainnya berada pada kriteria puas. Dapat disimpulkan yaitu secara keseluruhan pantai, wisatawan merasa puas terhadap produk wisata pantai di Kabupaten Sampang, dengan nilai CSI sebesar 76,44%.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut: (1) Wisatawan merasa puas terhadap Pantai Camplong, Pantai Lon-malang, dan Pantai Nepa. Sedangkan pada Pantai Toroan, Wisatawan sangat puas atas pelayanan yang diberikan. (2) Faktor-faktor yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan pantai di Kabupaten Sampang berdasarkan uji perbandingan rata-rata yaitu kebersihan lingkungan, kondisi jalan menuju wisata, rambu/penunjuk jalan menuju wisata, kondisi rambu lalu lintas menuju wisata, kemudahan akses internet, jarak penginapan/hotel dari lokasi wisata, tersedia rumah/warung makan, cita rasa makanan, terdapat toko souvenir/cinderamata, keberagaman souvenir/cinderamata yang dijual, tersedia penginapan di sekitar wisata, kesesuaian tingkat harga penginapan, kebersihan kamar penginapan, tersedia toilet yang memadai, kebersihan toilet, tersedia tempat sampah yang memadai, terdapat rambu keamanan pada objek wisata, terdapat bank/atm di sekitar lokasi wisata, dan terdapat media promosi wisata. sedangkan berdasarkan *importance performance analysis* yaitu rambu/penunjuk jalan menuju wisata dan kemudahan akses internet pada pantai lon-malang. kebersihan lingkungan, cita rasa makanan, kesesuaian tingkat harga makanan, tersedia toilet yang memadai, dan terdapat media promosi wisata pada pantai camplong. kemudahan akses internet, terdapat toko souvenir/cinderamata, keberagaman souvenir/cinderamata yang dijual, tersedia toilet yang memadai, terdapat rambu keamanan pada objek wisata, dan terdapat media promosi wisata pada pantai toroan. kebersihan lingkungan, kenyamanan objek wisata, tersedia lahan parkir yang memadai, kebersihan toilet, tersedia tempat sampah yang memadai, dan terdapat media promosi wisata pada Pantai Nepa.

Saran bagi pemerintah ataupun pengelola pantai di Kabupaten Sampang untuk memperhatikan masalah

kebersihan lingkungan pantai dengan menyediakan fasilitas tempat sampah yang memadai serta perlunya media promosi pada setiap pantai yang terdapat di Kabupaten Sampang sebagai ajang promosi. Hal ini perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap produk wisata pantai di Kabupaten Sampang, sehingga diharapkan wisatawan yang telah berkunjung dapat puas dan akan kembali berwisata lagi ataupun mengajak wisatawan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. Susetyarini and J. M. Masjhoer, "Pengukuran tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas umum, prasarana umum, dan fasilitas pariwisata di malioboro paska revitalisasi kawasan," *Jurnal Ilmiah Kepariwisata*, vol. 12, no. 1, p. 41, Jan. 2018, doi: 10.47256/kji.v12i1.493.
- [2] M. A. Widiyanto, *Statistika Terapan : Konsep & Aplikasi SPSS dalam Penelitian Pendidikan, Psikologi & Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013, ISBN: 9786020219318.
- [3] A. U. Sumaga, "Analisis kepuasan pengguna jasa terhadap penerapan manajemen rekayasa konstruksi profesional ruko di kawasan bussiness park kota gorontalo," *Jurnal Ilmiah Media Engineering*, vol. 3, no. 1, pp. 6–13, 2013.
- [4] Handi Irawan D., *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003, ISBN: 9792047964.
- [5] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran - Jilid 1*, 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2011, ISBN: 9789790339354.
- [6] B. Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Inonesia*. Yogyakarta: Gava Media, 2013, ISBN: 6027869208.
- [7] I. G. B. R. Utama, *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish, 2014, ISBN: 978-602-280-781-0.
- [8] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2014, ISBN: 978-979-29-4417-4.
- [9] D. Susilaningrum, *Teknik Pengambilan Sampel untuk Peneliti dan Pemula*. Surabaya: Kanzun Books, 2018, ISBN: 978-602-6326-36-6.