

Atribut Wisata, Pemasaran Berbasis Media Sosial, dan Kepuasan Wisatawan pada Pantai Lasiana Kupang

MARIA
MARIA B. RINGA
KRYSLER K. ADOE

Politeknik Negeri Kupang Jurusan Adm. Bisnis.
email : m_maria66@ymail.com

Diterima 21 Januari 2018; disetujui 12 Februari 2018;

***Abstract:** Known as a superior tourist icon of Kupang, Lasiana Beach still keeps its management problems in its tremendous potential. The objectives of this research are: 1) To explore the existing tourist attraction attributes provided by the local government in the future for Lasiana Beach area; 2) Knowing the existence of tourist attractions, facilities and services, access to tourist destinations, and the prevailing prices related to the satisfaction of tourists at Lasiana Beach; 3) Knowing the level of satisfaction of domestic and foreign tourists who have experience with Lasiana Beach tourist area and its relation to available tourist attribute; and 4) Developing a conducive model of tourism attributes and their relationship to the satisfaction of tourists in the Lasiana Beach. This research is conducted by in-depth interview and FGD (Focus Group Discussion) by taking informants from foreign tourists, local district government and local community., Triangulation of data and examination of the validity of data directly by the Research Team. The result of this research is the model that is produced for the innovation on the attribute of a good tourist attraction, improvement of facility and service, improvement of accessibility and adjustment of price is expected to give guarantee of the satisfaction of tourist, especially followed by implementation of marketing strategy such as promotion service mix, especially media usage strategy advertising media such as social media based marketing with optimal budgeting to increase the rate of tourist arrivals to Lasiana Beach attractions.*

***Keywords:** satisfaction of wisatawan, attribute of tourism object*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh kesenangan dimana wisatawan harus mengorganisir dan mengatur perjalanannya sebaik mungkin demi tercapainya tujuan tersebut, (Burns, 1999). Kepariwisata berawal saat terjadi perpindahan orang atau turis dari tempat domisili/ asal ke suatu wilayah lain atau tempat wisata dan pengalamannya selama berwisata serta kembali ke tempat asalnya.

Masalah terbesar dalam mendefinisikan kepariwisataan sebagai suatu industri adalah ketiadaannya fungsi produksi formal yang dapat diukur secara fisik (Lickorish & Jenkins, 1997). Sejalan bersama argument di atas, UU No 10/ Th. 2009 mendefinisikan keparawisataan 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.

Kesempatan kerja bagi orang-orang terampil di bidang ini makin bertambah jumlahnya, pendapatan negara dari sektor pajak dan devisa makin bertambah, keadaan sosial masyarakat yang terlibat dalam sektor ini makin baik dan kebudayaan bangsa makin memperoleh apresiasi (Pendit, 2006).

Sektor pariwisata jelas memberikan devisa yang cukup besar bagi berbagai negara. Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri lebih dari 17.508 pulau atau disebut juga sebagai nusantara atau negara kepulauan/*Archipelago Country*, menyadari pentingnya sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia dikarenakan pertumbuhan pariwisata Indonesia selalu diatas pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan kerja dan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta perluasan sector pariwisata dilakukan dengan tetap memelihara kebudayaan dan jati diri nasional. Untuk itu perlu diambil langkah-langkah dan pengaturan-pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, antara lain bidang promosi, penyediaan fasilitas serta mutu dan kelancaran pelayanan (Soebagyo, 2012).

Selayaknya jenis industri lainnya, dalam industri pariwisata, kepuasan konsumen (dalam hal ini wisdom/wisman), merupakan kunci kesuksesan industri ini. Kepuasan wisatawan mengindikasikan adanya ikatan emosi serta pengalaman yang bersifat positif antara wisatawan dengan tempat wisata. Wisatawan yang merasa puas memiliki kemungkinan untuk kembali datang berkunjung di tempat yang sama atau setidaknya merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada orang-orang yang dikenalnya (Siri, dkk, 2012). Kepuasan konsumen sendiri berarti hasil dari proses konsumsi terhadap suatu produk atau jasa dimana konsumen membandingkan persepsinya dengan harapannya terhadap produk atau jasa yang bersangkutan (Brady dkk, 2005). Kepuasan tersebut berhubungan erat dengan 4 (empat) atribut obyek wisata yaitu atraksi wisata, fasilitas dan pelayanan, akses ke destinasi wisata, serta harga yang berlaku (Ali & Howaidee, 2012).

Dalam observasi awal penulis di daerah Pantai Lasiana, terlihat bahwa jalan yang menghubungkan jalan Timor Raya dengan pantai Lasiana cukup baik

kondisinya, walau terdapat lubang kecil di sana sini. Jalan masuk tersebut masih relatif dapat diperlebar untuk ukuran jalan masuk ke suatu tempat wisata. Belum tersedianya trotoar untuk pejalan kaki, sehingga ke depan perlu untuk diperhatikan. Tidak terlihat pusat informasi yang andal bagi wisatawan, tempat penukaran uang asing, tersedianya tempat berteduh di daerah pantai cukup baik namun kondisi pantai yang masih memerlukan penanganan lanjutan dari tangan tangan jahil dengan grafitinya yang mengotori dinding dan batuan karang tentu saja berpengaruh terhadap persepsi wisatawan akan destinasi wisata andalan Kota Kupang Provinsi NTT ini. Selain jalan, angkutan umum, air bersih, MCK dan listrik yang *notabene* merupakan infrastruktur vital dalam pengembangan suatu daerah wisata masih jauh dari harapan (Ama, 2011). Informasi yang diperoleh dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa banyak wisatawan lokal maupun asing yang ditemui di kawasan Pantai Lasiana mengeluhkan mengenai minimnya fasilitas yang tersedia di kawasan dimaksud (Kreatif, 2014). Penelitian ini dilaksanakan bersama dengan tujuan untuk dapat memberikan manfaat bagi para *stakeholder* terkait untuk pengembangan objek wisata Pantai Lasiana, Kota Kupang Provinsi NTT. Adapun Tujuan penelitian ini adalah Pertama, Identifikasi atribut-atribut obyek wisata yang tersedia dan akan disediakan oleh pemerintah setempat untuk kawasan Pantai Lasiana di masa yang akan datang; Kedua, Untuk mengetahui ketersediaan atraksi wisata, fasilitas dan pelayanan, akses ke destinasi wisata, serta harga yang berlaku dengan kepuasan wisatawan di Pantai Lasiana secara kualitatif maupun kuantitatif; Ketiga, mengukur level kepuasan wisatawan yang memiliki pengalaman dengan kawasan wisata Pantai Lasiana dan kaitannya dengan atribut wisata yang tersedia, dan Keempat, Menyusun suatu model yang komprehensif mengenai atribut wisata dan hubungannya dengan kepuasan wisatawan di kawasan Pantai Lasiana.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Wisatawan. Persaingan dalam industri pariwisata untuk memperebutkan visitasi

wisatawan dengan level yang cukup tinggi bukan saja terjadi antar daerah dalam negara tapi juga antara negara bahkan antar wilayah. Kelebihan suatu obyek wisata dibanding lainnya ditandai berdasarkan kepuasan pengunjung terhadap atribut obyek wisata tersebut, sehingga demi memperoleh kunjungan wisatawan yang tinggi, sejumlah besar obyek wisata baru dan lama berbenah diri. Upaya yang dapat dilakukan oleh pengelola obyek wisata adalah dengan mengadakan riset berkesinambungan agar obyek wisata yang bersangkutan memperoleh keunggulan kompetitif (Pavlic dkk, 2011). Penelitian-penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa kepuasan wisatawan bukanlah satu-satunya faktor penentu keberhasilan manajemen obyek wisata untuk mendatangkan pengunjung lebih banyak lagi di masa mendatang. Menurut Nowacki (2009), walaupun sudah terdapat banyak pernyataan dari peneliti sebelumnya bahwa kepuasan wisatawan merupakan penentu utama dari kesuksesan suatu obyek wisata, namun perlu lebih banyak penelitian lagi dilakukan di sektor ini untuk membuktikan thesis ini. Nowacki menemukan bahwa ternyata manfaat yang diperoleh wisatawan lebih berpengaruh terhadap jumlah pengunjung obyek wisata daripada kepuasan wisatawan. Selanjutnya, Baker & Crompton (2000) menemukan bahwa keinginan untuk kembali berkunjung ke suatu obyek wisata lebih berpengaruh terhadap kesuksesan pariwisata daripada kepuasan wisatawan. Di lain pihak, kepuasan wisatawan merupakan indikator yang dapat menentukan dinamika jumlah pengunjung dari suatu obyek wisata secara umum. Pizman dkk (2009) berpendapat bahwa ketidakpuasan wisatawan terhadap suatu hal sekecil apapun juga dapat berpengaruh besar terhadap keengganan untuk berkunjung kembali ataupun merekomendasikan obyek wisata kepada kerabatnya. Selain itu dapat dikatakan bahwa kepuasan wisatawan adalah hasil interaksi antara pengalaman yang diperoleh selama berada di lokasi wisata dengan harapan yang dimiliki mengenai lokasi wisata dimaksud (Das, D & Sharma. S.K, 2005). Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa apabila level kenyataan setara atau lebih tinggi daripada harapan maka dapat dikatakan bahwa wisatawan merasa puas. Namun, jika level kenyataan berada di bawah harapan maka wisatawan merasa tidak

puas (Chaundary, 2000).

Atribut Obyek Wisata. Karakteristik utama dari kepuasan wisatawan sangat penting untuk membenahan manajemen obyek wisata dan telah ada penelitian-penelitian untuk hal tersebut. Alasan utamanya adalah karena kepuasan wisatawan memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap pemilihan obyek wisata yang ingin dikunjungi, konsumsi produk-produk wisata yang ada di lokasi wisata dan keputusan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata. Beberapa pakar menyebutkan bahwa atribut-atribut wisata yang ada di lokasi wisata merupakan penentu utama dari level kepuasan wisatawan (Kozak & Rimmington, 2000). Bowen & Clarke (2002) menunjukkan bukti beberapa komponen yang mempengaruhi kepuasan wisatawan antara lain: harapan, kenyataan, faktor pelengkap, emosi dan keseimbangan. Masing-masing komponen di atas memiliki karakteristik unik dan berpengaruh terhadap kepuasan. Meng dkk (2008) menyebutkan atribut yang penting bagi kepuasan wisatawan adalah kepentingan, kenyataan, motivasi dan keramah-tamahan. Mereka berpendapat bahwa kenyataan dan keramah-tamahan lebih dominan dibandingkan kedua faktor lainnya. Ali & Howaidee (2012) menyebutkan 4 (empat) atribut obyek wisata yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap obyek wisata bersangkutan, yaitu: atraksi wisata, fasilitas dan pelayanan serta harga. Berikut ini akan diuraikan satu-persatu atribut obyek wisata.

Atraksi wisata adalah komponen yang berkaitan dengan pemilihan obyek wisata dan motivasi dari calon pengunjung. Termasuk di dalamnya adalah: 1) *atraksi alami* (pemandangan darat dan laut, cuaca, flora dan fauna serta fenomena alam lainnya di sekitar obyek wisata); 2) *atraksi buatan* (bangunan sejarah dan modern, monumen, patung, taman, industri arkeologi, pusat perbelanjaan dan sebagainya); 3) *atraksi budaya* (sejarah dan mitos, agama dan seni, tempat hiburan, dan museum); 4) *atraksi sosial* (cara hidup masyarakat lokal dan bahasa).

Fasilitas dan pelayanan merupakan perangkat yang secara fisik terdapat di sekitar obyek wisata dimana pengunjung secara otomatis bersentuhan langsung dengannya dan memiliki pengalaman terlibat di dalamnya. Termasuk di

dalamnya adalah: 1) akomodasi (hotel, vila, apartement, karavan, bungalow); 2) restoran, bar dan café; 3) transportasi; 4) aktifitas olahraga; 5) pelayanan lainnya seperti pusat informasi, penyewaan peralatan dan peraturan selama berwisata di kawasan tersebut.

Akses ke tempat wisata, meliputi alat transportasi secara umum yang dapat digunakan untuk mencapai tempat wisata yang secara langsung maupun tidak langsung menentukan biaya, kecepatan dan kenyamanan yang dapat diperoleh wisatawan. Termasuk di dalamnya adalah 1) infrastruktur (jalan, tempat parkir, airport, kereta api, mobil); 2) perlengkapan (ukuran dan kecepatan dari kendaraan umum; 3) faktor operasional (rute dan keamanan)

Harga, mencakup kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan pemuasan kebutuhan yang dialami oleh wisatawan. Harga yang dipertimbangkan merupakan keseluruhan harga untuk menikmati atraksi wisata, fasilitas dan pelayanan serta akses ke tempat wisata.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan mengambil dan menggali data mengenai atribut obyek wisata yang perlu dikaji secara mendalam yang berkaitan dengan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Lasiana. Perancangan model atribut obyek wisata dan kepuasan wisatawan di Pantai Lasiana di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur, dalam penelitian ini dilakukan dengan menghususkan pada harapan untuk dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan yang diakibatkan oleh kegiatan kegiatan dan usaha usaha pengelolaan dan pengembangan dari semua pihak *stakeholder* di Pantai Lasiana.

Populasi dan Sampel. Peneliti menggunakan metode penelians sumber informasi di dalam penelitian ini terdiri dari 12 orang, yaitu, kepala dinas pariwisata dan kebudayaan kota kupang, kepala desa pantai wisata lasiana, penduduk serta pengrajin gula lempeng, pemilik usaha dan pengelola *cottage* dan wisatawan di pantai lasiana.

Teknik Pengumpulan Data. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode

observasi, wawancara, dokumentasi, dan kegiatan *focus group discussion*. Teknik triangulasi digunakan untuk memverifikasi kebenaran dan keabsahan data.

Tahap Penelitian. Tahap-tahap dalam melakukan penelitian ini dimulai dengan studi pendahuluan kemudian pengumpulan data lalu analisa atribut obyek wisata dan kepuasan wisatawan dan diakhiri dengan pembuatan model atribut obyek wisata.

PEMBAHASAN

Secara geografis Kota Kupang terletak pada 10°36'14"-10°39'58" LS dan 123°32'23"-123°37'01"BT; Luas wilayah 180,27 Km², dengan peruntukan Kawasan Industri 735,57 Ha, permukiman 10.127,40 Ha, Jalur Hijau 5.090,05 Ha, perdagangan 219,70 Ha, pergudangan 112,50 Ha, pertambangan 480 Ha, pelabuhan laut/udara 670,1 Ha, pendidikan 275,67 Ha, pemerintahan/perkantoran 209,47 Ha, lain-lain 106,54 Ha;

Suhu rata-rata di Kota Kupang berkisar antara 23,8 °C sampai dengan 31,6 °C. Tempat-tempat yang letaknya dekat dengan pantai memiliki suhu udara yang rata-rata relatif lebih tinggi. Kelembaban udara rata-rata berkisar antara 73 persen sampai dengan 99 persen. Curah hujan selama tahun 2010 tercatat 1.720,4 mm dan hari hujan sebanyak 152 hari. Curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Januari, yaitu tercatat 598,3 mm, sedangkan hari hujan tertinggi terjadi pada bulan Desember dengan 28 hari hujan. Batas Wilayah Utara berbatasan dengan Teluk Kupang, Timur berbatasan dengan Kabupaten Kupang, Barat berbatasan dengan Selat Semau dan Kabupaten Kupang, sedangkan Selatan berbatasan dengan Kabupaten Kupang, (www.id.wikipedia.org).

Secara umum saat ini Kota Kupang sebuah kota dengan Tingkat prosentase angkatan kerja umur 15 tahun ke atas sebesar 54.03 persen sedangkan tingkat pengangguran terbuka sebesar 14.25 persen, tercatat memiliki kurang lebih 23 destinasi pariwisata potensial yang dapat dikembangkan. Mulai dari Pantai Nunsui, Pantai Batunona, Gua Kristal, Gua Monyet Tenau, Gua Monyet Sasando, Ekowisata Mangrove, Batu kapala Beach, Ketapang Satu Beach, Namosain

Beach, Pantai Teddy's, Pantai Pasir Panjang, Pantai Paradiso, Tugu Jepang Penfui, Makam Raja-Raja Taebenu, Bunker Kolakaha, Gua Meriam Jepang, Gua Jepang, Mata Air Labat dan mata air Amnesi, Benteng Fort Concordia, Taman Budaya NTT, Museum NTT, dan Pantai Lasiana. Dari 23 obyek wisata tersebut 43 % adalah wisata bahari. Hal ini memiliki dampak menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kota Kupang. Berikut ini data kunjungan wisatawan ke Kota Kupang.

Berdasarkan tabel 1 yang berisi data kunjungan wisatawan asing menunjukkan tingkat fluktuasi kunjungan yang naik maupun turun dari tahun 2013 hingga 2016, kecuali tingkat kunjungan wisatawan domestik mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun 2013 hingga tahun 2016 kecuali tahun 2014 terjadi penurunan. Data statistik menunjukkan jumlah hotel/ vila dan homestay sebanyak Kota Kupang memiliki 51 hotel termasuk 23 penginapan tersebar di sekitar Kota Kupang dan hotel sebanyak 27 buah hotel dari bintang 1 hingga bintang 4 di kota Kupang; kisaran harga penginapan berkisar antara Rp. 240.000 hingga Rp. 1.250.000. Berikut adalah hotel-hotel berbintang di Kota Kupang. Hotel berbintang 1 sebanyak 5 hotel, 5 buah Hotel berbintang 2, Hotel berbintang 3 sebanyak 4 hotel dan Hotel berbintang 4 sebanyak 2 hotel. Jumlah restoran besar sebanyak 30 buah sedangkan restoran kecil dan warung sebanyak 332 buah, salon 21 buah, biro perjalanan 70 buah, pengrajin 33 buah dan sanggar 25 buah.

Profil Desa wisata Pantai Lasiana. Desa Lasiana termasuk salah satu kelurahan dari 5 kelurahan di Kecamatan Kelapa Lima yang berpenduduk sekitar 9.151 orang dengan luas wilayah 542,45 Ha merupakan kelurahan dengan luas wilayah terbesar di kecamatan Kelapa Lima

yaitu sebesar 34,82 persen, (BPS Kota Kupang, 2016). Batas wilayah; sebelah utara berbatasan dengan Teluk Kupang, sebelah selatan berbatasan dengan Kelurahan Penfui Timur, sebelah barat berbatasan Kelurahan Oesopo, dan sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Tarus. Jumlah RT. 38 dan Rw 11. Jumlah KK 2.432 KK dengan jumlah penduduk 13.657 jiwa. Laki-laki 7.309 jiwa dan perempuan 6.348 jiwa. Jumlah penerima raskin 543 jiwa untuk nasional dan 91 jiwa untuk raskin daerah. Beasiswa KK miskin 57 jiwa. sarana ibadah sejumlah 6 buah gereja protestan, 2 gereja katolik dan 1 buah masjid.

Sarana kesehatan sejumlah 1 buah puskesmas pembantu, praktek dokter/ bidan 1 buah dan apotik 1 buah serta laboratorium 1 buah. Sebagian besar masyarakat adalah suku Rote Pekerjaan masyarakat sebagian besar adalah petani/ penyadap nira, pembuat gula lempeng, peternak rumahan, nelayan, ojek sepeda motor dan sisanya adalah pegawai negeri sipil, masih asri dan terpelihara tanaman kelapa dan pohon lontarnya. Jajaran pohon lontar dan pohon kelapa terlihat hampir diseluruh wilayah desa terlebih di pantai. Pantai Lasiana dapat dijangkau dari kota kupang dengan beberapa alternatif angkutan umum. Dengan menggunakan angkutan umum, hanya membutuhkan waktu 25 menit dari kota Kupang yang merupakan ibu kota propinsi Nusa Tenggara Timur ke obyek wisata Pantai Lasiana menempuh sekitar 7 km. Selain itu kendaraan alternative seperti ojek sepeda motor dan mobil rental dengan mudah didapatkan baik dari pelabuhan Tenau, Bandar Udara El Tari maupun dari kota Kupang. Terdapat tiga buah TK yaitu Tk Tk Mitra Lasiana, Tk Almaratus Shaliha Dan Tk St. Maria Ratu Karmel, dua SD Negeri yaitu SD Inpres Lasiana dan SDN Beumopu 2 buah

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kota Kupang

No	Wisatawan		Total
	Wisman	Winus	
2013	6.242	179.839	186.081
2014	3.607	149.914	152.521
2015	7.530	184.975	192.505
2016	6.045	203.449	209.494
Total	23.424	718.177	740.601

Sumber Data: BPS Kota Kupang, Propinsi NTT, 2016.

SMP Negeri, SMP Negeri 10 dan 2 SMA/ SMK Negeri yaitu SMU Negeri 9 dan SMKN Pelayaran dan 3 buah perguruan tinggi.

Terdapat 1 buah penginapan tepat di lokasi wisata dan 23 penginapan tersebar di sekitar Kota Kupang dan hotel sebanyak 27 buah hotel dari bintang 1 hingga bintang 4 di kota Kupang; kisaran harga penginapan berkisar antara Rp. 240.000 hingga Rp. 1.250.000. Agen perjalanan sekira 70 agen. Jumlah restoran dan warung makan sejumlah sekira 362 buah. Jumlah hotel dan penginapan di Kecamatan Kelapa Lima dan sekitarnya saat ini mencapai 9 buah, dengan jumlah kamar hampir 750 kamar. Tarif hotel mulai dari ratusan ribu rupiah hingga 1,5 juta rupiah per malam. Terdapat 1 buah pub/ karaoke. Supermarket 1 buah, toko 5 buah, kios 113 buah, dan Rumah makan/ restoran berjumlah 14 buah.

Pengrajin gula lempeng dan gula air, 27 orang. Meskipun beberapa keterbatasan seperti air bersih dari PDAM dan ketersediaan pasokan listrik oleh PLN untuk penerangan yang terbatas, terlebih di akhir tahun pemadaman total listrik untuk jangka waktu tertentu juga terjadi baik siang hari dan malam hari,. Ketersediaan genset untuk listrik di penginapan dan hotel membantu pasokan listrik di saat saat tersebut. Ketersediaan air bersih juga masih perlu diperhatikan untuk mendukung pelayanan kepada konsumen. Bagi warga sekitar memiliki sumur untuk memenuhi kebutuhan air bersih mereka adalah suatu keharusan.

Jumlah toilet umum yang belum memadai di sekitar pantai sesuai dengan jumlah pengunjung pada masa puncak kunjungan dan hari hari libur, sehingga pengelola masih perlu menambah jumlahnya untuk mendukung kebersihan lingkungan sekitar pantai Lasiana. Minimnya penerangan di jalan utama desa, sehingga bila malam tiba jalan jalan desa di sekitar pantai Lasiana sangat gelap. Beberapa ternak warga seperti anjing, babi, kambing dan ayam terlihat masih sering berkeliaran di jalan masuk desa di sekitar pantai Lasiana. Terdapat kafe, tempat makan, kolam renang, panggung hiburan rakyat, arena bermain anak, dan sebuah penginapan. Area parkir yang sangat luas, pula berjajar warung-warung yang menjual makanan dan minuman seperti es kelapa muda, jagung bakar, dan pisang epe bakar.

Lomba dan festival bertaraf lokal dan regional sering diadakan di Pantai Lasiana baik oleh masyarakat, pemerintah daerah maupun pihak swasta. Misalnya pada puncak masa liburan sekolah, pada masa awal atau akhir tahun ajaran sekolah, masa akhir tutup tahun anggaran. Pertemuan pertemuan informal juga sering dilakukan oleh pihak swasta maupun kantor kantor pemerintahan. Lomba-lomba antar sekolah dan organisasi setempat juga sering memeriahkan tempat wisata ini. Seiring sering diadakannya lomba lomba ditempat ini maka beberapa pembenahan dan perbaikan atas beberapa fasilitas dan sarana telah dibenahi dan diperbaiki oleh pengelola tempat wisata Pantai Lasiana untuk menyambut dan melayani para pengunjung.

Atribut Wisata Pantai Lasiana

A. Temuan Penelitian

Peneliti melakukan riset di obyek wisata Pantai Lasiana diawali dengan observasi di obyek wisata Pantai Lasiana, setelah itu sesi wawancara bersama dengan beberapa *informan/ stake holder*, melakukan *focus group discussion*, komparasi studi pustaka dilakukan terkait dengan atribut obyek wisata didapati bahwa: Atribut obyek wisata yang terbagi atas 4 kelompok yaitu atraksi, fasilitas dan pelayanan, akses ke tempat wisata dan harga.

1. Atraksi di Pantai Lasiana terdiri dari :
 - a. Atraksi wisata, dimana daya tarik wisata alam Pantai Lasiana dengan luas 3,4 hektar ini adalah atraksi alami dengan pantai berpasir putihnya yang bersih membentang dari timur ke barat sejauh kurang lebih 3 km. air laut dengan ombak yang tenang seperti pantai utara pulau Timor lainnya. Daya tarik wisata budaya baik itu festival/gelar budaya maupun perlombaan; atraksi buatan yaitu adanya kedai-kedai makanan dan minuman ringan dan fasilitas dan berbagai permainan darat maupun laut.
 - b. Atraksi budaya berupa turnamen dan pameran, turnamen dan pameran ini berlangsung dari bulan Juli hingga Agustus. Seiring waktu dengan ditetapkannya Propinsi Nusa Tenggara Timur saat ini sudah menjadi *New Tourism Territory*, maka Pemerintah Daerah berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kunjungan wisatawan baik

- domestik maupun asing sehingga dapat semakin meningkatkan potensi kunjungan ke pantai Lasiana;
- c. Atraksi sosial, atraksi ini dapat disajikan dengan cara masyarakat untuk mengiris tuak dan nira dari pohon lontar dan pohon nira, cara masyarakat memasak air tuak menjadi gula lempeng dan gula semut. Cara menenun, mewarnai tenunan, menganyam dan lain lain dalam keseharian mereka;
2. Fasilitas dan pelayanan adalah perangkat yang secara fisik terdapat di sekitar obyek wisata dimana pengunjung secara otomatis bersentuhan langsung dengannya dan memiliki pengalaman terlibat di dalamnya. Termasuk di dalamnya seperti, akomodasi (hotel, vila, apartemen, karavan, bungalow) sebanyak 1 buah penginapan tepat di lokasi wisata dan 23 penginapan tersebar di sekitar Kota Kupang dan hotel sebanyak 27 buah hotel dari bintang 1 hingga bintang 4 di kota Kupang; kisaran harga penginapan berkisar antara Rp. 240.000 hingga Rp. 1.250.000. Agen perjalanan sekira 70 agen. Jumlah restoran dan warung makan sejumlah sekira 362 buah. Restoran, bar dan café, sebanyak 14 buah; Air bersih di tiap hotel dan penginapan sudah sangat baik. Namun ketersediaan MCK umum di sekitar wilayah pantai masih minim karena hanya terdapat 2 ruangan MCK, sedangkan petugas pengawas pantai atau *lifeguard* di sepanjang garis Pantai Lasiana juga masih minim dihari hari biasa serta hanya terdapat satu buah rumah pantau untuk penjaga pantai dalam kondisi baik dan juga ternak milik warga yang masih berkeliaran di jalan masuk tempat wisata.
 3. Akses ke tempat wisata, adalah alat transportasi secara umum yang dapat digunakan untuk mencapai tempat wisata yang secara langsung maupun tidak langsung menentukan biaya, kecepatan dan kenyamanan yang dapat diperoleh wisatawan. Termasuk di dalamnya adalah: infrastruktur (akses jalan, tempat parkir, airport, kereta api, mobil); perlengkapan (ukuran dan kecepatan dari kendaraan umum; faktor operasional (rute transportasi dan keamanan). transportasi baik angkutan umum, baik penerbangan dalam satu minggu maupun laut juga 7 hari dalam satu minggu, pagi pukul 09.00 dan siang pukul 14.00, ketersediaan mobil rental dengan rentang harga Rp. 500.000 per hari dalam kota Kupang dan Rp. 750.000 hingga 1.500.000 per hari untuk luar kota Kupang; pusat informasi, di pelabuhan laut baik Pelabuhan Tenau dan di bandar udara Eltari Kupang. Penyewaan peralatan dan peraturan selama berwisata di kawasan tersebut tersedia baik.
 4. Harga, mencakup kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan pemuasan kebutuhan yang dialami oleh wisatawan. Harga yang dipertimbangkan merupakan keseluruhan harga untuk menikmati atraksi wisata, fasilitas dan pelayanan serta akses ke tempat wisata. Harga Tiket cukup terjangkau dari beberapa moda angkutan tersebut. Semisal pesawat udara kisaran harga dari Rp. 450.000 untuk kawasan regional NTT hingga 1.500.000 (terutama musim liburan. Sedangkan kapal feri lambat harga tiket seharga Rp. 75.000 hingga 95.000. Harga tiket feri cepat mulai dari Rp. 145.000 hingga Rp. 160.000. angkutan dalam kota seharga Rp. 2000 dalam kota hingga Rp. 50.000 untuk luar kota. Ojek mulai dari harga Rp. 10.000 – 20.000 dalam kota hingga Rp. 100.000 hingga Rp. 250.000 untuk luar kota
- B. Profil Model Atribut Obyek Wisata Pantai Lasiana dapat dilihat pada gambar 1.
- Strategi Promosi Pariwisata Pantai Wisata “Lasiana” Kota Kupang.** Pemerintah Pusat dan Pemerintah Propinsi Nusa Tenggara Timur serta Pemerintah Kota Kupang, khususnya melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan peneliti memandang kebutuhan mendesak untuk mendongkrak jumlah wisatawan domestik maupun manca negara yang berkunjung ke Pantai kebanggaan masyarakat Kota Kupang ini yang akan berkontribusi kepada peningkatan pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata. Perlunya dipikirkan suatu bentuk strategi promosi obyek wisata di Pantai Lasiana untuk mendukung tujuan tersebut di atas berupa suatu upaya strategi bauran promosi jasa yaitu Strategi Pemasaran berbasis media yang gencar salah satunya melalui jejaring media sosial (*Social Media*) di internet dan melalui smartphone untuk mendongkrak jumlah wisatawan asing dan

wistawan lokal.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan tentang pemodelan atribut wisata pada Pantai Lasiana Kota Kupang, masih sangat diperlukan untuk mengembangkan suatu model atribut wisata yang bertujuan meningkatkan fungsi fungsi atribut wisata Pantai Lasiana Kota Kupang untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun manca negara sehingga diharapkan akan menaikkan tingkat PAD Kota Kupang.

Berikutnya Model Atribut Obyek Wisata Pantai Lasiana Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur harus di sosialisasikan kepada semua perangkat dan pihak terkait untuk mendukung tujuan bersama dalam pengoptimalisasi kunjungan wisatawan ke Pantai Lasiana karena meningkatnya kepuasan wisatawan baik wisatawan local maupun wisatawan manca Negara. Penerapan model ini dirasa tepat dan memerlukan dukungan dari Pemerintah Pusat, Propinsi Nusa Tenggara Timur dan Pemerintah Kota Kupang yang optimal dari segi anggaran hingga pemasaran agar menjamin pelaksanaan strategi Bauran Promosi Jasa yaitu Strategi Pemasaran berbasis jejaring Media Social (*social media*) melalui *world wide web* dan *smartphone*.

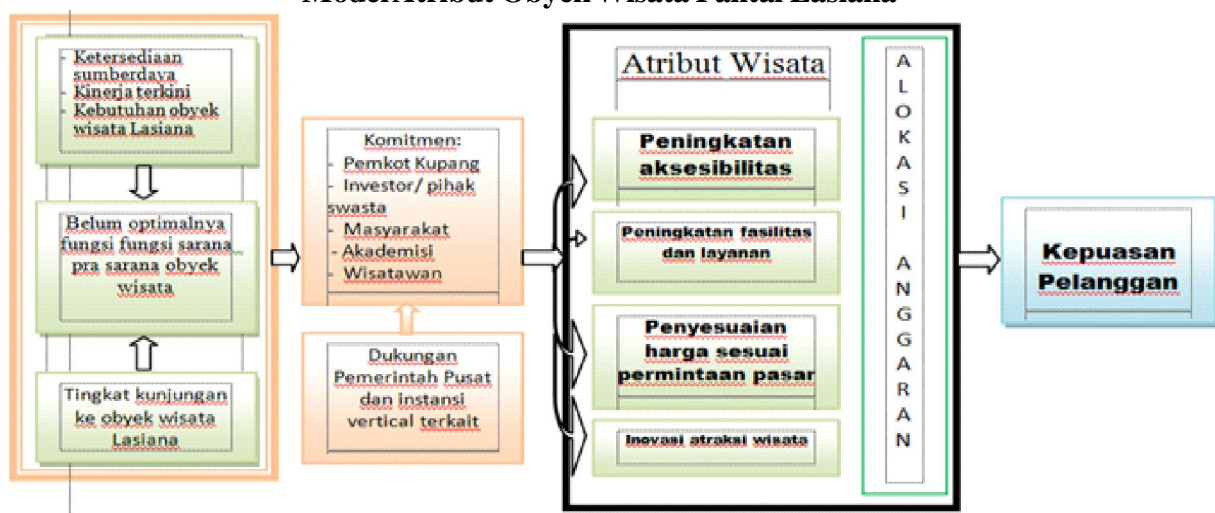
Rekomendasi yang ingin diberikan adalah beberapa saran bagi instansi terkait seperti: Pertama,

Instansi horizontal agar dapat mengalokasikan peningkatan jumlah anggaran untuk perbaikan dan peningkatan fungsi fungsi atribut wisata Pantai Lasiana Kota Kupang yang merupakan ikon pariwisata andalan Kota Kupang, Kedua, Instansi vertical yaitu Pemerintah Pusat agar terus mendukung penuh akselerasi industry pariwisata di NTT pada umumnya dan Kota Kupang pada khususnya. Perbaikan dan perawatan asset asset pendukung seperti sarana dan pra sarana perlu dijaga kenersihan dan keindahan sehingga mendukung kelestarian tempat wisata yang berkelanjutan. Ajang promosi, ketersediaan informasi di lokasi objek wisata, panduan wisata serta pelatihan bagi masyarakat sekitar lokasi obyek wisata Pantai Lasiana tetap mendukung keberlangsungan obyek wisata Pantai Lasiana. Kolaborasi, sinergi maupun kerjasama yang berkesinambungan dari semua pihak terutama akademisi dan pihak swasta untuk mengeksplorasi dan menggenjot potensi-potensi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, J. Abu & Howaidee M. (2012). The Impact of Service Quality on Tourist Satisfaction in Jerash. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* , 164-187.
 Ama, K. K. (2011, November 4). *Kemolekan Pantai Lasiana Terganjil Buruknya Infrastruktur*. Retrieved Maret 10, 2013, from Kompas:<http://regional.kompas.com/read/2011/11/04/03011145/>
 Baker D., Crompton J. (2000). Quality, Satisfaction

Gambar 1
Model Atribut Obyek Wisata Pantai Lasiana



- and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research* , 785-804.
- Bowen, D., Clarke, J. (2002). Reflection on Tourist Satisfaction Research: Past, Present and Future. *Journal of Vacation Marketing* , 297-308.
- Brady, M. K., Knight, G.A., Croin, J. J., Tomas, G., Hult, M., & Keillor, B.D. (2005). Removing the Contextual Lens: A Multinational, Multi-setting Comparison of Service Evaluation Models. *Journal of Retailing* , 215-232.
- Burns, P. M. (1999). *An Introduction to Tourism and Anthropology*. London: Taylor & Francis e-Library.
- Chaundary, M. (2000). India's Image as a Tourists Destination - A Perspective of Foreign Tourists . *Tourism Management* , 293-297.
- Das, D & Sharma. S.K. (2005). Perspective of Foreign Tourists with Reference to a Tourist Destination: A Case Study. *International Conference on Service Management* (pp. 112-119). New Delhi: IIMB.
- Kozak, M., Rimmington, M. (2000). Tourists Satisfaction with Mallorca, Spain as an off-season Holiday Destination. *Journal of Travel Research* , 260-269.
- Lickorish J., Leonard and Jenkins L., Carson. (1997). *An Introduction to Tourism*. Oxford: Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn.
- Meng, F., Tepanon, Y., Uysal, M. (2008). Measuring Tourist Satisfaction by Attribute and Motivation: The Case of a Nature-based Resort. *Journal of Vacation Marketing* , 42-56.
- Nowacki, M. M. (2009). Quality of Visitors Attractions, Satisfaction, Benefit and Behavioral Intentions of Visitors: Verification of a Model. *International Journal of Tourism Research* , 297-309.
- Pavlic, I., Perucic, D., Portolan, A. (2011). Tourists' Satisfaction as an Important Tool for Increasing Tourism Destination Competitiveness in the Globalization Conditions - The Case of Dubrovnik Neretva County. *International Journal of Management Cases* , 591-599.
- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta: PT. Padnya Paramita.
- Pizman, A., Neuman, Y., Reichel, F. (2009). Tourists Satisfaction, Uses and Misuses. *Annals of Tourism Research* , 96-107.
- Soebagyo. (2012). Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Liquidity* , 153-158.