

## **Analisis Sikap Masyarakat Terhadap Kunjungan Wisatawan Asing Ke Pantai Parangtritis Yogyakarta**

**Adriana Yustina Nora**  
STIE-IEU Yogyakarta  
[ynora789@gmail.com](mailto:ynora789@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the Cognitive, Affective, and Conative attitudes of the communities around the tourist sites of Parangtritis beach in Yogyakarta to visit foreign tourists. Parangtritis is one of the most famous tourist attractions in the province of Yogyakarta Special Region is a tourist destination that is most frequently visited by foreign tourists. The attraction of Parangtritis beach is the charm of Parangtritis beach in the evening at sunset which is often used as a moment for tourists, the temple on the hill located on the east of the beach, interesting attractions of All Terrain Vehicle (ATV) and kite festivals at other tourist locations located around Parangtritis beach. Research data was collected from the community using a questionnaire. From the results of the study showed that the regression coefficient on Cognitive variables (X1) is 0.016 positive so that it can be said that Cognitive variables (X1) have a positive effect on the attitude of the community. While the Affective variable (X2) is -0.252 which is negative, which means it has a negative effect on the attitude of the community. Likewise with the Conative variable (X3) of 0.055 positive value also has a positive effect on the attitude of society.*

**Keywords:** *Parangtritis, Cognitive, Affective, Conative, Community Attitudes*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap Kognitif, Afektif, dan Konatif masyarakat di sekitar lokasi wisata pantai Parangtritis Yogyakarta terhadap kunjungan wisatawan asing. Parangtritis merupakan salah satu obyek wisata yang paling terkenal di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan asing. Daya tarik dari pantai Parangtritis adalah pesona pantai Parangtritis pada sore hari di saat *sunset* yang sering dijadikan momen bagi para wisatawan, candi diatas bukit yang berada di sebelah timur pantai, atraksi menarik *All Terrain Vehicle* (ATV) dan festival layangan di lokasi wisata lainnya yang terletak di sekitar pantai Parangtritis. Data penelitian dikumpulkan dari masyarakat menggunakan kuesioner. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi pada variabel Kognitif (X1) sebesar 0,016 bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Kognitif (X1) berpengaruh positif terhadap Sikap Masyarakat. Sedangkan variabel Afektif (X2) sebesar -0,252 bernilai negatif yang artinya berpengaruh negatif terhadap Sikap Masyarakat. Demikian halnya dengan variabel Konatif (X3) sebesar 0.055 bernilai positif juga berpengaruh positif terhadap Sikap Masyarakat.

Kata kunci: Parangtritis, Kognitif, Afektif, Konatif, Sikap Masyarakat

## PENDAHULUAN

Ada beberapa hal menarik yang dapat dikemukakan dari berbagai penelitian tentang pariwisata. Mathieson dan Wall (1982) menemukan bahwa pariwisata telah merubah struktur internal dari masyarakat sehingga terjadi perbedaan antara mereka yang mempunyai hubungan dengan pariwisata dan mereka yang tidak. Jadi, keterkaitan dengan pariwisata menjadi salah satu pemisah atau pembeda dalam masyarakat. Krippendorf (1987) lebih lanjut melaporkan bahwa pariwisata mempunyai sifat kolonialistis sehingga merebut independensi masyarakat lokal di dalam proses pengambilan keputusan. Burns dan Holden (1995) juga menyebutkan bahwa pariwisata memberikan keuntungan sosial ekonomi pada satu sisi tetapi di sisi lain membawa ketergantungan dan ketimpangan sosial, atau memperparah ketimpangan yang telah ada.

Meskipun sama – sama memandang pariwisata sebagai suatu sistem yang besar, ada perbedaan di antara para ahli mengenai elemen – elemen utama yang menyusun sistem tersebut. Model sistem pariwisata secara sederhana diusulkan oleh Leiper (1979), yang menyebutkan bahwa sistem pariwisata terdiri atas tiga komponen utama yaitu : daerah asal (*origin*), daerah tujuan wisata (*destination*) dan daerah antara (*routes* perjalanan). Sistem pariwisata secara sederhana juga digambarkan oleh Mathieson dan Wall (1982), yang melihat bahwa sistem pariwisata terdiri atas 3 elemen yaitu : (1) elemen dinamis, yaitu perjalanan wisatawan, (2) elemen statis yaitu keberadaan di destinasi, dan (3) elemen konsekuensial, yaitu berbagai dampak yang timbul.

Inti dari sistem pariwisata internasional terdapat di negara – negara yang menghasilkan wisatawan, selanjutnya menyebar ke berbagai daerah tujuan wisata. Ada berbagai faktor penting yang menjadi perhatian di daerah asal wisatawan (*tourist generating countries*), karena berbagai faktor tersebut menentukan potensi pasar yang bisa

digarap. Jackson (1989) melihat bahwa faktor penting yang menentukan di daerah asal wisatawan antara lain jumlah penduduk (*population size*), kemampuan finansial masyarakat (*finance means*), waktu senggang yang dimiliki (*leisure time*), sistem transportasi dan sistem pemasaran pariwisata yang ada. Peran serta masyarakat, strategi pemasaran, dan keberlanjutan juga menjadi faktor yang kuat pada keadaan pengembangan pariwisata di suatu wilayah (Priatmoko, 2018).

Berbagai faktor di atas akan menentukan permintaan pariwisata (*tourism demand*), yaitu jumlah orang yang bepergian atau ingin bepergian dengan menggunakan fasilitas atau layanan pariwisata di tempat yang bukan merupakan tempat kerja atau tempat tinggalnya (Mathieson dan Wall, 1982). Terkait dengan *tourism demand* ini, dikenal juga istilah *effective* atau *actual demand* (permintaan yang terealisasi secara efektif) dan *suppressed demand* (potensi permintaan yang tidak terealisasi karena alasan – alasan tertentu). Selanjutnya penting pula diperhatikan *travel propensity* yang ada pada suatu masyarakat (negara), yaitu persentase populasi yang melakukan perjalanan wisata dalam satu tahun. *Travel propensity* ini dipengaruhi oleh situasi makro internasional, seperti kemajuan ekonomi dunia (dan negara yang bersangkutan), situasi politik dan keamanan, di samping karakteristik populasi itu sendiri.

Lokasi pantai Parangtritis terletak di pesisir selatan Kota Yogyakarta di wilayah Kabupaten Bantul. Pantai Parangtritis merupakan destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan asing karena memiliki obyek wisata dengan pemandangan unik yang tidak ditemukan di obyek wisata lainnya antara lain seperti gumuk pasir, ombak yang cukup besar, antraksi wisata seperti *All Terrain Vehicle* (ATV) dan festival layangan. Disamping itu lokasi wisata pantai Parangtritis juga dilengkapi dengan fasilitas penginapan sampai pasar

yang menjajakan berbagai bentuk souvenir khas Parangtritis.

## TINJAUAN LITERATUR

### Sikap dan Model Sikap

Sikap adalah suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (*neural*) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku (Dharmmesta dan Handoko, 2000:93)

Sikap seseorang adalah preposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberi tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku orang tersebut. Sikap merupakan hasil dan faktor genetik dan proses belajar, dan selalu berhubungan dengan suatu obyek atau produk. Sikap biasanya memberikan penilaian (menerima atau menolak) terhadap obyek atau produk yang dihadapi. Sikap juga diuraikan bahwa sikap merupakan produk dan proses sosialisasi di mana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsangan yang diterimanya. “Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap beberapa obyek atau gagasan” (Kotler, 1997, 167).

Sedangkan definisi sikap yang diungkapkan oleh Engel, Blackwell dan Winniard (1994 :53) adalah sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang berespon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan obyek atau alternatif yang diberikan dengan cara yang konsisten dengan sikap dan maksud mereka.

Oskamp (1991) mengemukakan bahwa sikap dipengaruhi oleh proses evaluatif yang dilakukan individu. Model sikap dapat dipergunakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui sikap konsumen, baik

terhadap indikator atau merek secara keseluruhan. Menurut Engel (1994:348), model sikap multiatribut menggambarkan rancangan yang berharga untuk memeriksa hubungan di antara pengetahuan produk yang dimiliki konsumen dan sikap terhadap produk berkenaan dengan ciri atau atribut produk.

### Tipologi Wisatawan

Murphy (1985) memandang bahwa tipologi tipologi tersebut dapat dikelompokkan atas 2 yaitu atas dasar interaksi (*interactional type*) dan atas dasar kognitif – normatif (*cognitive – normative models*). Pada tipologi dengan dasar interaksi, penekanannya adalah sifat – sifat interaksi antar wisatawan dengan masyarakat lokal, sedangkan tipologi atas dasar kognitif – normatif lebih menekankan pada motivasi yang melatarbelakangi perjalanan.

Melalui pendekatan interaksi, Cohen (1972) mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya.

Berdasarkan perilaku wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata, Gray (1970) membedakan wisatawan menjadi 2, yaitu (1) *sunlust* dan (2) *wanderlust*. *Sunlust tourist* adalah wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah dengan tujuan utama untuk beristirahat atau relaksasi, sehingga mereka umumnya mengunjungi DTW yang mempunyai ciri multiple S (*sun, sea, sand*).

### Wisatawan dan Pariwisata

Kata wisata (*tour*) secara harafiah dalam kamus berarti “ perjalanan di mana si pelaku kembali ke tempat awalnya; perjalanan sirkuler yang dilakukan untuk tujuan bisnis, bersenang – senang atau pendidikan pada mana berbagai tempat dikunjungi dan biasanya menggunakan jalur perjalanan yang terencana “(Murphy, 1985 : 4 – 5).

*United Nation Conference on Travel and Tourism* di Roma (1963) memberikan batasan yang lebih umum tetapi dengan menggunakan istilah “visitor” (pengunjung), yaitu : Setiap orang yang mengunjungi negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya, untuk berbagai tujuan tetapi bukan untuk mencari pekerjaan atau penghidupan dari negara yang dikunjungi “.

Menurut Murphy (1985), pariwisata adalah keseluruhan dari elemen – elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dan lain – lain) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen.

### METODE, DATA, DAN ANALISIS

Penelitian ini meneliti tentang sikap masyarakat terhadap kunjungan wisatawan asing. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2005: 61).

Variabel independen dari sikap dalam penelitian ini meliputi komponen penilaian (kognitif), komponen keyakinan (afektif) dan komponen tindakan (konatif). Peneliti memfokuskan pada sikap masyarakat yang ada di lokasi wisata pantai Parangtritis terhadap kunjungan wisatawan asing. Penelitian ini dikumpulkan dari penyebaran kuesioner pada 200 orang masyarakat di lokasi wisata pantai Parangtritis.

Subyek penelitian ini adalah masyarakat di lokasi wisata pantai Parangtritis, sedangkan obyek penelitian adalah kunjungan wisatawan asing. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis t-Test dalam metode analisis regresi berganda.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi berganda merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Ada atau tidaknya pengaruh variabel independen kognitif, afektif dan konatif terhadap sikap masyarakat terhadap kunjungan wisatawan berdasarkan pada analisis t-Test adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel
  - a. Jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
  - b. Jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Berdasarkan nilai signifikansi hasil output
  - a. Jika nilai signifikan  $<$  0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
  - b. Jika nilai signifikan  $>$  0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
3. Dasar pengambilan keputusan
  - a. HO diterima dan H1 ditolak jika nilai t hitung  $<$  t tabel atau jika nilai signifikan  $>$  0,05
  - b. HO ditolak dan H1 diterima jika nilai t hitung  $>$  t tabel atau jika nilai signifikan  $<$  0,05

**Tabel 1. Variabel Bebas dan Variabel Terikat Terhadap Kunjungan Wisatawan Asing**

Variables Entered/Removed <sup>b</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Konatif, Kognitif, Afektif <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Sikap masyarakat

**Tabel 2. Sikap Masyarakat Terhadap Kunjungan Wisatawan Asing**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.185	.359		11.651	.000
Kognitif	.016	.079	.016	.205	.838
Afektif	-.252	.086	-.242	-2.934	.004
Konatif	.055	.069	.065	.796	.427

a. Dependent Variable: Sikap masyarakat

Dari hasil *output coefficient* diatas, diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel Kognitif (X1) sebesar 0,016 bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Kognitif (X1) berpengaruh positif terhadap Sikap Masyarakat. Sedangkan variabel Afektif (X2) sebesar -0,252 bernilai negatif yang artinya berpengaruh negatif terhadap Sikap Masyarakat. Demikian halnya dengan variabel Konatif (X3) sebesar 0.055 bernilai positif juga berpengaruh positif terhadap Sikap Masyarakat.

Dari hasil analisis regresi diatas pada t-Test pertama diperoleh nilai t hitung sebesar  $0,025 < t$  tabel 1,972 dan nilai signifikansi  $0,838 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang artinya variabel Kognitif (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat. Pada t-Test kedua diperoleh nilai t hitung sebesar  $0,025 < t$  tabel 1,972 dan nilai signifikansi  $0,04 < 0,05$  maka dapat disimpulkan hawa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya variabel Afektif (X2) berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat. Pada t-Test ketiga diperoleh nilai t hitung sebesar  $0,025 < t$  tabel 1,972 dan nilai signifikansi  $0,427 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang artinya variabel Konatif (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat.

## KESIMPULAN

Kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kognitif (X1) dan variabel Konatif (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat.
2. Variabel Afektif (X2) berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka saran rumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perlu diketahui lebih lanjut dan secara mendasar apa yang menyebabkan variabel Kognitif (X1) dan variabel Konatif (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat
2. Perlu diketahui lebih lanjut dan secara mendasar apa yang menyebabkan variabel Afektif (X2) berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto. Puguh. M. 2004. Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Pariwisata Di Obyek Wisata Kali Urang Yogyakarta. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta.
- Agung. Dian. 2006. Komparasi Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Merek Sari Ayu Dengan Mustika Ratu Di Wilayah Yogyakarta. Sripsi Tidak Diterbitkan: Yogyakarta, STIE IEU Yogyakarta.
- Cohen, E. 1972. Toward a Society of International Tourism, Sociological Research
- Effendi. 2007. Komparasi Penilaian Konsumen Tentang Kualitas Produk Sepeda Motor Honda, Yamaha Dan Dengan Suzuki di Kota Yogyakarta. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta.

- Engel. J F., R. D. Blackwell dan P. W. Miniard 1995. Perilaku Konsumen. Edisi keenam, Jilid I dan II. Budiayanto, Penerjemah. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fennel, David A. 1995. Ecotourism an Introduction. New York : Routledge.
- Indriantoro. Nur dan Supono. Bambang. 1999. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPFE.
- Jafari, J dan Richie B.J.R. 1981. Toward a Framework for Tourism Education Problem and prospects, Annals of Tourism Research
- Leiper. 1995. Tourism Management. Melbourne : RMIT
- Lupiyoadi. Rambat. Dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- MacIntosh et all. 1995. Tourism : Principles, Practices, Philosophies (seventh edition) New York : John Wiley dan Sons Inc.
- Marpaung. 2000. Pengetahuan Kepariwisataaan. Cetakan 1. Bandung: Alfabeta.
- Mathieson, A dan Wall, G. 1982. Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. Herlow : Longman
- Pendit. S. 2006. Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradnya Paramida.
- Pitana. Gde. I. Dan Gayatri. G. Putu. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Priatmoko, S. (2018). Working Rural Eco Tourism Planning in Yogyakarta Using MSP + DM Analysis. *E-Journal of Tourism*, 5(1), 22–29. <http://doi.org/https://doi.org/10.24922/eot.v5i1.38457>
- Richardson, John I dan Martin Fluker. 2004. Understanding and Managing Tourism. Australia : Pearson Education Australia, NSW Australia.
- Singarimbun. M. dan Effendi, S. 1989. Metode Penelitian Survei. Edisi Revisi. Jakarta: LP3ES.
- Smith, V.L. 1977. Host and Guest. Philadelphia : Philadelphia University Press
- Soekadijo. RG. 2000. Anatomi Pariwisata, Memahami pariwisata Sebagai System Lingkage. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2003. Statistika Untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta. \_\_\_\_\_ . 2004. Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta. Jakarta.
- Wahab. S. 1996. Tourism Management. terjemahan oleh Frans Gromang. Jakarta: PT Pradnya Paramita. \_\_\_\_\_ . 2003. Tourism Management. terjemahan oleh Frans Gromang. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Yoeti. O.A. 1983. Komersialisasi Seni Budaya Dalam Pariwisata. Bandung: Angkasa. \_\_\_\_\_ . 2008. Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.