

Preferensi Pengunjung terhadap Daya Tarik Objek Wisata Teluk Palu di Kota Palu

Rizkhi¹, Imam Buchori²

Diterima : 1 September 2014

Disetujui : 15 September 2014

ABSTRACT

This research aiming to find out the motivation of tourist to visiting attractions of Teluk Palu in Palu City. The approach used in this research is quantitative, by using data processing methods is frequency distribution for grouping categories according to needs variables and descriptive exploratory analysis for exposure image of the phenomenon in this case to find out the aspects that can direct visitors to a tourist destination. Preferences of visitors against the Teluk Palu tourist attraction arise from various aspects, ranging from a wide variation of tourist attractions on offer, the vitality of a tourist area, easy accessibility and affordability of distance and cost by visitors so that they are motivated and love to do tourism activities in the Gulf region of Palu. In addition, associated with fondness or option of tourist attraction that favored as well as the assessment of the quality of the visitor attraction Teluk Palu. There are huge expectations from visitors to the progress and development of the tourist areas, as well as a requirement that must be fulfilled, so the involvement of government, community, and other tourism stakeholders is needed in the planning, development and proper management of aspects that support the Teluk Palu tourism activities.

Keywords: visitor preferences, motivation, tourist attractions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi pengunjung terhadap daya tarik objek wisata Teluk Palu. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan metode pengolahan data yaitu distribusi frekuensi untuk pengelompokkan kategori sesuai kebutuhan variabel dan analisis deskriptif eksploratif untuk pemaparan gambaran fenomena dalam hal ini untuk mengetahui aspek yang dapat mengarahkan pengunjung ke tujuan wisata. Preferensi pengunjung terhadap daya tarik objek wisata Teluk Palu muncul dari berbagai aspek, mulai dari ragam variasi atraksi wisata yang ditawarkan, vitalitas kawasan wisata, aksesibilitas yang mudah serta keterjangkauan jarak dan biaya oleh pengunjung sehingga mereka terdorong dan suka melakukan kegiatan wisata di kawasan Teluk Palu. Selain itu, terkait pula dengan pilihan atraksi wisata yang digemari serta penilaian kualitas oleh pengunjung terhadap objek wisata teluk Palu. Terdapat harapan pengunjung yang sangat besar bagi kemajuan dan pengembangan kawasan wisata tersebut, sekaligus menjadi kebutuhan yang harus terpenuhi, sehingga keterlibatan pemerintah, masyarakat, dan pelaku wisata lain sangat dibutuhkan dalam melakukan perencanaan, pembangunan serta pengelolaan yang baik, terhadap aspek yang mendukung kegiatan pariwisata Teluk Palu.

Kata kunci: preferensi pengunjung, motivasi, atraksi wisata

¹ Lembaga Penelitian dan Perencanaan "Labdawara" dan CV. Zoukha Indonesia

² Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Undip, Semarang, Jawa Tengah
Kontak Penulis : rizkhisuaib@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Chen and Tsai (2007) mengemukakan bahwa Image tujuan wisatanya memiliki efek kuat terhadap keinginan wisatawan dan memiliki peran penting dalam mempengaruhi proses pemilihan pengambilan keputusan untuk berwisata dan kondisi setelah keputusan. Image tujuan wisata digambarkan sebagai penentu kualitas perjalanan yang akan dilakukan dan dirasakan berdasarkan perbandingan antara harapan wisatawan dan kinerja pelayanan pariwisata secara nyata. Kota Palu merupakan Ibukota Propinsi Sulawesi Tengah, yang dijuluki sebagai kota Teluk dan menjadi *landmark* alamiah. Image sebagai kota teluk ini, menjadikan kawasan ini sebagai kawasan pariwisata alam sesuai PERDA RTRW Kota Palu No.16 tahun 2011 dan menjadi kebanggaan Pariwisata Sulawesi Tengah yang layak untuk dipromosikan, karena memiliki potensi alam yang sangat besar dan indah untuk dikembangkan. Disepanjang aliran Teluk Palu lebih menekankan perancangan sebagai ruang publik yang dapat dimanfaatkan sebagai ruang rekreasi bagi masyarakat kota, dan pengembangannya dapat menciptakan ruang publik yang hidup, lebih nyaman, aman dan menyenangkan untuk menarik perhatian pengunjung (Darmawan, 2009). Pemanfaatan lahan sekitar Teluk Palu pun yang berupa ruang terbuka hijau maupun non hijau, dijadikan sebagai wadah sosial untuk berinteraksi antar sesama masyarakat dan pusat rekreasi untuk mengapresiasi segala bentuk kegiatan dan keinginan mereka.

Tingkat kebutuhan masyarakat Kota Palu akan ketersediaan ruang publik dalam kota, sangatlah tinggi (Ciputra News, Maret 2013), namun belum terakomodir dengan baik. Minat dan motivasi tinggi terlihat dari antusias pengunjung untuk datang dan melakukan wisata dikawasan ini untuk sekedar istirahat disaat melakukan perjalanan jauh, maupun bersantai, berkumpul dan bermain sambil menikmati keindahan alam Teluk Palu dan iklim pantai yang ada. Hal ini di buktikan dengan banyaknya pengunjung yang datang untuk melakukan kegiatan di kawasan ini sangat besar. Berdasarkan Survey data potensi persiapan RIPDA Kota Palu (2013) kunjungan wisatawan domestik mencapai sebanyak 129.010 pengunjung, sedangkan mancanegara mencapai 1961 pengunjung yang terdiri dari wisatawan Amerika, Afrika, Asia, Eropa dan Australia, sehingga total kunjungan wisatawan sejumlah 130.306 orang, ini menunjukkan bahwa pada tahun tersebut telah tercipta besaran kegiatan pariwisata secara signifikan. Sebagai destinasi wisata, Kota Palu sebenarnya telah memiliki nilai dan citra yang baik di kalangan pasar, baik domestik maupun mancanegara. Sedangkan dari hasil jajak pendapat terhadap masyarakat Kota Palu pada tanggal 12 Juli 2013 tentang ruang-ruang yang paling menarik untuk melakukan interaksi sosial, bersantai, rekreasi dan wisata ringan yang berlokasi di alam terbuka dalam Kota Palu, yaitu sebagian besar persepsi masyarakat memilih kawasan Teluk Palu dengan alasan karena view yang indah, iklim dan hembusan angin pantai yang sejuk, sehingga memberikan kepuasan dan kenyamanan dalam beraktivitas. Selain itu, adanya ragam fasilitas pendukung wisatanya seperti anjungan Pantai Talise dan ragam jajanan atau kuliner khas Palu di kafe-kafe sepanjang pantai, serta keterjangkauan pengunjung dari segi jarak dan biaya karena berlokasi dalam kota sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak.

Potensi wisata yang ada, akan menjadi peluang besar dalam pengembangan pariwisata yang diharapkan dapat memberikan manfaat besar bagi kesejahteraan dan peningkatan perekonomian masyarakat dan daerah dimasa akan datang, seperti yang di kemukakan oleh Soebagyo (2012) pengembangan pariwisata akan menunjang pertumbuhan ekonomi apabila diantaranya memperhatikan peningkatan mutu pelayanan dan kelestarian lingkungan wisata serta dan mempersiapkan sarana dan prasarana yang diperlukan untuk kelancaran pariwisata. Sedangkan menurut Nandi (2008) hal yang perlu di perhatikan dalam pengembangan kawasan

wisata, diantaranya adalah Preferensi wisatawan sangat ditentukan dari tingkat kenyamanan, maka dukungan sarana dan prasarana untuk meningkatkan aksesibilitas ke lokasi wisata mutlak di butuhkan. Dan untuk mensukseskan penyelenggaraan pariwisata oleh pemerintah agar sesuai dengan permintaan pasar, maka dibutuhkan data tentang wisatawan meliputi karakteristik demografi wisatawan: jenis kelamin, umur, tempat asal, pekerjaan (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000); Perilaku wisatawan: jenis atraksi yang disukai, waktu yang dibutuhkan untuk tinggal ditempat wisata tersebut, jenis akomodasi yang diinginkan, keterjangkauan dan sebagainya (Wardiyanta, 2006); dan Psikologi wisatawan: pemahaman, persepsi, perilaku, sikap wisatawan terhadap kegiatan wisata dan pengembangannya faktor lain yang mempengaruhi wisata: kondisi sosial dan kondisi ekonomi (Joaqui and Jaume, 2010).

Dihadapkan dengan kondisi yang masih belum optimal dalam perencanaan, penataan dan pengelolaan dalam pemenuhannya sebagai ruang publik untuk wisata, maka dibutuhkan suatu usaha pengembangan dan perencanaan pemanfaatan ruang Teluk Palu lebih optimal yang tetap bersinergi dengan kelestarian lingkungan dan aturan tata ruang kota, serta sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengunjungnya. Melalui perencanaan dan rancangan yang lebih berkualitas baik serta dukungan peran serta masyarakat dan pemerintah dalam pengelolaan, penataan, pengawasan dan pemeliharannya, sehingga bisa menjadi kawasan pariwisata andalan, dan favorit bagi masyarakat Kota Palu hingga masyarakat luar. Terkait dengan uraian diatas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui preferensi pengunjung terhadap daya tarik objek wisata Teluk Palu di Kota Palu, yang diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan acuan dalam pengembangan dan keberlanjutan kawasan wisata Teluk Palu.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan metode yang dilakukan pada studi ini adalah kuantitatif, dan analisis data menggunakan metode distribusi frekuensi dan analisis deskriptif eksploratif. Penentuan populasi dilakukan secara manual bersifat *time series* yaitu menghitung jumlah pengunjung pada waktu pagi (06.00–09.00), siang (11.00–14.00), sore (15.00–18.00), malam I (19.00–20.30) serta malam II (20.30–00.00), maka total populasi pengunjung sebanyak 21,629 orang.

Pengambilan sampel secara acak, dengan besar nilai kritis 6%, sehingga jumlah sampel penelitian adalah 274 responden. Namun, di bulatkan menjadi 300 responden, untuk memperoleh hasil lebih akurat, yang dapat mewakili tanggapan, keinginan, dan harapan pengunjung.

GAMBARAN UMUM

Penelitian ini berlokasi di sepanjang Pantai Taman Ria, Pantai Talise, dan Pantai Kampung Nelayan, dengan panjang pantai 7.60 KM (Citra Ikonos, 2011). Lokasi penelitian terbagi 3 segmen, untuk mempermudah identifikasi karakteristik, tingkat kepadatan pengunjung, dan aktivitas yang berlangsung serta permasalahan yang ada di setiap segmennya.

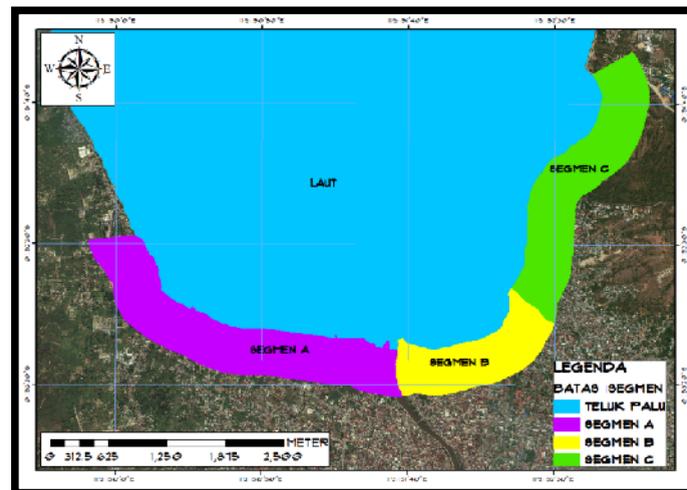
1. Segmen A (Kawasan Pantai Taman Ria, sepanjang 3.30 Km) : Pertigaan Jl. Sultan Alauddin dan Jl. Malonda di Kelurahan Silae hingga jembatan Palu IV di Kelurahan Lere
2. Segmen B (Kawasan Pantai Talise, sepanjang 1,60 Km) : taman di bawah Jembatan Palu IV hingga Jembatan Cut Mutia di Kelurahan Talise

3. Segmen C (Kawasan Penggaraman & Kawasan Pantai Kampung Nelayan, sepanjang 2.70 Km) : Taman Pusat Rekreasi Masyarakat di Kelurahan Talise hingga depan Hotel Wina di Kelurahan Tondo.

TABEL 1
RATA-RATA JUMLAH PENGUNJUNG TELUK PALU

NO.	SEGMENT	JUMLAH (Orang)	
		NORMAL	ADA EVENT
1	SEGMENT A	1394	860
2	SEGMENT B	6425	6847
3	SEGMENT C	3491	2612
JUMLAH		11310	10319

Sumber: Hasil Analisis, 2013- 2014



Sumber: Penulis, 2013

GAMBAR 1
PETA WILAYAH STUDI

KAJIAN TEORI

Penawaran Pariwisata

Produk wisata berbeda dengan potensi wisata, produk wisata merupakan sesuatu yang sudah siap dikonsumsi oleh wisatawan, sedangkan potensi wisata adalah objek (alam, budaya, dan buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai tinggi dan memiliki daya tarik bagi wisatawan, misalnya pemandangan laut dan pegunungan merupakan potensi yang mempunyai peluang sebagai daya tarik wisata, dan apabila dilengkapi dengan aksesibilitas, infrastruktur dan keramahan yang saling terkait dengan objek-objek tersebut menjadi sebuah produk wisata (Damanik dan Weber, 2006). Semakin lengkapnya dan saling terintegrasi ketiga unsur atraksi, sarana dan prasarana, maka semakin kuat posisi penawaran dalam sistem kepariwisataan. Terkait penelitian objek wisata ditunjukkan untuk mengetahui jenis objek wisata, kondisi objektifnya, daya tariknya, sarana/prasarana

pendukungnya, pengelolaannya, peran masyarakat, dunia usaha/ pemerintah setempat dalam pengembangan pariwisata, dampak yang ditimbulkan dan lain-lain. Sedangkan yang terkait dengan kegiatannya, ditujukan dengan mengetahui cara memperkenalkan wisata tersebut kepada wisatawan, motif, tujuan dan yang ingin dicapai pelaku wisata tersebut, dan lain-lain (Wardiyanta, 2006).

a. Atraksi Wisata

Atraksi wisata merupakan segala sesuatu yang bersifat melengkapi atau pengisian motif wisata yang diharapkan memenuhi kebutuhan pariwisata (Soekadijo, 1997). Berdasarkan UU No.9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan, atraksi wisata diartikan sebagai “segala perwujudan dan sajian alam dan/ atau kebudayaan, yang secara nyata dapat dikunjungi, disaksikan dan dinikmati wisatawan di DTW”. Untuk menjadi atraksi wisata yang baik, dapat memberikan kepuasan dan bisa menahan mereka untuk tinggal lebih lama, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi yaitu: Kegiatan dan objek atraksi wisatanya harus dalam keadaan baik; Cara penyajiannya atraksi harus tepat; Harus memenuhi kebutuhan mobilitas spasial yaitu akomodasi, transportasi, dan promosi serta pemasaran; Kondisi eksisting tempat atraksi harus dapat menahan wisatawan; Kesan Wisatawan terhadap atraksi harus dapat menahan mereka selama mungkin.

TABEL 2
KRITERIA UNSUR KEPARIWISATAAN

UNSUR	KRITERIA	PERTIMBANGAN
Alam	Keindahan	Topografi umum seperti flora dan fauna disekitar pantai sungai, laut dan sebagainya
	Iklim	Sinar matahari, suhu, udara, cuaca, angin, hujan, panas, kelembapan, dan sebagainya

Sumber: Suharso, 2009

b. Fasilitas dan Infrastruktur

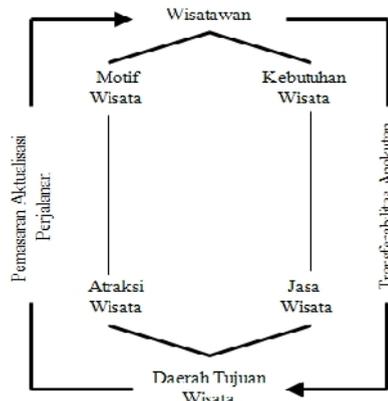
Menurut Suharso (2009), fasilitas dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan dan sebagai pendukung pertumbuhan wisata dan cenderung berkembang saat bersamaan atau sesudah atraksi wisata berkembang. Sedangkan Atraksi dan fasilitas tidak dapat dicapai tanpa infrastruktur yang memungkinkan proses perekonomian berjalan lancar, sehingga dapat memudahkan wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya. Fasilitas dan infrastruktur biasa juga menjadi atraksi, dengan syarat-syarat yang baik, dari segi bentuk, fungsi, lokasi dan mutunya, sehingga menarik bagi wisatawan (Soekadijo, 1997).

c. Linkage

Sistem linkage merupakan hubungan pergerakan (aktivitas) yang terjadi pada zona makro dan mikro, dengan atau tanpa dilengkapi dengan keberagaman fungsi yang berkaitan dengan aspek fisik, historis, ekonomi, sosial, budaya dan politik. atau merupakan pendekatan dinamis dari sistem sirkulasi yang menjadi penggerak dari bentukan kota, dan berfungsi sebagai mata rantai dari bagian wilayah kota serta penyatu berbagai aktivitas dan bentuk fisik kota. Sistem linkage disini berupa pedestrian, transportasi dan parkir (Suharso, 2009).

Menurut Ishak dan Tanjung (2004) Sistem linkage terdiri dari *Forward linkage* yang terkait hubungan diantara lokasi pariwisata dengan lokasi pariwisata lainnya, serta lokasi lain seperti sektor perdagangan, sektor industri, sektor transportasi, dan sebagainya; dan

Backward linkage terkait hubungan diantara sektor didalam lokasi pariwisata tersebut serta hubungan diantara pelak wisata.

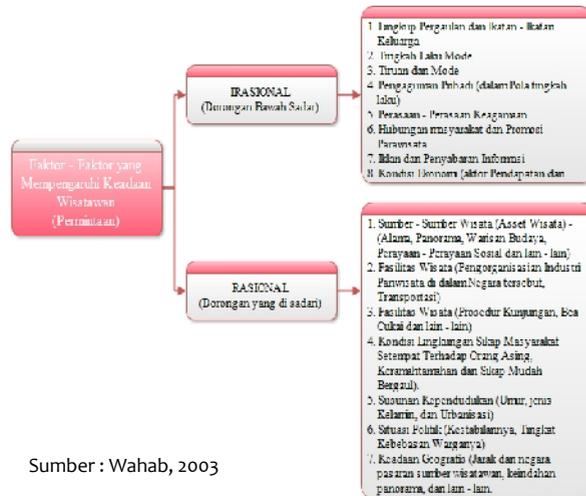


Sumber: Soekadijo, 1997

GAMBAR 2
MODEL MOBILITAS SPASIAL

Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata merupakan penghubung fungsional yang terkait dengan faktor yang mempengaruhi kebutuhan wisatawan, untuk melakukan perjalanan ke DTW. Permintaan wisata tidak hanya menggambarkan sekelompok orang yang sedang berusaha melakukan perjalanan setelah terdorong motivasi tertentu, tetapi ada faktor lain seperti keinginan, harapan, kebutuhan, cita rasa, kesukaan dan ketidaksukaan yang membur dan bertentangan dalam dirinya (Suharso, 2009). Sedangkan Menurut Murphy (1985), permintaan wisata meliputi motivasi untuk mengadakan perjalanan wisata berupa motivasi fisik atau fisiologis seperti relaksasi, dan treatment medis; motivasi budaya dengan harapan dapat belajar budaya dan pola hidup daerah lain; motivasi sosial dan motivasi fantasi yang menggambarkan daerah lain lebih menarik dari tempatnya sendiri.



Sumber : Wahab, 2003

GAMBAR 3
FAKTOR-FAKTOR PERMINTAAN WISATAWAN

a. Motif Wisata

Kebutuhan hidup setiap manusia dari kebutuhan fisik yang berupa kebutuhan makan, minum, istirahat, mandi dan sebagainya; kebutuhan psikis yang berupa rasa atau hasrat keingintahuannya terhadap sesuatu seperti hasrat untuk mencari kesenangan, ingin menyelidiki, kebosanan, dan lainnya; sedangkan kebutuhan sosial berupa hasrat ingin bergaul, atau bersosialisasi. Dari tuntutan kebutuhan tersebut, manusia harus memiliki kemampuan dalam pemenuhannya untuk menjalani hidup di alam, serta dari sifat manusia itulah terdapat keterkaitan dengan adanya keinginan untuk melakukan perjalanan wisata, yang bersumber dari kebutuhan untuk mencari kesenangan dan menghilangkan kebosanan dan kepenatan dalam kehidupan sehari-hari. Hasrat atau

keinginan inilah yang berupa dorongan atau alasan atau keperluan melakukan perjalanan wisata yang disebut motif perjalanan atau motif wisata, (Soekadijo, 1997).

b. Motivasi

Motivasi diartikan sebagai kesediaan untuk melaksanakan upaya tinggi, untuk mencapai tujuan-tujuan yang dikondisikan oleh kemampuan untuk memenuhi kebutuhan individual tertentu (Robbins dan Mary, 2005). Sedangkan Atkinson (1964) mengatakan, analisis motivasi perlu memusatkan perhatian pada faktor-faktor yang menimbulkan dan mengarahkan aktivitas-aktivitas seseorang, dan didukung oleh Bindra (1959) yang menitikberatkan aspek motivasi berhubungan dengan pengarahan ke arah tujuan.

Sri Mulyani Martaniah (1982) mengemukakan motivasi terkait dengan *Needs, Wants, Motive* dan *Motivasi*. Masing-masing individu bergerak karena adanya sejumlah kekuatan yang mendorong dalam diri mereka sendiri. *Needs* merupakan suatu disposisi potensial dalam diri individu yang harus direspon atau ditanggapi atau dipenuhi sesuai dengan sifat, intensitas dan jenisnya (Murry dan Maslow dalam Asnawi, 2002). Apabila *needs* belum direspon, maka berpotensi untuk selalu muncul sampai dengan terpenuhi. Sedangkan motif diartikan sebagai suatu disposisi *latent* yang berusaha kuat untuk mencapai tujuan yang diinginkan, sepanjang disposisi tersebut belum terpenuhi maka akan selalu muncul di permukaan. Dan motivasi di pandang sebagai keadaan individu yang terangsang oleh hubungan antara motif dan harapan (Atkinson, 1964). Karakteristik motivasi ada 3 (tiga) macam, yaitu *Activation* sebagai pendorong munculnya gerakan/perbuatan dilihat dari frekuensi serta kuatnya gerakan itu; *Direction* sebagai mengarahkan kemana gerakan itu harus ditunjukkan; dan *Analysis Motivations* sebagai gerakan yang melatarbelakangi motivasi (berbagai arah):

- a. *Physiological analysis*: dianalisa dari aspek yang bersifat fisik
- b. *Individual analysis*: analisa untuk kepentingan individual (sudah lebih kompleks)
- c. *Sosial analysis*: analisis untuk kepentingan masyarakat atau kelompok sosial
- d. *Phylosopical Analysis*: analisis yang bersifat filosofis.

ANALISIS

Preferensi Atraksi Wisata Berdasarkan Karakteristik Pengunjung

Atraksi wisata merupakan elemen penawaran pariwisata bersifat terukur dan tidak terukur. Penawaran yang dimaksud berupa objek wisata yang dapat memberikan kenikmatan dan kepuasan bagi wisatawan. Pada penelitian ini, atraksi wisata berupa modal pariwisata (atraksi alamiah), serta kelengkapan fasilitas, infrastruktur, dan aksesibilitas (atraksi buatan) dari dan menuju kawasan wisata Teluk Palu yang nantinya dapat menjaga kualitas produk wisata dan dapat memperkuat penawaran pariwisata Teluk Palu di masa yang akan datang. Analisis preferensi atraksi wisata bertujuan untuk mengidentifikasi jenis atraksi yang paling digemari atau dipilih sebagai pelengkap kawasan wisata, dan menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang. Analisis ini dikaji berdasarkan karakteristik pengunjung.

1. Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin

Kajian ini dimaksudkan untuk mengetahui jenis atraksi wisata yang digemari pengunjung ditinjau dari jenis kelamin yang datang ke lokasi ini. Sebagian besar pengunjungnya adalah wanita (51,67%) lebih menyukai atraksi wisata buatan seperti bersantai di ruang terbuka berupa anjungan, taman, kafe-kafe dan tempat hiburan (karaoke), sedangkan laki-laki (48,33%) lebih menyukai kedua jenis atraksi wisata yang ada, namun lebih dominan ke

atraksi wisata alamiah, seperti menikmati keindahan alam dan iklim pantai, dengan cara berenang di pantai, bermain *jetsky*, memancing, dan wisata laut lainnya.

2. Berdasarkan Karakteristik Usia

Secara keseluruhan atraksi wisata alamiah digemari pengunjung yang berusia 16-20 tahun (53.25%) dan >46 tahun (85.71%). Sedangkan atraksi wisata buatan, digemari pengunjung berusia <15 tahun (80.00%), 21-30 tahun (53.29%), dan 31-45 tahun (59.09%). Pengunjung yang paling banyak datang adalah yang berusia 21-30 tahun (56.67%), yaitu para mahasiswa dan pekerja kantoran, baik swasta, negeri maupun BUMN. Berikutnya adalah pengunjung yang berusia 16-20 tahun (25.67%) dari kalangan pelajar, khususnya yang tergabung dalam sebuah komunitas di Kota Palu; Pengunjung usia 31-45 tahun terdiri dari orang tua khususnya para ibu rumah tangga, Sedangkan yang berusia >46 tahun adalah para orang tua dan lansia.

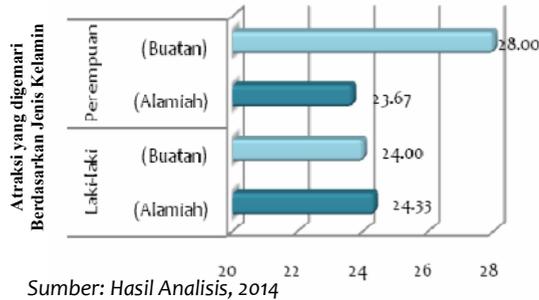
3. Berdasarkan Karakteristik Penghasilan

Kajian ini dimaksudkan untuk mengetahui jenis atraksi wisata yang dipilih pengunjung dengan menyesuaikan penghasilan mereka. Atraksi wisata alamiah lebih dipilih pengunjung yang tidak berpenghasilan (17.67%) dan berpenghasilan <Rp.500,000 (7.00%), sedangkan yang berpenghasilan Rp.500,000 sampai >Rp. 5,000,000 lebih memilih atraksi wisata buatan sebanyak 32.33% (total). Menurut mereka, berwisata di kawasan ini tidak membutuhkan biaya banyak, bahkan tanpa mengeluarkan biaya pun sudah dapat berlibur dan menikmati beberapa atraksi wisata yang ada, khususnya berwisata air dan menikmati pemandangan alam dari sudut-sudut ruang terbuka yang berada disepanjang Teluk Palu. Bagi mereka yang memiliki penghasilan lebih, bisa lebih banyak menikmati atraksi wisata buatan seperti menikmati kuliner di restoran, kafe, dan bersantai di tempat hiburan.

4. Berdasarkan Karakteristik Asal Daerah

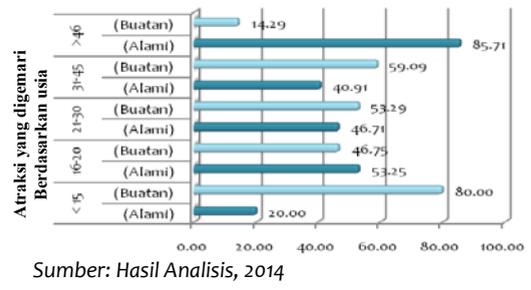
Kajian ini dimaksudkan untuk mengetahui jenis atraksi wisata yang dipilih pengunjung yang datang dari berbagai daerah. Sebagian besar pengunjungnya berasal dari kota Palu (59.67%), dan sisanya dari daerah lain, baik dari luar Kota Palu maupun luar Provinsi Sulawesi Tengah (40.33%). Pengunjung berasal dari luar Kota Palu, lebih memilih atraksi wisata alamiah (22.00%) di banding atraksi wisata buatan (18.00%), sedangkan yang berasal dari kota Palu lebih memilih atraksi wisata buatan (33.00%). Hal ini dimungkinkan karena pengunjung khususnya masyarakat Kota Palu, hampir setiap hari dapat menikmati pesona Teluk Palu, sehingga atraksi wisata buatan merupakan alternatif untuk tetap melakukan wisata di kawasan ini. Sedangkan pengunjung dari luar Kota Palu, datang untuk menikmati keindahan alam, iklim dan pesona Teluk Palu, sambil berwisata laut yang tidak dapat di lihat dan di nikmati di daerah mereka masing-masing. Penataan kawasan ini pun sudah mulai tertata lebih baik lagi, sehingga menambah daya tarik bagi mereka yang belum pernah datang ketempat ini. Asal daerah pengunjung dari luar Kota Palu yaitu: dari Kabupaen Donggala, Kabupaen Tolitoli, Kabupaen Poso, Kabupaen Ampana, Kota Makassar, Kota Jakarta dan lain-lain.

Kajian preferensi atraksi wisata berdasarkan karakteristik pengunjung, secara keseluruhan memilik persentase hampirimbang, kedudukan kedua atraksi sama-sama merupakan pavorit pengunjung. Bisa disimpulkan, bahwa atraksi wisata alamiah tidak dapat dipisahkan dengan atraksi wisata buatan, keduanya saling terkait dan harus saling melengkapi dalam mensukseskan penyelenggaraan kegiatan wisata Teluk Palu. Perlu usaha pengembangan dan penataan yang saling bersinergi terhadap kedua atraksi tersebut agar menjadi kesatuan kawasan wisata yang lebih menarik dan kompak dengan lingkungan sekitarnya.



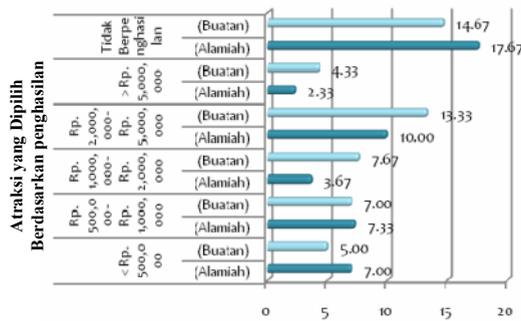
Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 4
GRAFIK ATRAKSI WISATA YANG DIGEMARI BERDASARKAN KARAKTERISTIK JENIS KELAMIN PENGUNJUNG



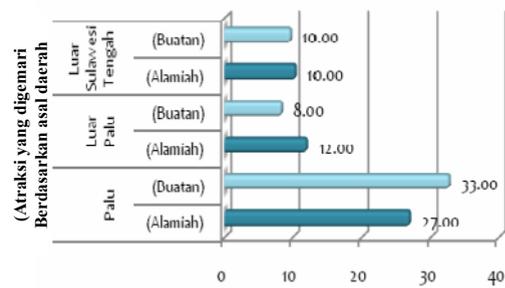
Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 5
GRAFIK ATRAKSI WISATA YANG DIGEMARI BERDASARKAN USIA PENGUNJUNG



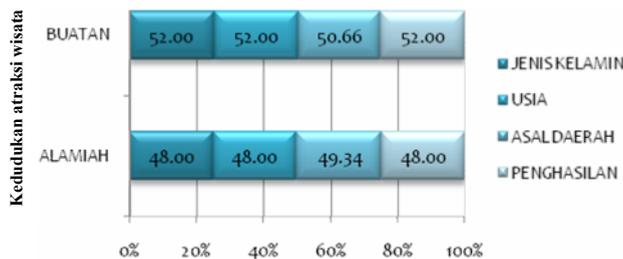
Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 6
GRAFIK ATRAKSI WISATA YANG DIGEMARI BERDASARKAN PENGHASILAN PENGUNJUNG



Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 7
GRAFIK ATRAKSI WISATA YANG DIGEMARI BERDASARKAN ASAL DAERAH PENGUNJUNG



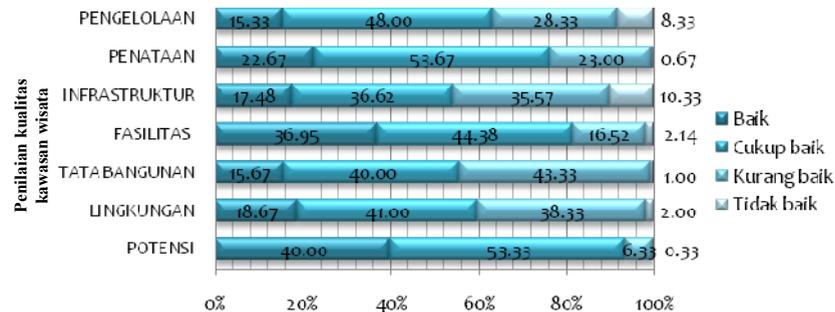
Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 8
GRAFIK KEDUDUKAN ATRAKSI WISATA TELUK PALU

Penilaian Kawasan Wisata

Analisis ini bertujuan untuk menilai kualitas kawasan wisata Teluk Palu, apakah sudah dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapan pengunjung. penilaian ini dikaji berdasarkan karakteristik *tangibles* atau penilaian bukti langsung atau berwujud, dan berdasarkan faktor peningkatan kualitas ruang terbuka oleh Darmawan (2009) dari segi kenyamanan dengan memberikan kenikmatan kepada pengunjung dengan cara menyediakan fasilitas dan infrastruktur di kawasan wisata. Sedangkan menurut Hakim (2002) kenyamanan dipengaruhi oleh aspek iklim dan kekuatan alam serta keindahan yang di nilai dari potensi wisata dan

lingkungannya; aspek bentuk di nilai dari tata bangunan dan konsep penataan sekitar kawasan wisata; dan aspek pengelolaan kawasan wisata Sehingga analisis penilaian kualitas kawasan pariwisata terdiri dari penilaian Potensi, lingkungan, tata bangunan, konsep penataan, sarana dan prasarana, serta pengelolaannya.



Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 9
GRAFIK PENILAIAN KAWASAN WISATA TELUK

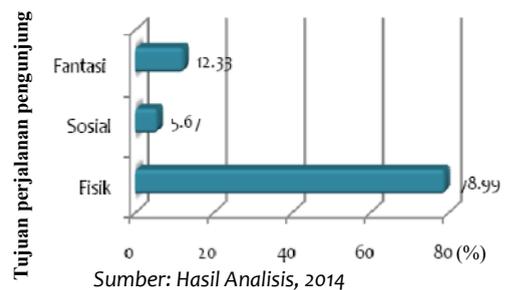
Motivasi pengunjung wisata

Analisis ini dimaksud untuk mengetahui aspek yang dapat mengarahkan pengunjung ke tujuan wisata atau dengan kata lain mencari tahu keinginan, dorongan, kebutuhan serta harapan setiap pengunjung yang datang ke kawasan wisata Teluk Palu.

1. Keinginan

Keinginan seseorang merupakan disposisi potensial dalam dirinya yang harus di respon/ di penuhi sesuai dengan sifat, intensitas, dan jenisnya (Murry & Maslow, dalam Asnawi 2002), dan keinginan ini akan terus muncul apabila belum terpenuhi. Motivasi berwisata pengunjung didasarkan atas keinginan untuk melakukan perjalanan dan mendatangi setiap objek wisata yang ada dikawasan Teluk Palu, dengan harapan dan tujuan tertentu.

Faktor yang paling mempengaruhi pengunjung untuk melakukan perjalanan ke kawasan wisata, mayoritas karena motivasi fisik (78.99%) berupa keinginan untuk menikmati keindahan alam sambil berekreasi, berolah raga dan untuk refreshing dan merefleksikan tubuh dan pikiran yang mengalami kepenatan dan kejenuhan dalam beraktivitas sehari-hari serta memulihkan



Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 10
GRAFIK TUJUAN PERJALANAN
KE KAWASAN WISATA TELUK PALU

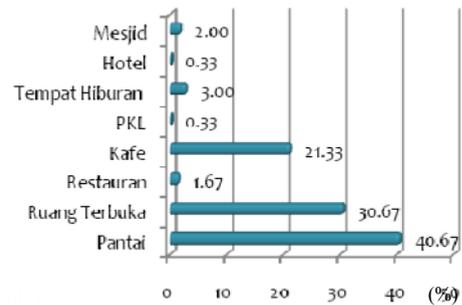
kesehatan. Dengan berkunjung ke tempat ini menjadikan pikiran lebih tenang damai, dan lebih segar. Sedangkan motivasi fantasi (12.33%) berupa keinginan untuk melihat pertunjukkan atau event yang diselenggarakan atau menikmati permainan di sekitar Teluk Palu dan motivasi sosial (5.67%) yaitu bertemu dan bersosialisasi dengan orang lain. Dilihat dari frekuensi kedatangan mereka, hampir tiap minggu (44.00%) bahkan tiap hari (27.67%, total) mereka berkunjung ke tempat ini karena alasan motivasi tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mereka menyukai dan merasa senang (64.67%) keinginan mereka terpenuhi untuk melakukan wisata di kawasan Teluk Palu.

2. Dorongan

Aspek dorongan ditinjau dari faktor penggerak pengunjung untuk melakukan wisata di sekitar kawasan Teluk Palu.

a. Variasi objek wisata

Terdapat variasi objek kunjungan yang tersedia di kawasan wisata Teluk Palu, sebagai pendorong pengunjung untuk memutuskan berwisata atau rekreasi di kawasan ini. Dalam 1 (satu) kali kunjungan, pengunjung bisa mendatangi 2 (dua) hingga 7 (tujuh)

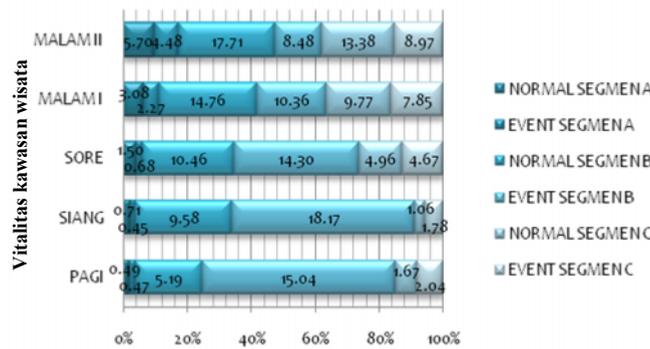


Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 11

GRAFIK VARIASI OBJEK KUNJUNGAN

kunjungan sekaligus, karena ragam objek wisata yang ada, letaknya tidak begitu berjauhan antar masing-masing objek. Dari variasi objek yang ada pantai (40.67%), ruang terbuka (30.67%) dan kafe-kafe (21.33%) merupakan tempat paling pavorit pilihan masyarakat,



Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 12
GRAFIK VITALITAS

karena merupakan lokasi paling nyaman untuk merelaksasi pikiran, refreshing, dan bersosialisasi dengan masyarakat lainnya. Sehingga kondisi ini sangat mendukung pernyataan, tentang mayoritas pengunjung yang memilih motivasi fisik sebagai tujuan perjalanan mereka.

b. Vitalitas

Analisis vitalitas bertujuan untuk melihat puncak keramaian yang timbul dari efek penawaran atraksi wisata di Teluk Palu. Terlihat persentase rata-rata jumlah pengunjung yang cukup signifikan di 5 (lima) waktu pengamatan di masing-masing segmen. Ditinjau persegmentasi, segmen B memiliki vitalitas tertinggi di setiap waktu pengamatan, dibandingkan segmen lainnya, baik pada saat kondisi normal (total 57.70%) maupun adanya penyelenggaraan event (total 66.35%). Keberadaan anjungan, taman dan dermaga yang mengarah ke pantai, berbagai macam jenis permainan untuk anak dan PKL yang menjajakan makanan yang menarik perhatian pengunjung. Di sisi berlawanan Segmen B terdapat kafe di pusat rekreasi masyarakat yang menjadi tempat pavorit masyarakat berikutnya.

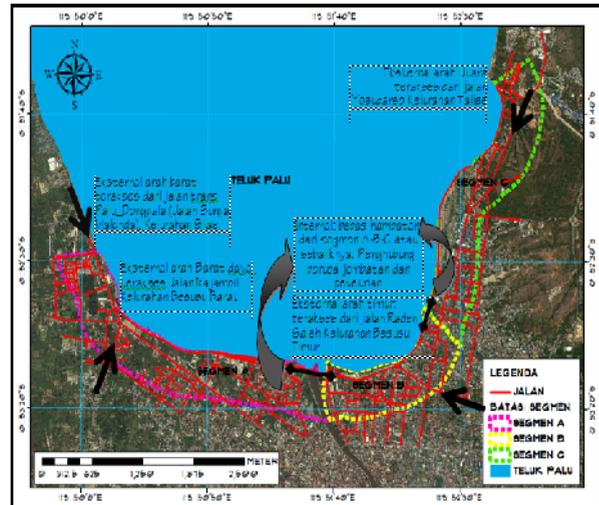
Ditinjau dari 5 (lima) waktu kunjungan, vitalitas paling tinggi disaat pada malam hari, terlebih lagi pada jam 22.00-00.00 bahkan hingga dini hari. Jumlah pengunjung pada malam hari mencapai 27.60%-36.79%, dan kegiatannya berpusat pada kafe-kafe yang tersebar di sepanjang Teluk Palu. Sedangkan saat penyelenggaraan event, vitalitas tinggi terlihat saat pagi, siang dan sore hari khusus pada segmen B, sedangkan disegmen lainnya vitalitas tinggi di malam hari. Secara keseluruhan, saat ada perayaan jumlah pengunjung pada malam hari turun menjadi 20.48%-21.93%, dan meningkat pada waktu pagi (17.54%), siang (20.40%), dan sore (19.65%).

c. Aksesibilitas dan keterjangkauan jarak

Lokasi pariwisata Teluk Palu sangat strategis berada di tengah Kota sehingga memudahkan pengunjung untuk senantiasa berkunjung. Menurut mereka, tidak perlu melakukan rekreasi atau wisata keluar kota, yang memakan waktu dan biaya yang banyak untuk berwisata pantai, cukup ke kawasan ini, sudah dapat merasakan nikmatnya berwisata alam yang didukung dengan akses pencapaian yang mudah dan dapat ditempuh dengan kendaraan bermotor, jalan kaki atau sepeda.

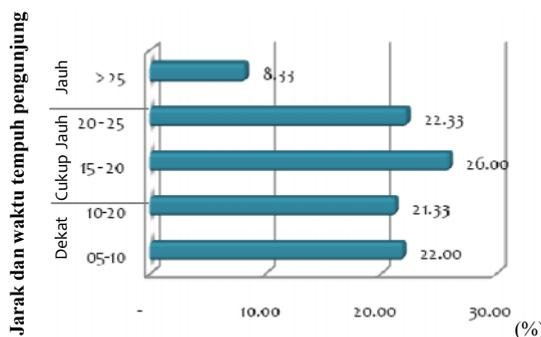
Secara eksternal, Kawasan wisata dapat di akses dari segala penjuru Kota Palu, dari arah barat di akses dari Jalan Sungai Malonda Kelurahan Silae, dari arah selatan terakses dari Jalan Rajamoili Kelurahan Besusu Barat, dan dari arah timur terakses dari jalan Raden Saleh Kelurahan Besusu Timur,

sedangkan dari arah utara terakses dari Jalan Yosudarso Kelurahan Talise. Moda transportasi yang mengakses kawasan ini, adalah angkutan umum, dari 07.00 wita hingga 21.00 wita, namun hanya melewati kawasan Jalan Rajamoili dan Jalan Raden Saleh,



Sumber: Hasil Analisis, 2014

GAMBAR 13
PETA AKSESIBILITAS



Sumber: Hasil Analisis, 2014

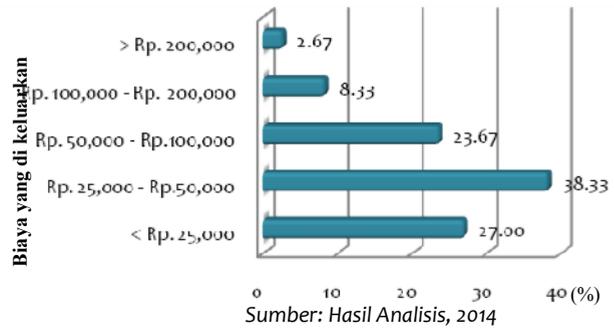
GAMBAR 14
GRAFIK JARAK DAN WAKTU TEMPUH PENGUNJUNG KE KAWASAN WISATA TELUK PALU

lebih tepatnya sekitar segmen B, sedangkan segmen A dan C tidak di lalui oleh angkutan umum. Selain itu, dapat di akses oleh taxi, dengan waktu operasional yang tidak terbatas dan kendaraan pribadi berupa kendaraan bermotor atau sepeda. Secara internal, pencapaiannya pun cukup mudah dan cukup bebas hambatan baik dari Segmen A ke Segmen B, atau dari Segmen B menuju ke Segmen C, ataupun sebaliknya.

Sebanyak 48.33% pengunjung memiliki jarak rumah ke lokasi wisata cukup jauh, dengan waktu tempuh 15-20 menit, sedangkan jarak dekat sebanyak 43.33%, yang di tempuh 5-10 menit. Jarak dekat di tempuh oleh pengunjung yang berada di sekitar kawasan Palu bagian Barat dan Timur, dan jarak yang cukup jauh berasal dari Palu bagian selatan dan Utara, sedangkan jarak jauh pengunjung dari luar Kota Palu. Pencapaian mereka ke kawasan wisata ditempuh dengan menggunakan ragam moda transportasi baik jalan kaki, sepeda, angkutan umum/sewa, maupun kendaraan bermotor dan yang didominasi oleh kendaraan beroda dua (72.67%).

d. Biaya

Biaya merupakan salah satu kendala bagi setiap orang untuk mewujudkan setiap keinginan, kebutuhan atau harapannya. Mahalnya *bugget* yang dikeluarkan untuk memperoleh keinginan tersebut, kadangkala bisa membatalkan semua rencana



GAMBAR 15

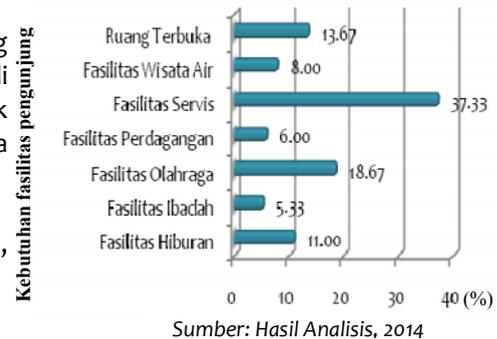
GRAFIK KETERJANGKAUAN BIAYA WISATA

yang telah disusun sebelumnya. Keterjangkauan biaya adalah faktor penggerak berikutnya bagi pengunjung untuk memutuskan melakukan wisata ke Kawasan Teluk Palu. Pengunjung mengeluarkan biaya paling banyak dalam sekali kunjungan adalah Rp. 25,000-Rp. 50,000 (38.33%). Murah nya biaya wisata menjadikan Teluk Palu sebagai tempat wisata dan rekreasi pavorit keluarga, karena terjangkau nya biaya wisata oleh pengunjung, cukup hanya mengeluarkan biaya Rp. 25,000,- -Rp. 100,000,- kebutuhan fisik dan psikis pengunjung sudah bisa terpenuhi.

3. Kebutuhan

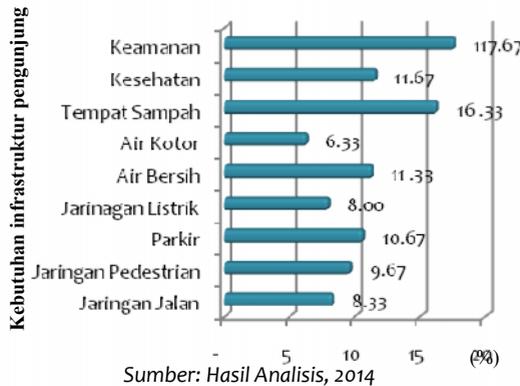
Terdapat kebutuhan pengunjung yang diharapkan bisa terpenuhi atau tersedia di kawasan wisata, yang sifatnya lebih menarik serta kualitas baik dan dapat mawadahi segala bentuk aktivitas wisata yang dilakukan.

Kebutuhan pengunjung yang paling krusial, adalah fasilitas servis, berupa kamar mandi/ bilas



GAMBAR 16

GRAFIK KEBUTUHAN FASILITAS



GAMBAR 17

GRAFIK KEBUTUHAN INFRASTRUKTUR

dan toilet umum, ATM, dan fasilitas internet, pusat informasi (pariwisata dan bencana) serta pos pemantau kebersihan dan keamanan. Fasilitas Olahraga seperti *jogging track*, jalur sepeda sepanjang pantai Teluk Palu, serta arena *sketboard*; Ruang terbuka berupa taman bermain yang dilengkapi dengan furniture seperti kursi, sculpture dan lampu taman yang menarik, serta ruang

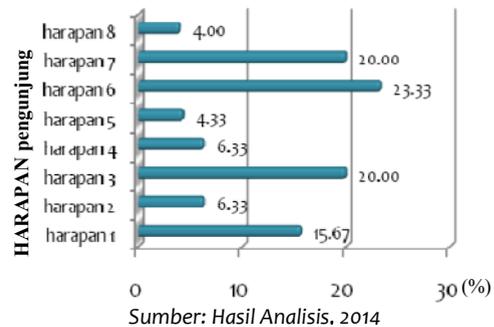
terbuka hijau sepanjang pantai yang sekaligus dijadikan sebagai daerah penyangga; serta fasilitas hiburan berupa wahana bermain keluarga yang sifatnya atraktif, bioskop dan panggung pertunjukan. Kelengkapan infrastruktur pun menjadi kebutuhan pengunjung untuk bisa terpenuhi. Semua jenis infrastruktur sangat diperlukan untuk tersedia atau di

perbaiki segera, bagi mereka, infrastruktur yang ada saat ini masih belum memadai untuk bisa mendukung kegiatan wisata yang ada.

4. Harapan

Kajian ini dimaksudkan untuk mengetahui keinginan dan cita-cita pengunjung terkait pengembangan kawasan wisata Teluk Palu menuju pencapaian yang lebih berkualitas, berupa kondisi dan penataan lebih baik lagi. Harapan pengunjung, sebagai berikut:

1. Maju dan berkembang menjadi objek wisata yang lebih baik dan menarik;
2. Lebih terciptanya suasana aman, nyaman, dan tentram;
3. Menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan, kebersihan, keindahan, kelestarian dan keamanan kawasan wisata;
4. Keseriusan pemerintah dalam kemajuan dan pengembangan kawasan secara berkelanjutan;
5. Kerjasama antara masyarakat, pemerintah dan pihak terkait dalam kemajuan dan pengembangan kawasan wisata;
6. Peningkatan, perbaikan serta pemeliharaan fasilitas dan infrastruktur wisata;
7. Penataan, pengelolaan serta pemeliharaan lingkungan kawasan wisata yang lebih baik untuk Mewujudkan Visi Kota Palu; dan
8. Kawasan wisata yang terjangkau oleh semua lapisan Masyarakat.



GAMBAR 18
GRAFIK HARAPAN PENGUNJUNG

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, untuk mengetahui preferensi pengunjung terhadap daya tarik objek wisata Teluk Palu di Kota Palu, maka di tarik kesimpulan bahwa

1. Atraksi wisata alamiah tidak dapat dipisahkan dengan atraksi wisata buatan, keduanya saling terkait dan harus saling melengkapi dalam mensukseskan penyelenggaraan kegiatan wisata Teluk Palu.
2. Penilaian kualitas kawasan yang dilakukan terhadap 6 (enam) aspek penilaian berdasarkan karakteristik *tangibles* secara keseluruhan kondisi kawasan dinilai sudah cukup baik. Perlu pembenahan dari segi pemeliharaan, penataan dan keberlanjutan pembangunan kawasan wisata serta penanganan masalah-masalah yang terjadi di masing-masing yang dapat merusak tumbuh kembang pariwisata Teluk Palu kedepannya, sehingga dapat tercipta kawasan wisata yang berkualitas baik sesuai harapan pengunjung yang bersinergi dengan visi misi Kota Palu.
3. Aspek pengarah / penggerak pengunjung ke kawasan wisata ke Teluk Palu didasarkan atas keinginan, dorongan / motif, kebutuhan serta harapan setiap pengunjung yang datang. Apabila di tinjau dari motivasi bentuk perjalanannya, tergolong jenis wisata untuk menikmati perjalanan, terlihat dari keinginan pengunjung untuk melakukan perjalanan karena motivasi fisik (78.99%). Di tinjau dari daya tariknya, pengunjung termotivasi dari berbagai aspek mulai ragam variasi atraksi wisata yang ditawarkan; vitalitas yang tinggi baik kondisi normal maupun ada event, aksesibilitasnya mudah serta keterjangkauan jarak dan biaya oleh pengunjung sehingga mereka terdorong dan suka melakukan kegiatan wisata di kawasan Teluk Palu.

Walaupun dihadapkan dengan kondisi kawasan wisata belum optimal dari segi pemanfaatan ruang serta perencanaan dan penataan yang belum terealisasi dengan baik dan menyeluruh, namun tidak menyurutkan niat pengunjung untuk tetap berkunjung. Sehingga perlu keterlibatan pemerintah, masyarakat, dan pelaku wisata lain dalam melakukan perencanaan dan pembangunan aspek yang mendukung kegiatan pariwisata Teluk Palu seperti penataan dan peningkatan atraksi wisata buatan berupa kelengkapan fasilitas dan infrastruktur wisata dan pengelolaan yang baik terhadap atraksi alamiah secara berkelanjutan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengunjungnya, agar dapat memajukan pariwisata Kota Palu dengan menarik pengunjung lebih banyak untuk bisa memanfaatkan kawasan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi. 2002. *Teori Motivasi dalam Pendekatan Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Studio Press.
- Atkinso. 1964. *An Introduction to Motivation*. The University Series in Psychology. New York: D. Van Nostrand Company, Inc.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Palu, 2013. PERDA No. 16 tahun 2013–2030. Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Palu.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Palu, 2013. Survey Data Potensi Persiapan RIPDA Kota Palu. Kota Palu.
- Bindra. 1959. *Motivation*. New York: the Ronald press company.
- Chen, and Tsai. 2007. “How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions”. *Tourism Management*, Vol.28.
- Damanik dan Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: CV. ANDI Offset.
- Darmawan. 2009. *Ruang Publik dalam Arsitektur Kota*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hakim. 2002. *Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ishak dan Hendri. 2004. *Manajemen Motivasi*. Jakarta. PT. Grasindo.
- Joaqui and Jaume. 2010. “Tourist Satisfaction and Dissatisfaction”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 37. 1. Pp 52-73.
- Kusmayadi. dan Sugianto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT. SUN.
- Murphy, E. Peter. 1985. *Tourism: A Community Approach*. New York: Routledge Library Editions, Tourism.
- Nandi. 2008. Pariwisata dan Pengembangan Sumberdaya Manusia. *Jurnal GEA* Vol. 8, No.1.
- Robbins dan Mary. 2005. *Manajemen*. PT INDEKS Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Soebagyo. 2012. Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Liquidity*, Vol.1, No.2, Juli-Desember 2012.
- Soekadijo. 1997. *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Lingkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sri Mulyani Martaniah. 1984. *Motif Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.
- Suharso. 2009. *Perencanaan Objek wisata dan kawasan Pariwisata*. Malang: PPSUB.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990. Tentang Kepariwisata.
- Wahab. 2003. *Manajemen Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.