

PENGARUH *ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITY, ANCILLARY* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA KE PANTAI LAWATA BIMA

Moch. Zuan Abdillah¹, Yayu Indrawati², L.G.L.K. Dewi³

Email: zuanruuz95@gmail.com¹, indrawati.tourism@gmail.com², leli_ipw@unud.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: Aims to analyze the influence of 4A, namely attraction, accessibility, amenity, and ancillary towards the interest of domestic tourists in visiting Lawata Beach Bima. Using both qualitative and quantitative approaches (mix methods). The informant determination technique uses Purposive Sampling and the sample determination technique uses Probability Sampling technique with Simple Random Sampling derivatives. The sample amounted to 100 samples/respondents, with the criteria that respondents come from both outside and from Bima aged 17-60 years who will, are and have visited Lawata Beach Bima at least once. Data collection was carried out through a questionnaire with a modified Likert scale, which was distributed physically and online. Descriptive data analysis was carried out using Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) with the help of SmartPLS version 4.1.0.6 software. The results showed that only attraction has a significant effect on the interest of visiting archipelago tourists to Lawata Beach Bima with a significance value of $0.00 < 0.05$. Meanwhile, accessibility, amenity, and ancillary services do not have a significant influence on visiting interest with a significance value of $0.64 > 0.05$, $0.25 > 0.05$ and $0.22 > 0.05$, respectively. This shows that the attractiveness of Lawata Beach Bima, such as its natural beauty, activities, and uniqueness, is the main factor that encourages the interest of domestic tourists to visit.

Abstrak: Bertujuan untuk menganalisa pengaruh 4A yaitu *attraction* (daya tarik), *accessibility* (aksesibilitas), *amenity* (fasilitas), dan *ancillary* (pelayanan tambahan) terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima. Menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mix methods*). Teknik penentuan informan menggunakan *Purposive Sampling* dan teknik penentuan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan turunan *Simple Random Sampling*. Sampel berjumlah 100 sampel/responden, dengan kriteria responden berasal baik dari luar maupun dari Bima berusia 17-60 tahun yang akan, sedang dan pernah mengunjungi Pantai Lawata Bima minimal 1 kali. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala *Likert* yang dimodifikasi, yang disebarakan secara fisik dan *online*. Analisis deskriptif data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS versi 4.1.0.6 Hasil menunjukkan bahwa hanya *attraction* (daya tarik) yang berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Sementara itu, *accessibility* (aksesibilitas), *amenity* (fasilitas), dan *ancillary* (pelayanan tambahan) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung dengan nilai signifikansi masing-masing adalah $0,64 > 0,05$, $0,25 > 0,05$ dan $0,22 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik Pantai Lawata Bima, seperti keindahan alam, aktivitas, dan keunikannya, menjadi faktor utama yang mendorong minat wisatawan nusantara untuk berkunjung.

Keywords: : accessibility, amenity, ancillary, attraction, domestic tourists, interest in visiting, lawata beach

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah bidang atau sektor ekonomi yang memiliki ragam daya tarik wisata di dalamnya. Sebagai salah satu dari negara *Archipelago* (Negara Kepulauan) terbesar, tentu Indonesia memiliki sejumlah potensi wisata yang luar biasa. Keindahan alam

dan budaya yang tidak ada habisnya serta pesona yang dipancarkannya selalu memikat hati. Sejalan dengan potensi tersebut, sektor pariwisata merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia. Dilansir dari situs web *kominfo.go.id*. yang diakses pada 7 April 2024,

Pariwisata punya posisi strategis dalam peningkatan devisa negara. Bahkan pada tahun 2022, industri pariwisata Indonesia mampu menyumbang sekitar US\$ 10 miliar devisa negara. Posisi tersebut menjadi nomor empat setelah minyak, batu bara dan kelapa sawit.

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terbilang cukup pesat dan masif dalam pembangunan pariwisatanya pada beberapa tahun belakangan ini. Hal ini terbukti dengan sukses diadakannya beberapa *International Events* seperti MotoGP Kuta Mandalika Lombok pada tahun 2022 dan MXGP Samota Sumbawa pada tahun 2023. Berdasarkan sumber yang dikutip dari *website liputan6.com* yang diakses 12 Juni 2024, MotoGP pada tahun 2022 lalu memberikan dampak yang luar biasa terhadap sektor kuliner, transportasi, penginapan, hingga produk UMKM dan lainnya. Berdasarkan data, MotoGP Mandalika memberikan nilai tambah ekonomi bagi ekonomi Indonesia sebesar Rp 4,5 triliun. Tingkat kepuasan pengunjung atas penyelenggaraan MotoGP dengan berbagai rangkaiannya sebesar 88 persen dan mereka menyatakan akan kembali pada event berikutnya.

Bima merupakan salah satu bagian dari provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki kombinasi keindahan alam dan kekayaan budaya yang unik serta kaya akan potensi wisata. Salah satu sektor yang menjadi potensi wisata di Bima adalah wisata bahari. Beberapa wisata bahari yang terdapat di Bima memiliki ciri khas, keunikan atau daya tariknya masing-masing. Sesuai dengan namanya, Pantai Pink Lambu memiliki daya tarik yang terletak pada warna pasirnya yang berwarna pink. Selain itu, Pantai Pink Lambu merupakan destinasi atau daya tarik wisata yang masih sangat jarang dikunjungi, hal tersebut menjadikan pantai ini menjadi sangat potensial untuk dikunjungi banyak wisatawan ditambah dengan kondisi pantainya yang masih sangat asri, alami dan juga eksotis.

Selain Pantai Pink Lambu, salah satu wisata bahari yang terkenal adalah Pantai Lawata Bima. Pantai Lawata Bima merupakan salah satu lokasi daya tarik wisata andalan yang berada di Kota Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Menurut *bimantika.com*, dahulu Pantai Lawata Bima hanyalah daya tarik wisata alternatif warga Bima untuk menikmati pantai tanpa adanya geliat dan gerakan perekonomian. Namun, kini Pantai Lawata Bima dapat

disaksikan sebagai daya tarik wisata yang menggerakkan roda perekonomian masyarakat Kota Bima.

Sebuah daya tarik wisata yang dikatakan sukses, sejatinya harus memenuhi kebutuhan dan memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan melalui empat komponen utama, yang dikenal sebagai 4A (4As). 4A tersebut adalah atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas (*amenity*) dan pelayanan tambahan (*ancillary*) (Cooper *et.al.*, 1993 dalam Suwena dan Widyatmaja, 2010: 101).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di lapangan per tanggal 3 Mei 2024, Pantai Lawata Bima dapat dikatakan sudah memiliki semua komponen 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity & Ancillary*) sebagai syarat ideal yang harus dimiliki oleh objek wisata. Seperti adanya daya tarik alam yang terdiri dari keindahan panorama teluk Bima, spot-spot foto yang *instagramable* dan view sunset yang memanjakan mata, memiliki akses jalan yang lebar dan luas di lokasi wisata, memiliki beberapa fasilitas rekreasi seperti adanya kolam renang dan rekreasi air (*Banana Boat, Jet Ski*), serta adanya *Tourism Information Center* (TIC) yang menjadi salah satu bentuk pelayanan tambahan untuk wisatawan yang disediakan oleh Pengelola Destinasi bersama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bima. Daftar rinci mengenai wahana, atraksi dan fasilitas yang dimiliki oleh Pantai Lawata Bima pada tahun 2024 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. Data Wahana, Atraksi dan Fasilitas pada Daya Tarik Wisata Pantai Lawata Bima

No	Nama	Jumlah	Kondisi	Keterangan
1.	Banana Boat	2	1 Baik	1 Rusak
2.	Rolling Doughnut	1	Baik	
3.	Speed Boat	2	1 Baik	1 Rusak
4.	Jet Ski	1	Baik	
5.	Kano	3	Baik	
6.	Bebek Kayuh	3	Baik	
7.	Sepeda Listrik	4	Baik	
8.	Kolam Renang	2	Baik	Dewasa & Anak-anak
9.	Pondok Wisata	3	Baik	
10.	Guest House	2	Baik	

11.	Resto/Meeting Room	1	Baik
-----	--------------------	---	------

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bima, 2024

Pemerintah dan Pengelola Destinasi, berdasarkan pemaparan sebelumnya, telah membangun berbagai macam bentuk *attraction* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenity* (fasilitas) dan *ancillary* (pelayanan tambahan) sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah kunjungan (minat berkunjung) wisatawan ke Pantai Lawata Bima. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah kunjungan yang stabil dan adanya potensi kenaikan jumlah kunjungan walau tidak signifikan. Jumlah kunjungan wisatawan dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisata ke Daya Tarik Wisata Pantai Lawata Bima (2019-2023)

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Asing	Total
2019	170.646	-	170.646
2020	156.333	-	156.333
2021	104.378	-	104.378
2022	124.896	-	124.896
2023	128.127	113	128.240

(Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bima, 2024)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dapat dilihat adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Lawata Bima pada tahun 2021 hingga 2023 dengan persentase kenaikan sebanyak 11.17%, meskipun pada tahun 2019 hingga 2021 terjadi adanya penurunan yang diakibatkan pandemi *covid-19* namun masih tergolong cukup stabil.

Dengan adanya potensi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara ditambah dengan adanya potensi kunjungan wisatawan asing ke Pantai Lawata Bima, hal tersebut dapat menjadi peluang besar bagi Pemerintah Kota dan Pihak Pengelola Pantai Lawata Bima. Adanya potensi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan terutama wisatawan nusantara, masih belum adanya studi sejenis serta melihat adanya urgensi, menjadi dasar yang melatarbelakangi studi ini dalam hal menganalisis lebih jauh bagaimana pengaruh *attraction*, *accessibility*, *amenity* & *ancillary* terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan nusantara melalui

komponen 4A perlu dikaji untuk mengetahui aspek mana yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan, aspek mana yang masih perlu ditingkatkan serta aspek mana yang paling dominan, sehingga hal-hal tersebut dapat menjadi rekomendasi dan panduan yang berharga bagi Pemerintah Kota Bima dan Pihak Pengelola Destinasi. Dengan adanya rekomendasi dan panduan sebelumnya, pemerintah dan pihak pengelola dapat menyusun strategi dan perencanaan yang tepat kedepannya guna memaksimalkan potensi jumlah kunjungan ke Pantai Lawata Bima. Pada akhirnya, jumlah kunjungan yang meningkat dapat berkontribusi pada perekonomian masyarakat lokal serta dapat meningkatkan jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bima yang pada tahun 2024 ini menurut sumber *detikbali.com* tahun 2024 diproyeksikan mencapai 1.27 miliar. Angka tersebut naik 66.67% dari PAD tahun sebelumnya yaitu tahun 2023 sebesar 762 juta rupiah.

METODE PENELITIAN

Dalam hal ini, analisis digunakan indikator dari komponen 4A yaitu *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity* dan *Ancillary* terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara di Daya Tarik Wisata Pantai Lawata Bima yang terletak di Kelurahan Dara, Kecamatan Rasanae Barat, Kota Bima, Nusa Tenggara Barat (NTB).

Digunakan dua jenis pendekatan, yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mix methods*). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, angket atau kuesioner, wawancara serta dokumentasi langsung dan terkait. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling* dan teknik penentuan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan turunan *simple random sampling*. Adapun sampel berjumlah 100 sampel/responden, dengan kriteria responden berasal baik dari luar maupun dari Bima berusia 17-60 tahun yang akan, sedang dan pernah mengunjungi Pantai Lawata Bima minimal 1 kali.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif data yang dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS versi 4.1.0.6. Tahapan pengujian yaitu uji *outer model* (uji validitas dan reliabilitas) dan *inner model* (uji *Multicollinearity*, *R-square*, *F-square* (*Effect Size*), *Goodness of Fit* dan *Path*

Coefficient (Direct Effect) atau Pengujian Hipotesis (Signifikansi))

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pantai Lawata Bima

Pantai Lawata, yang terletak di Dara, Rasanae Barat, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat, Indonesia, memiliki sejarah yang kaya dan terkait erat dengan sejarah Kota Bima itu sendiri. Nama "Lawata" berasal dari kata "Lawang Ita", gabungan dari bahasa Jawa dan Bima, yang berarti "pintu gerbang" bagi siapa pun yang masuk ke Kota Bima. Menurut catatan sejarah, Pantai Lawata pertama kali diperkenalkan oleh para Ncuhi (kepala suku) kepada seorang musafir dari tanah Jawa yang dijuluki Sang Bima pada abad ke-11. Sang Bima dan kedua putranya kembarnya tiba di Bima melalui Lawata, yang saat itu merupakan pintu masuk utama ke kota.

Pantai ini telah menjadi tempat wisata sejak tahun 1960-an dan terus berkembang hingga saat ini. Dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bima, Lawata menjadi salah satu objek wisata paling populer di daerah tersebut. Selain keindahan pantainya, Lawata juga memiliki nilai sejarah yang penting dengan adanya Goa Jepang dan jembatan yang dibangun sejak zaman Belanda. Pantai Lawata tidak hanya sekedar tempat wisata, tetapi juga memiliki makna budaya yang mendalam bagi masyarakat Bima. Pantai ini dianggap sebagai simbol pintu gerbang dan awal mula sejarah Kota Bima. Terdapat legenda menarik seputar Pantai Lawata, yang menceritakan tentang makam misterius di bukit wisata Lawata yang diyakini sebagai makam seorang tokoh penting dalam sejarah Bima.

Saat ini, Pantai Lawata Bima menjadi destinasi wisata favorit bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Dengan harga tiket masuk bagi pengunjung yaitu RP. 5.000,-/orang, pengunjung bisa menikmati berbagai macam keindahan alam yang memukau, fasilitas yang memadai, serta nilai sejarah dan budaya yang kaya yang terdapat di Pantai Lawata Bima.

Karakteristik Responden

Sebanyak 102 responden terakumulasi telah mengisi kuesioner baik dari kuesioner fisik maupun online (*goofle form*). Jumlah sampel kemudian dibulatkan kembali menjadi 100 sampel dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yang dilakukan dengan

menggunakan rumus RAND pada *software Microsoft Excel* tahun 2019.

Dari 100 responden yang telah ter tabulasi, terdapat 13 karakteristik yang secara rinci dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Item	Optional	Freq.	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	35	35,4%
	Perempuan	65	64,6%
Usia	17-25	60	60,6%
	26-34	17	17,2%
	35-43	9	9,1%
	44-52	12	12,1%
	53-60	1	1,0%
Pendidikan Terakhir	SMP/ Sederajat	1	1,2%
	SMA/ Sederajat	45	49,4%
	Diploma	3	2,4%
	Sarjana	47	42,2%
	Pascasarjana	4	4,8%
	Doktor	0	0%
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	56	56,6%
	Wiraswasta	17	16,9%
	Pegawai Swasta	11	12,0%
	Pegawai Negeri	11	8,4%
	IRT	1	1,2%
	Pegawai Honorer	1	1,2%
	Tutor Les Privat	1	1,2%
	Penyuluh Non-PNS	1	1,2%
	Lainnya	1	1,2%
Asal Daerah	Dompu	22	22,2%
	Luar Bima	20	20,2%
	Bima	14	14,1%
	Mataram	10	10,1%
	Sumbawa Besar	7	7,1%
	Lombok	7	7,1%
	Solo	4	4%
	Mojokerto	4	4%
	Bali	3	3%
	Lunyuk (Sumbawa)	3	3,2%
	Sumbawa	2	2%
	Pekanbaru	1	1%
	Lombok Timur	1	1%

	Magelang	1	1%
	Yogyakarta	1	1%
Status Pernikahan	Menikah	31	31%
	Belum Menikah	69	69%
Pernah Mengunjungi	Ya	96	96%
	Tidak	4	4%
Frekuensi Kunjungan	1 kali	42	43,8%
	2-3 Kali	23	24,0%
	Lebih dari 3 kali	31	32,3%
Jenis Perjalanan	Liburan Kunjungan Wisata	70	72,9%
	Singgah/ Transit	16	16,7%
	Kunjungan Keluarga/ Kerabat	9	9,4%
	Bermain bersama Teman Sekelas	1	1%
Teman Perjalanan	Teman	52	54,2%
	Keluarga	39	40,6%
	Sendiri	3	3,1%
	Pasangan	2	2,1%
Durasi Berwisata	Kurang dari 1 jam	9	9,4%
	1-2 jam	41	42,7%
	2-4 jam	37	38,5%
	Lebih dari 4 jam	9	9,4%
Kapan Berwisata	Hari kerja (Senin-Jumat)	6	6,3%
	Akhir pekan (Sabtu Minggu)	75	78,1%
	Libur nasional	15	15,6%
Sumber Informasi	Rekomendasi Teman/ Keluarga	64	64%
	Media Sosial	33	33%
	Plank Lawata	2	2%
	Website Resmi	1	1%

Sumber: Data Primer, 2024

Pada tabel 3, masing-masing karakteristik responden berdasarkan data yang diberikan, mayoritas responden yang mengunjungi objek wisata didominasi oleh perempuan (64,6%) yang berusia 17-25 tahun (60,6%) dengan pendidikan terakhir SMA atau sederajat (49,4%). Sebagian besar dari mereka berstatus pelajar atau mahasiswa (56,6%) dan berasal dari Dompu (22,2%). Mayoritas responden belum menikah (69%) dan hampir semua dari mereka telah mengunjungi objek wisata tersebut setidaknya sekali (96%). Alasan utama mereka berkunjung adalah untuk liburan atau kunjungan wisata (72,9%) dengan sebagian besar melakukan kunjungan sebanyak satu kali (43,8%), biasanya bersama teman (54,2%). Durasi kunjungan mereka kebanyakan antara 1-2 jam (42,7%) dan lebih sering dilakukan pada akhir pekan (78,1%). Informasi mengenai objek wisata ini umumnya mereka dapatkan dari rekomendasi teman atau keluarga (64%).

Uji Outer Model

Sebelumnya telah disebarkan kuesioner untuk di uji validitas dan reliabilitasnya kepada 30 responden diluar dari responden asli (yang dituju). Hasil kuesioner yang berupa angka kemudian ditabulasi ke dalam *software Microsoft Excel 2019*. Selanjutnya data mentah pada *Excel* kemudian di impor ke dalam *software SmartPLS 4.1.0.6* (versi 4) dan dilakukan perhitungan dengan bantuan kalkulasi “*PLS-SEM Algorithm*”. Setelah pengujian dan perhitungan yang dilakukan, maka didapatkan hasil sebagai berikut.

Uji Validitas

Tabel 4. Uji Validitas (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Result
ACCESSIBILITY (X2)	0.571	Akurat
ATTRACTION (X1)	0.555	Akurat
AMENITY (X3)	0.586	Akurat
ANCILLARY (X4)	0.726	Akurat
MINAT BERKUNJUNG (Y)	0.763	Akurat

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan hasil uji validitas AVE pada tabel 4, semua konstruk dalam model

menunjukkan nilai AVE di atas 0,5, yang merupakan ambang batas yang umumnya diterima untuk validitas konvergen yang baik. Minat Berkunjung (Y) memiliki nilai AVE tertinggi (0,763), diikuti oleh *Ancillary* (X4) dengan 0,726. Ini menunjukkan bahwa kedua konstruk tersebut memiliki tingkat validitas konvergen yang sangat baik, dengan lebih dari 70% varians indikatornya dapat dijelaskan oleh konstruk. *Amenity* (X3), *Accessibility* (X2), dan *Attraction* (X1) juga menunjukkan validitas konvergen yang memadai dengan nilai AVE masing-masing 0,586, 0,571, dan 0,555. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa semua konstruk dalam model memiliki validitas konvergen yang baik, meskipun ada variasi dalam kekuatan hubungan antara indikator dan konstruknya.

Tabel 5. Uji Validitas (HTMT)

Variabel	X2	X3	X4	X1
ACCESSIBILITY (X2)				
AMENITY (X3)	0.803			
ANCILLARY (X4)	0.814	0.876		
ATTRACTION (X1)	0.686	0.870	0.839	
MINAT BERKUNJUNG (Y)	0.603	0.730	0.699	0.869

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Pada tabel 5, Hasil analisis korelasi antar konstruk menunjukkan hubungan yang kuat dan positif di antara semua variabel. *Attraction* (X1) memiliki korelasi tertinggi dengan Minat Berkunjung (Y) sebesar 0,869, diikuti oleh *Amenity* (X3) dengan 0,870 terhadap *Attraction* (X1). *Ancillary* (X4) juga menunjukkan korelasi yang kuat dengan *Amenity* (X3) dan *Attraction* (X1), masing-masing sebesar 0,876 dan 0,839. *Accessibility* (X2) memiliki korelasi yang relatif lebih rendah namun tetap signifikan dengan konstruk lainnya, dengan nilai tertinggi 0,814 terhadap *Ancillary* (X4).

Secara keseluruhan, pola korelasi ini mengindikasikan bahwa semua aspek yang diteliti (*Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, dan *Ancillary*) memiliki hubungan yang erat satu sama lain dan dengan Minat Berkunjung, menunjukkan keterkaitan yang kuat antar variabel dalam model. Terakhir, dapat disimpulkan bahwa model telah memiliki validitas diskriminan yang baik.

Dari kedua pengujian validitas yang dilakukan sebelumnya baik dari pengujian *Average Variance Extracted* dan *Heterotrait-Monotrait Ration*. Maka dapat disimpulkan bahwa model telah memiliki validitas yang baik, memadai dan dapat diandalkan.

Uji Reliabilitas

Tabel 6: Uji Reliabilitas (CA)

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliability
ACCESSIBILITY (X2)	0.627	Memadai
ATTRACTION (X1)	0.795	Baik
AMENITY (X3)	0.823	Baik
ANCILLARY (X4)	0.905	Baik
MINAT BERKUNJUNG (Y)	0.922	Baik

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Pada tabel 6 atau pada tabel pengujian reliabilitas yang dilakukan di atas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua konstruk telah memiliki nilai lebih dari 0,60. Nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 dianggap telah memiliki reliabilitas yang memadai sedangkan untuk di atas 0,70 dianggap telah memiliki reliabilitas yang baik. Semua konstruk dalam model menunjukkan alat pengukuran yang konsisten dan dapat diandalkan serta memiliki indikasi positif bahwa konstruk-construct dalam model diukur dengan baik dan siap untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 7. Uji Reliabilitas (CR)

Variabel	Composite Reliability (rho_c)	Consistency
ACCESSIBILITY (X2)	0.797	Kuat
AMENITY (X3)	0.860	Kuat
ANCILLARY (X4)	0.876	Kuat
ATTRACTION (X1)	0.930	Kuat
MINAT BERKUNJUNG (Y)	0.942	Kuat

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Hasil uji reliabilitas pada tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai *Composite Reliability* dari masing-masing konstruk memiliki angka di atas atau lebih dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa

model telah memiliki reliabilitas internal yang baik. Artinya, setiap konstruk dalam model terukur dengan konsisten dan dapat diandalkan.

Berdasarkan hasil pengujian kedua antara uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada SmartPLS di atas, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran telah memenuhi standar yang ditetapkan. Semua konstruk dalam model terbukti valid dan reliabel, menunjukkan bahwa kuesioner sebagai instrumen atau alat yang digunakan mampu mengukur konsep-konsep yang dimaksudkan secara akurat dan konsisten. Dengan demikian, hasil analisis selanjutnya menggunakan model ini dapat diyakini validitas dan reliabilitasnya.

Selanjutnya, dilakukan analisis dengan melakukan pengujian *inner* model, menguji hipotesis, serta menginterpretasikan hasil analisis secara komprehensif. Analisis lanjutan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antar konstruk dalam model atau fenomena yang diteliti.

Uji Inner Model

Sebelumnya telah dibagikan atau disebarkan kuesioner yang telah teruji validitas, reliabilitas dan keandalannya sebagai instrumen atau alat kepada responden atau wisatawan nusantara yang berjumlah sebanyak 100 responden baik melalui kuesioner fisik maupun online, kemudian dilakukan perhitungan pada SmartPLS yang secara rinci hasil pengujian dari masing-masing pengukuran yang ada pada uji *inner* model dapat dilihat pada penjelasan berikut.

Uji Multicollinearity

Tabel 7. Uji *Multicollinearity*

Item	N	VIF	Multicollinearity
X1.1	100	1.677	Lolos
X1.2	100	1.359	
X1.3	100	1.322	
X1.4	100	2.231	
X1.5	100	1.762	
X2.2	100	1.302	Lolos
X2.3	100	1.156	
X2.4	100	1.316	
X3.1	100	1.787	Lolos
X3.2	100	1.848	
X3.3	100	1.523	
X3.4	100	1.960	
X3.5	100	1.433	

X4.1	100	3.120	Lolos
X4.2	100	2.551	
X4.3	100	2.615	
X4.4	100	1.850	
X4.5	100	2.961	
Y1	100	3.118	Lolos
Y2	100	2.621	
Y3	100	4.150	
Y4	100	3.529	
Y5	100	2.595	

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Untuk uji *multicollinearity*, biasanya dinilai menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai $VIF < 10$ (nilai maksimum atau nilai cut off), maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Multikolinearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi (Ajija, 2011).

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai $VIF < 10$, yang menandakan bahwa variabel-variabel independen dalam model tidak terlalu berkorelasi satu sama lain (lolos multikolinearitas), sehingga masing-masing variabel memberikan kontribusi unik dan hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan akurat.

Uji R-square

Uji *R-square* sederhananya dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama (secara simultan). Kriteria penilaian yang digunakan adalah 0,25, 0,50 dan 0,75 yang berarti bahwa model variabel-variabel bebas memiliki pengaruh yang lemah moderat dan kuat terhadap variabel terikat secara simultan.

Hasil pengujian *R-square* dapat dilihat pada tabel 8 berikut.

Tabel 8. Uji *R-square*

Variabel	N	R-square Adjusted	Model
MINAT BERKUNJUNG (Y)	100	0.584	Moderat

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Pada tabel 8, nilai *R-square adjusted* adalah 0,584. Artinya, variabel-variabel bebas (*attraction, accessibility, amenity* dan *ancillary*)

secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh 58,4% terhadap variabel terikat (minat berkunjung wisatawan nusantara) dengan 41,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Selain itu, nilai 0,0584 berada di rentang antara lebih dari 0,50 ($> 0,50$) dan kurang dari 0,75 yang menandakan bahwa model memiliki pengaruh yang moderat. Terakhir, alasan digunakannya *R-square Adjusted* adalah karena model berbasis kovarian atau memiliki lebih dari dua variabel independen (bebas).

Uji *F-square* (Effect Size)

Selanjutnya untuk uji *F-square* (effect size) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri (secara parsial). Kriteria penilaian yang digunakan adalah 0,02, 0,15 dan 0,35 dengan variabel-variabel bebas memiliki pengaruh yang kecil/rendah, moderat/sedang dan tinggi/besar pada model struktural.

Hasil pengujian *F-square* atau *Effect Size* dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

Tabel 9. Uji *F-square* (Effect Size)

Variabel	MINAT BERKUNJUNG (Y)
ACCESSIBILITY (X2)	0.002
AMENITY (X3)	0.017
ANCILLARY (X4)	0.014
ATTRACTION (X1)	0.317

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel 9, nilai *F-square* dari variabel bebas *accessibility* (X2), *amenity* (X3) dan *ancillary* (X4) memiliki nilai yang sangat rendah ditandai dengan nilai yang berwarna merah. Ketiga variabel bebas tersebut memiliki nilai kurang dari 0,02 ($< 0,02$) yang berarti bahwa pengaruhnya secara parsial terhadap variabel terikat sangat lemah dalam model struktural. Sedangkan untuk variabel *attraction* (X1), memiliki nilai *F-square* yang cukup tinggi yaitu 0,31 yang berada di antara 0,15 dan 0,35. Hal ini bermakna bahwa pengaruh variabel X1 (*attraction*) secara parsial terhadap Y (minat berkunjung) memiliki pengaruh yang moderat atau sedang dalam model struktural.

Uji *Goodness of Fit* (Gof)

Untuk uji *Goodness of Fit* (uji kesesuaian model), pengukuran dilakukan dengan melihat nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Kriteria penilaian yang digunakan

adalah jika nilai SRMR $< 0,10$, maka dianggap bahwa model telah memiliki kesesuaian yang baik (model fit). Uji *Goodness of Fit* secara singkat adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menilai seberapa baik suatu model statistik sesuai dengan data yang diamati.

Tabel 10. Uji *Goodness of Fit* (GoF)

Item	N	Saturated Model	Estimated Model	Model Fit
SRMR	100	0.085	0.085	Fit

(Sumber: Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan tabel 10, nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) berada di bawah 0,10 , lebih tepatnya 0,08. Maka, hal tersebut menunjukkan bahwa model telah memiliki kesesuaian yang baik atau dapat diterima dengan data yang diamati. SRMR mengukur rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dalam data sampel dengan korelasi yang diprediksi oleh model. Semakin kecil nilai SRMR, semakin baik kesesuaian model. Nilai SRMR di bawah 0,10 menunjukkan bahwa perbedaan antara korelasi yang diamati dan yang diprediksi oleh model relatif kecil. Hal ini berarti model dapat merepresentasikan hubungan antara variabel-variabel dalam data dengan cukup baik.

Uji *Path Coefficient* (Direct Effect) atau Pengujian Hipotesis (Signifikansi)

Tabel 11. Uji *Path Coefficient* (Direct Effect) atau Pengujian Hipotesis (Signifikansi)

Variabel	T- statistic s	P Value s	Significanc y
ACCESSIBILIT Y (X2) -> MINAT BERKUNJUNG (Y)	0.464	0.643	Tidak Signifikan
AMENITY (X3) -> MINAT BERKUNJUNG (Y)	1.129	0.259	Tidak Signifikan
ANCILLARY (X4) -> MINAT BERKUNJUNG (Y)	1.213	0.225	Tidak Signifikan
ATTRACTION (X1) -> MINAT BERKUNJUNG (Y)	5.044	0.000	Signifikan

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan tabel 11, ditunjukkan bahwa variabel *accessibility* (X2) memiliki nilai t-statistik kurang dari 1,96 ($0,46 < 1,96$) dan *P Values* lebih dari 0,05 ($0,64 > 0,05$) yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *accessibility* terhadap minat berkunjung. Selanjutnya, variabel *amenity* (X3) memiliki nilai t-statistik kurang dari 1,96 ($1,12 < 1,96$) dan *P Values* lebih dari 0,05 ($0,25 > 0,05$) yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *amenity* terhadap minat berkunjung. Lebih lanjut, variabel *ancillary* (X4) memiliki nilai t-statistik kurang dari 1,96 ($1,21 < 1,96$) dan *P Values* lebih dari 0,05 ($0,22 > 0,05$) yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *ancillary* terhadap minat berkunjung. Sedangkan, variabel *attraction* (X1) disisi lain memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung (Y) serta memiliki nilai signifikansi tertinggi dengan nilai t-statistik lebih dari 1,96 ($5,04 > 1,96$) dan nilai *P Values* kurang dari 0,05 ($0,00 < 0,05$).

Pembahasan

Berdasarkan beberapa hasil perhitungan, pengukuran dan pengujian yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa:

1. Atraksi wisata (*attraction*) berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa variabel *attraction* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung (Y), dengan nilai t-statistik lebih dari 1,96 ($5,04 > 1,96$) dan nilai *P Value* kurang dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Hal ini berarti bahwa *attraction* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima.

2. Aksesibilitas (*accessibility*) tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa variabel *accessibility* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung (Y), dengan nilai t-statistik kurang dari 1,96 ($0,46 < 1,96$) dan *P Value* lebih dari 0,05 ($0,64 > 0,05$). Hal ini berarti bahwa *accessibility* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima.

3. Fasilitas (*amenity*) tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa variabel *amenity* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung (Y), dengan nilai t-statistik kurang dari 1,96 ($1,12 < 1,96$) dan *P Value* lebih dari 0,05 ($0,25 > 0,05$). Hal ini berarti bahwa *amenity* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima.

4. Pelayanan tambahan (*ancillary*) tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa variabel *ancillary* (X4) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung (Y), dengan nilai t-statistik kurang dari 1,96 ($1,21 < 1,96$) dan *P Value* lebih dari 0,05 ($0,22 > 0,05$). Hal ini berarti bahwa *amenity* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima.

5. *Attraction, accessibility, amenity* dan *ancillary* secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Hasil menyatakan bahwa terdapat pengaruh simultan atau bersama-sama antara *attraction, accessibility, amenity* dan *ancillary* terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima. Meskipun secara parsial hanya *attraction* yang berpengaruh signifikan, namun secara keseluruhan, kombinasi dari keempat variabel ini memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap minat berkunjung, dengan nilai *R-square Adjusted* sebesar 0,584. Artinya, 58,4% variasi dalam minat berkunjung dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, 41,6% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Adapun simpulan yang didapat berdasarkan hasil pembahasan dan hasil di atas adalah sebagai berikut:

1. Atraksi (*attraction*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima. Hal ini sejalan dengan Asep Saepullah dan

- Andre Himawan (2016), yang menyatakan bahwa atraksi atau daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil ini juga memperkuat konsep "something to see", "something to do" dan "something to buy" yang dikemukakan oleh Yoeti (2002), di mana atraksi wisata seperti keindahan alam, aktivitas yang beragam dan ketersediaan sesuatu yang dapat dibeli menjadi faktor pendorong minat wisatawan kembali berkunjung. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan Anju Pardamean Pasaribu (2023) dan Hagai Laing dkk. (2022), yang menunjukkan bahwa atraksi merupakan faktor signifikan dalam mempengaruhi minat berkunjung ke suatu destinasi wisata. Keindahan alam Pantai Lawata, spot foto yang menarik, serta adanya wahana permainan air dan wisata sejarah tampaknya menjadi daya tarik utama bagi wisatawan nusantara untuk berkunjung.
2. Aksesibilitas (*accessibility*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima. Hasil ini mendukung Henny Rossellawaty dan Pribanus Wantara (2023) yang menyatakan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara. Hasil juga mengindikasikan bahwa papan penunjuk arah, arus lalu lintas dan transportasi umum, tidak secara signifikan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Lawata Bima.
 3. Fasilitas (*amenity*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima. Hal ini sejalan dengan Iklima Aminatuz Zuhriah, dkk (2022) yang menyatakan bahwa fasilitas atau amenitas (*amenity*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil menunjukkan bahwa fasilitas utama, pendukung dan penunjang yang tersedia di Pantai Lawata, seperti toilet, mushola, gazebo, tempat parkir dan restoran, tidak secara signifikan mempengaruhi minat wisatawan nusantara untuk berkunjung.
 4. Pelayanan tambahan (*ancillary*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima dengan nilai signifikansi. Hal ini sejalan dengan Asep Saepullah dan Andre

Himawan (2024). Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan tambahan, seperti pusat informasi wisata (TIC), pos keamanan, dan keramahan petugas, mungkin tidak menjadi faktor penentu utama dalam mempengaruhi minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima.

5. Atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), amenitas (*amenity*), dan pelayanan tambahan (*ancillary*) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan nusantara ke Pantai Lawata Bima walaupun hanya atraksi (*attraction*) yang berpengaruh signifikan.

SARAN

Berdasarkan hasil yang telah dikemukakan, maka beberapa saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. **Saran Praktis:** Bagi pengelola Pantai Lawata Bima, diharapkan untuk berfokus dalam peningkatan dan pengembangan atraksi wisata yang lebih unik dan menarik lagi guna meningkatkan minat berkunjung wisatawan, meningkatkan kualitas fasilitas yang ada seperti toilet, mushola, gazebo, tempat parkir dan restoran agar lebih bersih, nyaman dan terawat. Selain itu, peningkatan kualitas sektor pelayanan tambahan juga merupakan hal yang penting dengan selalu memberikan informasi yang lebih lengkap dan akurat, meningkatkan keamanan dan kenyamanan serta memberikan pelatihan kepada petugas untuk memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan. Terakhir, gencar melakukan promosi dengan menerapkan penggunaan *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Google Ads* pada situs web resmi Pantai Lawata Bima guna meningkatkan kesadaran wisatawan akan keberadaan dan potensi Pantai Lawata Bima.

Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bima, tetap selalu memberikan dukungan kepada pengelola Pantai Lawata Bima dalam upaya peningkatan kualitas daya tarik wisata, membantu dalam hal promosi dengan berbagai media yang ada, serta memperhatikan dan meningkatkan infrastruktur pendukung pariwisata di Kota Bima, seperti akses jalan, transportasi umum dan fasilitas penunjang lainnya.

2. **Saran Akademis:** Bagi akademisi selanjutnya, dapat dilakukan dengan mempertimbangkan variabel lain yang

mungkin mempengaruhi minat berkunjung wisatawan nusantara, seperti harga tiket, promosi, atau citra destinasi. Kemudian, studi lebih lanjut dapat dilakukan dengan memperluas cakupan responden, tidak hanya wisatawan nusantara tetapi juga wisatawan mancanegara untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif tentang minat berkunjung ke Pantai Lawata Bima. Terakhir, studi selanjutnya dapat mengeksplorasi alasan di balik tidak signifikannya pengaruh aksesibilitas, amenitas, dan ancillary terhadap minat berkunjung menggunakan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam, untuk memahami persepsi dan harapan wisatawan.

Referensi

- Ajija 2011. Memahami Uji Multikolinearitas dalam Model Regresi. (Online) Available at: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/> (Accessed 14 July 2024).
- Cooper, 2010. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar: Udayana University Press.
- Laing, H., Kuntariati, U. and Estikowati, n.d. Info Artikel Abstrak. (online) Available at: <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt>.
- Pasaribu, A.P. and Ismayuni, T.U., 2023. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden 100. Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 17(1), p.510. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1806>.
- Rossellawaty, H. and Wantara, P., 2023. Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi, dan Pelayanan Tambahan terhadap Minat Kunjungan ke Destinasi Wisata Lon Malang.
- Saepullah, A. and Himawan, A., 2024. ERSUD Journal of Economic Resilience and Sustainable Development ERSUD 1(1): 20-31 ISSN XXXX-XXXX. (online) Available at: <https://doi.org/.....>.
- Yoeti, 2002. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar: Udayana University Press.
- Zuhriah, I.A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Patalo, R.G. and Widiawati, D., 2022. Dampak Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang.