



PERSEPSI WISATAWAN DAN PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP PENGELOLAAN OBJEK WISATA PANTAI PALANGPANG, GEOPARK CILETUH, KABUPATEN SUKABUMI

Ardila Wulandari¹, Samuel²

¹²Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor
email: stpbogorsamuel@gmail.com

Abstrak

Wisatawan Pantai Palangpang merasa pengelolaan pantai kurang baik meliputi kebersihan pantai yang buruk, toilet yang terbatas, jalan yang ditempuh cukup jauh dengan kurangnya penerangan, dan pengelolaan pantai yang belum baik. Penelitian ini menggunakan metodologi asosiatif dan kuantitatif untuk menguji bagaimana persepsi dan preferensi wisatawan memengaruhi pengelolaan Pantai Palangpang. Kuesioner diberikan kepada 100 responden yang pernah mengunjungi Pantai Palangpang pada tahun 2022–2024. Validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier berganda, uji F, dan uji T digunakan untuk analisis data. Penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_1 , yang menunjukkan bahwa persepsi wisatawan individu memiliki dampak signifikan terhadap pengelolaan objek wisata (nilai- $p < 0,001$, nilai- $t < 0,05$). Menerima H_2 dan menolak H_0 , preferensi wisatawan individu memiliki pengaruh signifikan terhadap pengelolaan objek wisata (0,002, $t < 0,05$). Semua variabel independen, termasuk persepsi dan preferensi pengunjung, memiliki dampak bersama terhadap variabel pengelolaan Pantai Palangpang, yang menunjukkan H_3 diterima pada $< 0,001$ dan Signifikansi $F < 0,05$.

Kata Kunci: Pantai Palangpang, pengelolaan objek wisata, persepsi wisatawan, preferensi wisatawan

Abstract

Palangpang Beach tourists feel that beach management is not good, including poor beach cleanliness, limited toilets, long roads with lack of lighting, and poor beach management. This study uses an associative and quantitative methodology to examine how tourist perceptions and preferences affect Palangpang Beach management. Questionnaires were distributed to 100 respondents who had visited Palangpang Beach in 2022–2024. Validity, reliability, normalcy, multicollinearity, heteroscedasticity, correlation coefficient, determination coefficient, multiple linear regression, F, and T tests were utilised for data analysis. The study rejects H_0 and accepts H_1 , indicating that individual tourist perception has a significant impact on attraction management (p -value < 0.001 , t -value < 0.05). Accepting H_2 and rejecting H_0 , individual tourist preference has a significant effect on attraction management (0.002, $t < 0.05$). All independent variables, including visitor



perceptions and preferences, have a joint impact on Palangpang Beach management variables, indicating H3 is accepted at <0.001 and Significance $F < 0.05$.

Keywords: *Palangpang Beach, tourism object management, tourist perception, tourist preference*

PENDAHULUAN

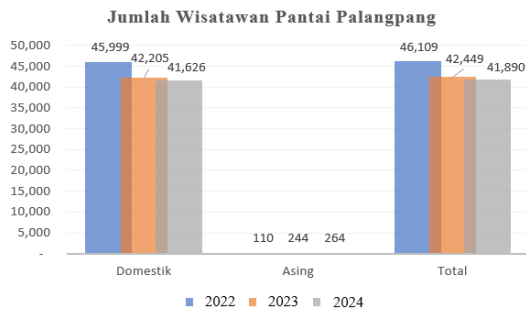
Terdapat banyak objek wisata alam dan budaya di Republik Indonesia yang berpotensi mendatangkan banyak devisa dari wisatawan. Fadilla (2024) menyatakan bahwa industri pariwisata bermanfaat karena membantu perekonomian, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan produksi, dan mengembangkan infrastruktur. Pariwisata juga membantu menjaga lingkungan tetap bersih dan aman bagi penduduk lokal dan pengunjung.

Kawasan geografis, termasuk monumen dan lanskap warisan geologi bernilai tinggi, ditetapkan sebagai geopark berdasarkan Peraturan Presiden No. 9 Tahun 2019. Warisan budaya, keanekaragaman hayati, keragaman geologi, dan warisan geologi merupakan bagian dari geopark. Bersama penduduk lokal dan pemerintah, mereka mengawasi pengelolaannya dengan tujuan pelestarian, edukasi, dan pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Tujuannya adalah untuk mendorong masyarakat peduli terhadap planet dan ekosistemnya. Pada tahun 2018, Geopark Ciletuh menjadi bagian dari kategori Geopark Global UNESCO. Geopark ini menjadi Geopark Nasional Indonesia pada tahun 2015 setelah diakui oleh UNESCO. Terletak di Desa Taman Jaya, Kecamatan Ciemas, Kabupaten Sukabumi, kawasan Teluk Ciletuh terletak di bagian selatan

Jawa Barat. Terletak di pesisir barat daya Sukabumi yang memukau, lembah teluk Ciletuh pasti akan memikat. Sungai besar di Teluk Ciletuh, yang dikelilingi oleh singkapan batuan berbentuk tapal kuda, adalah asal mula istilah "Ciletuh". Teluk ini memiliki panjang 12 kilometer dan lebar 7 kilometer, dengan titik tertinggi mencapai 360 meter. Dari puncak tempat yang menyerupai amfiteater besar ini, Anda dapat melihat delapan air terjun yang indah. Cisolok, Cikakak, Pelabuhanratu, Simpenan, Ciemas, Waluran, Ciracap, dan Surade semuanya merupakan bagian dari kawasan Ciletuh. Meliputi 74 desa di 8 kecamatan, geoarea Ciletuh, Simpenan, dan Cisolok merupakan Geopark Ciletuh-Pelabuhanratu seluas 126.100 Ha atau 1.261 km².

Geopark Ciletuh memiliki destinasi seperti air terjun, pantai, bukit dan pulau didampangi dengan kondisi alam menarik, salah satunya ialah Pantai Palangpang yang mampu memberikan pengalaman berlibur yang menarik bagi para pengunjung. Pantai ini terletak di Kabupaten Sukabumi dan menjadi gerbang menuju Geopark Ciletuh. Pengunjung dapat melakukan berbagai aktivitas dengan pemandangan Curug Cimarunjung. Pantai ini menjadi pendaratan parawayang. Sungai Ciletuh dan Cimarunjung mengalir ke arah pantai sehingga menyebabkan air muara pantai

berwarna coklat dengan pasir yang cenderung berwarna hitam.



Gambar 1 Jumlah Wisatawan Pantai Palangpang

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan dapat disimpulkan bahwa Pantai Palangpang mengalami penurunan dari tahun 2022 sampai tahun 2024. Turunnya jumlah kunjungan mengindikasikan rendahnya minat berkunjung dan rendahnya preferensi wisatawan terhadap Pantai Palangpang.

Seiring dengan penurunan kunjungan wisatawan ke Pantai Palangpang, penting untuk melakukan evaluasi secara menyeluruh. Persepsi dan preferensi wisatawan dipengaruhi oleh kebersihan, infrastruktur, fasilitas, informasi, keamanan, pengalaman, penginapan, daya tarik, atraksi, dan aksesibilitas. Untuk memberikan persepsi positif, pengelola Pantai Palangpang perlu memahami harapan wisatawan, menyediakan fasilitas lengkap, menjaga kebersihan, bersikap ramah, dan meningkatkan aksesibilitas. Masukan dari wisatawan menjadi sumber informasi yang sangat berharga untuk meningkatkan kualitas pengelolaan Pantai Palangpang,

sehingga dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih positif.

Wisatawan Pantai Palangpang merasa pengelolaan pantai kurang baik, masalahnya meliputi kebersihan pantai yang buruk, toilet yang terbatas, jalan yang ditempuh cukup jauh dengan kurangnya penerangan, dan pengelolaan pantai yang belum baik. Pengelolaan Pantai Palangpang dapat memberikan persepsi baik bagi wisatawan harus disertai dengan pengetahuan pengelola Pantai Palangpang tentang perbedaan persepsi wisatawan terhadap pengelolaan yang diharapkan dengan yang diterima.

Berdasarkan ulasan wisatawan yang ada di Google *Review* ditemukan beberapa masalah pada tahun 2021 sampai 2025 pada kategori kebersihan kondisi Pantai Palangpang menunjukkan tingkat kebersihan yang sangat rendah, ditandai dengan akumulasi sampah dan limbah kayu di sepanjang pesisir, pencemaran minyak di perairan, serta penumpukan sampah di bibir pantai dan area perkemahan, kondisi ini mencerminkan kurangnya perawatan dan pengelolaan yang memadai. Kategori fasilitas menurut wisatawan dalam ulasan Google *Review* fasilitas yang tersedia sangat minim dan tidak terlalu terawat dengan baik dan fasilitas umum yang tidak memadai seperti kamar mandi terbatas dan tempat sampah sangat minim. Kategori infrastruktur menurut wisatawan dalam ulasan Google *Review* penerangan jalan sangat tidak baik. Kategori pengelolaan menurut wisatawan dalam ulasan Google *Review* banyak nyeting motor di pantai bikin berisik dan membahayakan pengunjung pantai,



adanya calo dengan alasan menagih uang tenda, dilarang parkir saat malam hari, tarif masuk yang tidak merata, pengelolaan lingkungan dalam menjaga kebersihan masih kurang baik, rumah makan di sekitar pantai masih belum terbiasa melayani tamu (lama), kondisi penginapan kurang baik, tidak ada penjualan tiket resmi untuk menyebrang ke pulau, tidak ada penjaga pantai yang jaga, *local guide* yang menawarkan penginapan tidak sesuai dengan yang ditawarkan, pantai tidak dikelola dengan baik.

Berdasarkan ulasan wisatawan yang ada di Google *Review* 2021 sampai 2025 ditemukan preferensi wisatawan berdasarkan pemandangan yang indah dengan aktivitas menikmati *sunrise* namun terdapat beberapa masalah yang telah dijelaskan sebelumnya yang membuat wisatawan merasa pengelolaan pantai kurang baik.

Dengan latar belakang ini, penting untuk mempelajari bagaimana kesan dan preferensi pengunjung berdampak pada Pantai Palangpang, Geopark Ciletuh, administrasi Kabupaten Sukabumi.

KAJIAN PUSTAKA

A. Teori Persepsi Wisatawan

Persepsi menurut Saputra (2021) untuk memilih, mengatur, dan memahami rangsangan lingkungan yang memengaruhi perilaku. Wisatawan menurut Miranda (2022) memiliki arti yaitu pelaku yang mengunjungi objek wisata dalam waktu sementara.

Persepsi wisatawan adalah kesan pertama yang terbentuk dari sudut pandang seseorang terhadap tempat

wisata, ruang publik, fasilitas, informasi, dan layanan yang ditawarkan oleh tempat-tempat tersebut (Saputra, 2021). Persepsi ini bervariasi karena dipengaruhi oleh pengalaman, pendidikan, lingkungan, budaya, dan psikologi (Saputra, 2021). Indikator persepsi wisatawan menurut Yamti et al. (2023) yaitu:

1. Wisatawan tertarik ke suatu destinasi karena kekayaan budaya, alam, dan buaatannya yang beragam, yang unik, indah, nyaman, dan berharga.
2. Kenyamanan: lokasi yang dekat dengan transportasi umum, kemudahan akses, lama perjalanan, dan biayanya.
3. Fasilitas yang berkontribusi pada keseluruhan pengalaman, termasuk tempat parkir, pemandu wisata, dan layanan lain yang dirancang untuk mengakomodasi pengunjung.
4. Infrastruktur, termasuk pembangunan fasilitas khusus wisatawan dan penyediaan pilihan transportasi yang memadai.
5. Keamanan: tidak adanya bahaya dan ketidakpastian yang dapat diantisipasi saat bepergian.
6. Publisitas dan penjangkauan: mempromosikan destinasi wisata melalui penggunaan peta lokasi, media sosial, media cetak, dan penyebaran informasi.

Berdasarkan pengertian sebelumnya dapat disimpulkan persepsi adalah proses pemahaman rangsangan lingkungan yang memengaruhi perilaku. Persepsi wisatawan, yang mencakup pandangan terhadap daya tarik, fasilitas, dan layanan, dinilai melalui indikator



daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, infrastruktur, keamanan, dan promosi.

B. Teori Preferensi Wisatawan

Memiliki preferensi berarti memiliki kecenderungan untuk memilih sesuatu berdasarkan seberapa besar pengunjung menikmatinya (Hutabarat, 2023).

Preferensi wisatawan dibentuk oleh beragamnya fasilitas dan aktivitas yang dapat memenuhi setiap kebutuhan mereka selama berlibur. Saat mencoba mencari tahu jenis layanan dan fasilitas apa yang diinginkan wisatawan, ini merupakan titik awal yang penting (Pratama et al., 2023)

Alasan mengapa wisatawan umumnya memilih opsi tertentu, menurut (Kelana, 2022), Pertimbangan faktor-faktor berikut saat merencanakan objek wisata: lokasi, aksesibilitas, kelengkapan fasilitas, layanan yang diberikan, dan suasana yang menarik. Berikut adalah beberapa tanda yang disukai wisatawan:

1. Fasilitas penyedia layanan terdiri dari semua alat nyata yang mereka gunakan untuk mempermudah hidup pelanggan mereka.
2. Tingkat kesadaran publik merupakan ukuran popularitas suatu barang.
3. Biaya barang atau jasa adalah investasi awal yang diperlukan untuk mendapatkannya.
4. “Aksesibilitas” berkaitan dengan seberapa mudah seseorang dapat bepergian melalui berbagai sarana.
5. Ketika kebutuhan dasar seseorang terpenuhi hingga menimbulkan rasa sejahtera, suatu kondisi yang dikenal

sebagai kenyamanan atau suasana tercapai.

6. Jasa adalah tawaran non-fisik yang tidak menghasilkan aset aktual.

Kecenderungan seseorang untuk mendasarkan keputusan pada kemungkinan yang disukai inilah yang disebut preferensi wisatawan, menurut uraian sebelumnya. Kenyamanan, layanan, aksesibilitas, fasilitas, dan objek wisata adalah beberapa dari sekian banyak aspek yang berkontribusi terhadap munculnya preferensi ini di kalangan wisatawan, yang kebutuhan perjalanannya dipenuhi oleh beragam aktivitas dan fasilitas.

C. Teori Pengelolaan Objek Wisata

Teori manajemen didefinisikan sebagai "proses penyusunan kebijakan dan tujuan organisasi, kemudian mengawasi pelaksanaan dan pencapaiannya" dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009, yang mengatur perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup, menekankan pentingnya tindakan terkoordinasi dan metodis untuk melestarikan sumber daya alam dan mencegah degradasinya dalam konteks pengelolaan pariwisata. Terdapat sejumlah indikator untuk pengelolaan destinasi wisata, sebagaimana dinyatakan oleh Kristian (2017):

1. Atraksi wisata (*attraction*), terdiri dari keindahan alamnya dan pemandangan yang telah ada secara alami.
2. Aksesibilitas (*accessibility*), ramah pejalan kaki, mudah dilalui



kendaraan roda dua dan roda empat, serta minibus dan bus.

3. Fasilitas (*amenities*), terdiri dari sarana hiburan, sarana untuk kenyamanan dan keamanan seperti lahan parkir, gazebo, toilet, papan informasi, tempat sampah, dan jaket keselamatan.

Berdasarkan pengertian sebelumnya dapat disimpulkan pengelolaan adalah perumusan dan pengawasan kebijakan organisasi, dalam pariwisata pengelolaan lingkungan hidup bertujuan melestarikan fungsi lingkungan, dengan indikator atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas objek wisata.

METODE PENELITIAN

Teknik asosiatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, menurut (Kariani & Rusni, 2021) pendekatan asosiatif digunakan untuk memastikan dampak preferensi dan persepsi pengunjung terhadap pengelolaan objek wisata Pantai Palangpang. Untuk memahami, meramalkan, atau mengatur suatu peristiwa, penelitian asosiatif bermanfaat untuk menyelidiki dampak atau hubungan antara berbagai faktor. Pendekatan teknik kuantitatif berbasis positivis digunakan dalam penelitian ini. Metode ini didasarkan pada gagasan pengumpulan data dari perangkat penelitian untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu. Afif (2019) menyatakan bahwa hipotesis diuji melalui analisis data kuantitatif atau statistik. Studi kuantitatif ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi pengelolaan Pantai Palangpang sebagai

kawasan wisata dan bagaimana perasaan serta keinginan wisatawan untuk datang.

Sebanyak 1.348 pengunjung Pantai Palangpang merupakan populasi penelitian. Para peneliti dalam penelitian ini menggunakan strategi pengambilan sampel purposif berdasarkan pengambilan sampel non-probabilitas. Pengambilan sampel non-probabilitas tidak menjamin bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Sirait, 2021). Teknik *purposive sampling* menurut (Sirait, 2021) adalah Penentuan kriteria yang diperlukan akan menginformasikan proses pengambilan sampel. Ukuran sampel penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Ukuran sampel yang sangat besar mengharuskan margin kesalahan 10% (0,1) untuk penelitian ini. Dari total 100 responden, 99,92 di antaranya adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke Pantai Palangpang.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Sumber data primer memberikan informasi spesifik bagi peneliti. Peneliti mendapatkan informasi langsung dari sumber, atau lokasi, penelitian (Miharjo & Syah, 2020), Salah satu jenis data primer adalah observasi, yaitu mengamati subjek penelitian dalam tindakan atau kejadian (Hurotul & Aini, 2024). Meskipun data observasi menunjukkan kondisi Pantai Palangpang yang sebenarnya, kuesioner memperoleh data dengan meminta responden mengisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. (Prawiyogi et al., 2021). Istilah "data sekunder" mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber selain

sumber utama, seperti dokumen atau orang lain. Informasi ini dapat diperoleh dengan cepat (Miharjo & Syah, 2020), informasi yang dikumpulkan dari pengunjung Pantai Palangpang dan umpan balik mereka dianggap sebagai data sekunder.

Kuesioner kertas digunakan sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner skala Likert digunakan dalam penelitian ini (Sahli, 2019):

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Ragu ragu (R)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 27 dengan jumlah responden 100 wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Palangpang pada tahun 2022 sampai 2024.

Uji Validitas

Uji validitas menentukan validitas kuesioner (Wijono, 2020). Korelasi Pearson digunakan untuk memverifikasi validitas pertanyaan penelitian ini. Data harus memiliki korelasi Pearson di bawah 0,05 agar valid (Konstantinopel, 2016).

Tabel 1. Uji Validitas Persepsi Wisatawan (X1)

No Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X1.1	< 0.001	Valid
X1.2	< 0.001	Valid
X1.3	< 0.001	Valid
X1.4	< 0.001	Valid
X1.5	< 0.001	Valid
X1.6	< 0.001	Valid
X1.7	< 0.001	Valid
X1.8	< 0.001	Valid
X1.9	< 0.001	Valid
X1.10	< 0.001	Valid
X1.11	< 0.001	Valid
X1.12	< 0.001	Valid
X1.13	< 0.001	Valid
X1.14	< 0.001	Valid
X1.15	< 0.001	Valid
X1.16	< 0.001	Valid
X1.17	< 0.001	Valid
X1.18	< 0.001	Valid
X1.19	< 0.001	Valid
X1.20	< 0.001	Valid

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa semua indikator pada variabel kesan wisatawan mempunyai data yang valid karena Korelasi Pearson yang ditemukan kurang dari 0,001 yaitu kurang dari 0,05.

Tabel 2. Uji Validitas Preferensi Wisatawan (X2)

No Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X2.1	< 0.001	Valid
X2.2	< 0.001	Valid
X2.3	< 0.001	Valid
X2.4	< 0.001	Valid
X2.5	< 0.001	Valid
X2.6	< 0.001	Valid
X2.7	< 0.001	Valid
X2.8	< 0.001	Valid
X2.9	< 0.001	Valid

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa setiap indikasi dalam variabel preferensi wisatawan memiliki data yang valid karena nilai Korelasi Pearson ($<0,001$) kurang dari 0,05.

Tabel 3. Uji Validitas Pengelolaan Objek Wisata (Y)

No Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X2.1	< 0.001	Valid
X2.2	< 0.001	Valid
X2.3	< 0.001	Valid
X2.4	< 0.001	Valid
X2.5	< 0.001	Valid
X2.6	< 0.001	Valid
X2.7	< 0.001	Valid

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa Terdapat validitas pada data seluruh indikator pada variabel pengelolaan Pantai Palangpang karena nilai Korelasi Pearson ($<0,001$) lebih kecil dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah indikasi variabel atau konsep yang digunakan untuk mengukur kuesioner (Wijono, 2020). Menurut teknik Cronbach Alpha, instrumen yang reliabel adalah instrumen dengan koefisien reliabilitas (atau alpha) lebih tinggi dari 0,60.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil Uji	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Wisatawan	0.899	0,60	Reliabel
Preferensi Wisatawan	0.850	0,60	Reliabel
Pengelolaan Objek Wisata	0.844	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa Data dari seluruh variabel persepsi pengunjung, preferensi, dan pengelolaan tempat wisata dapat dipercaya, sebagaimana ditunjukkan oleh Cronbach Alpha dari hasil uji reliabilitas yang mempunyai alpha lebih besar dari 0,60.

Uji Normalitas

Uji normalitas memeriksa apakah regresi dependen dan independen normal (Rosyadi, 2020). Menurut Sharon (2021), probabilitas data berdistribusi normal dapat diketahui melalui analisis statistik dengan menggunakan uji One Kolmogorov-Smirnov (K-S *Test*) metode Monte Carlo. Hipotesis yang diuji:

Ho: data residu berdistribusi normal

Ha: data residu tidak berdistribusi normal

Pengambilan keputusan atas uji normalitas menurut (Sharon, 2021):

- Jika *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* $< \alpha$ (0,05), artinya variabel tidak berdistribusi normal, maka tolak H_0 .
- Jika *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* $> \alpha$ (0,05), artinya variabel berdistribusi normal, maka tidak tolak H_0 .

Tabel 5. Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Monte Carlo Sig. (2-tailed)
0.050	0.051

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel 5 menunjukkan bahwa uji normalitas ini tidak menolak H_0 , yang menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut terdistribusi normal. Monte Carlo Sig. (2-tailed) adalah 0,051, $> 0,05$.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini menentukan apakah variabel independen model regresi saling terkait (Rosyadi, 2020). Multikolinearitas mengacu pada keberadaan korelasi. Model regresi yang berkualitas akan memiliki variabel independen yang tidak berkorelasi satu sama lain. Terdapat berbagai metode untuk menilai multikolinearitas, termasuk pendekatan Diagnostik Kolinearitas, Nilai Toleransi (TOL), dan Faktor Inflasi Varians (VIF). VIF tinggi ketika TOL rendah (Santosa, 2020):

- Bila $VIF > 10$ dan $TOL < 0,1$, maka terdapat masalah multikolinearitas.
- Bila $VIF < 10$ dan $TOL > 0,1$, maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Diagnostics	
	Variance Inflation Factor (VIF).	Tolerance Value (TOL)
Pesepsi Wisatawan	2.575	0.388
Preferensi Wisatawan	2.575	0.388

Sumber: Data Diolah, 2025

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 6, Faktor Inflasi Varians untuk variabel persepsi wisatawan (X_1) adalah 2,575, yang kurang dari 10, dan nilai toleransinya adalah 0,388, yang lebih dari 0,1. Data variabel kesan wisatawan tidak menunjukkan multikolinearitas.

Tabel 6 menunjukkan bahwa preferensi wisatawan (X_2) memiliki Faktor Inflasi Varians sebesar 2,575 dan Nilai Toleransi sebesar 0,388. Ini berarti Faktor Inflasi Varians kurang dari 10 dan Nilai Toleransi lebih besar dari 0,1. Data variabel preferensi wisatawan tidak menunjukkan multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Ketika menguji heteroskedastisitas pada model regresi, seseorang mencari bukti adanya perbedaan yang signifikan secara statistik dalam varians residual atau observasi antar observasi yang berurutan (Rosyadi, 2020). Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana varians antar observasi tetap konstan. Ketika heteroskedastisitas tidak terdapat dalam model regresi, model

tersebut dianggap sangat baik. Tingkat kesebandingan varians residual dari berbagai observasi diselidiki dalam uji heteroskedastisitas ini. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, yang merekomendasikan pengujian hubungan variabel independen dengan nilai absolut residual. Ketika melakukan uji heteroskedastisitas, seseorang dapat menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat nilai signifikansi (sig.) dan ketentuan berikut:

- a) Bila nilai signifikansi diatas kepercayaan 5% maka nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 artinya tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas.
- b) Bila nilai signifikansi (Sig.) < 0,05 maka hal tersebut mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Model	Uji Glejser
Variabel	Sig.
Pesepsi Wisatawan	0.844
Preferensi Wisatawan	0.404

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa pada variabel persepsi wisatawan (X1) menunjukan hasil (Sig.) sebesar 0,844 yaitu (Sig.) > 0,05 sehingga data dari variabel persepsi wisatawan yang diperoleh adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa pada variabel preferensi wisatawan (X2) menunjukan hasil (Sig.) sebesar 0,404 yaitu (Sig.) > 0,05 sehingga data dari variabel preferensi wisatawan yang

diperoleh adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi berganda, dilambangkan dengan R, mengukur hubungan antara variabel dependen dan banyak variabel independen. Koefisien korelasi merupakan representasi numerik atau indeks dari kekuatan, kelemahan, atau ketiadaan hubungan antara dua variabel. Hubungan ini dapat mengarah ke arah positif atau negatif, dengan besarnya koefisien mencerminkan intensitasnya. Terdapat hubungan linear positif yang kuat antara dua variabel ketika nilai koefisien korelasi adalah +1, hubungan linear negatif sempurna ketika nilainya -1, dan tidak ada hubungan linear antara variabel yang dianalisis ketika nilainya 0 pada skala tersebut. Koefisien dapat memiliki nilai antara -1 dan +1 (Mustafa, 2023). Berikut pedoman ketentuan yang tertera sebagai berikut:

1. 0,00 – 0,199: Sangat Rendah
2. 0,20 – 0,399: Rendah
3. 0,40 – 0,599: Sedang
4. 0,60 – 0,799: Kuat
5. 0,80 – 1,000: Sangat Kuat

Tabel 8. Koefisien Korelasi

R	R	Adjusted	Std. Error of the
	Square	R Square	Estimate
0.729	0.532	0.522	2.72761

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel 8 menunjukkan hubungan yang kuat antara faktor-faktor manajemen pariwisata dengan persepsi dan preferensi pengunjung dengan nilai R sebesar 0,729. Hal ini dikarenakan koefisien korelasi (R) mengukur hubungan antara variabel

dependen dan beberapa variabel independen.

Uji Koefisien Determinasi

R-kuadrat menunjukkan seberapa baik suatu model sesuai dengan data dan seberapa besar variabel dependen yang dapat dijelaskannya. Koefisien determinasinya adalah 0–1. Efektivitas penjelasan model untuk hubungan variabel independen-dependen dapat diukur menggunakan kelipatan R^2 . Koefisien determinasi berbasis persentase menunjukkan pentingnya variabel independen dan dependen. Persentase yang lebih kecil menunjukkan bahwa penelitian tersebut mengecualikan lebih banyak faktor independen, sementara persentase yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel independen (X) sangat memengaruhi variabel dependen. Variabel independen (X) memiliki dampak yang lebih kecil terhadap variabel dependen dengan proporsi yang lebih rendah (Sehangunaung et al., 2023).

Tabel 9. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.729	0.532	0.522	2.72761

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel 9 menunjukkan bahwa variabel independen (X), yang meliputi

persepsi dan preferensi wisatawan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (pengelolaan objek wisata Pantai Palangpang) dengan R Square sebesar 0,532 atau 53,2%. Namun, 46,8% dari total tersebut berasal dari variabel independen yang tidak diteliti.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi menggambarkan arah dan kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen (Pratiwi & Lubis, 2021). Untuk menghitungnya menggunakan persamaan regresi linier berganda. Persamaan berikut diberikan (Pratiwi & Lubis, 2021) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Keterangan:

Y= Variabel Dependen (Pengelolaan Objek Wisata)

X1= Variabel Independen (Persepsi Wisatawan)

X2 = Variabel Independen (Preferensi Wisatawan)

a = Konstanta

e = Variabel Pengganggu



Tabel 10. Analisis Regresi Linear Berganda

	<i>Unstandardized coefficients</i>		<i>Standardized coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	4.774	2.337		2.043	0.044
Persepsi Wisatawan	0.166	0.044	0.419	3.758	< 0.001
Preferensi Wisatawan	0.305	0.096	0.353	3.166	0.002

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel 10 menjelaskan persamaan regresi berganda. Tabel 10 menjelaskan persamaan regresi berganda dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, rumus persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e, \text{ maka}$$

$$Y = 4,774 + 0,166 + 0,305$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Jika variabel persepsi wisatawan dan preferensi wisatawan dianggap konstan, maka nilai Y adalah 4,774, sebagaimana ditunjukkan oleh tanda positif dari nilai konstanta (α).
- Berdasarkan tanda positif koefisien regresi untuk variabel persepsi wisatawan (X_1) yaitu 0,166, maka pengelolaan objek wisata akan meningkat sebesar 0,166 jika tingkat persepsi wisatawan meningkat sebesar satu satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan.
- Apabila variabel bebas lainnya tetap dan preferensi wisatawan meningkat satu satuan, maka pengelolaan objek wisata akan meningkat sebesar 0,305, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,305 untuk preferensi wisatawan (X_2).

Uji F

Uji F menentukan apakah model penelitian dapat digunakan dan apakah

persamaan model regresi dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Putri & Suhartono, 2023). Nilai Sig harus kurang dari 0,05 agar model regresi dapat digunakan. Uji F menentukan apakah semua variabel independen memengaruhi variabel dependen (Juliana, 2022)

Kriteria pengujian dengan huruf nyata (α) 5% (0,05) adalah:

- Ho ditolak, jika nilai *Significance F* < 0,05
- Ha diterima jika nilai *Significance F* > 0,05

Tabel 11. Uji F

<i>Model</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	55.064	< 0.001

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 11, H3 dapat diterima karena nilai uji F sebesar 55,064 dan nilai signifikansi <0,001, yang menunjukkan Signifikansi F <0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi linier sesuai untuk penelitian ini dan bahwa persepsi dan preferensi wisatawan secara bersama-sama memengaruhi pengelolaan objek wisata Pantai Palangpang.



Uji T

Uji T untuk memahami seberapa besar satu variabel independen mempengaruhi variabilitas variabel dependen (Santosa, 2020). Nilai signifikansi menjadi dasar kriteria pengambilan keputusan uji t:

a) Variabel bebas secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat apabila nilai signifikansinya $< 0,05$.

b) Variabel bebas secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat apabila nilai signifikansinya $> 0,05$.

Kriteria pengujian dengan huruf nyata (α) 5% (0,05) (Juliana, 2022) adalah:

a) H_0 ditolak, jika nilai *Significance t* $< 0,05$

b) H_a diterima, jika nilai *Significance t* $> 0,05$.

Tabel 12. Uji T

	<i>Unstandardized coefficients</i>		<i>Standardized coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	4.774	2.337		2.043	0.044
Persepsi Wisatawan	0.166	0.044	0.419	3.758	< 0.001
Preferensi Wisatawan	0.305	0.096	0.353	3.166	0.002

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 12, variabel kesan wisatawan memiliki tingkat signifikansi $< 0,001$, menolak H_0 dan menerima H_1 ($t < 0,05$). Variabel independen persepsi pengunjung memengaruhi variabel dependen manajemen objek wisata.

Berdasarkan Tabel 12, variabel preferensi wisatawan memiliki tingkat signifikansi 0,002, yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima ($t < 0,05$). Manajemen objek wisata dipengaruhi oleh variabel preferensi wisatawan.

KESIMPULAN

Mengetahui pengaruh dari persepsi wisatawan dan preferensi wisatawan terhadap pengelolaan objek wisata Pantai Palangpang merupakan tujuan utama penelitian ini. Berikut kesimpulan

berdasarkan temuan penelitian, yang diperoleh dari rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil uji hipotesis, yang dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda adalah hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel persepsi wisatawan memiliki pengaruh terhadap variabel pengelolaan objek wisata, karena tingkat Significance t sebesar $< 0,001$ yaitu Significance $t < 0,05$. Oleh karena itu, kami menerima H_1 dan menolak H_0 . Karena tingkat signifikansi t adalah 0,002, yang berarti bahwa Signifikansi $t < 0,05$, temuan uji-t menunjukkan bahwa variabel pilihan wisatawan memengaruhi variabel manajemen objek wisata. H_2 diterima dan H_0 ditolak karena hal ini. Dimungkinkan untuk menggunakan model regresi linier untuk menguji hubungan antara manajemen objek wisata Pantai



Palangpang dan variabel dependen, yang merupakan opini dan preferensi wisatawan. Hasil uji-F menguatkan hal ini, menunjukkan nilai uji-F sebesar 55,064 dan nilai signifikansi kurang dari 0,001, yang berarti bahwa Signifikansi F kurang dari 0,05, sehingga menerima H3. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar kawasan Pantai Palangpang memprioritaskan pelestarian lingkungan, kebersihan, dan penggunaan fasilitas yang ada. Penelitian ini juga menyarankan agar pemerintah, instansi terkait, dan masyarakat atau pengelola bekerja sama untuk membangun infrastruktur yang ramah wisatawan, seperti penerangan jalan dan Geopark Ciletuh, serta agar distribusi dan pengli dikelola dengan lebih baik, terutama di masa ketidakstabilan. Karakteristik tambahan yang mungkin memengaruhi pengelolaan objek wisata sedang dipertimbangkan untuk potensi penggunaan dalam studi mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian *Packing* Produk Minuman Pt. Singa Mas Pandaan. [Http://Jurnal.Stiekma.Ac.Id/Index.Php/Jamin](http://Jurnal.Stiekma.Ac.Id/Index.Php/Jamin)
- Hurotul, W., & Aini. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan Ojek Online Dan Ojek Konvensional Di Kabupaten Banyuwangi.
- Hutabarat, J. Y. (2023). Preferensi Wisatawan Dan Nilai Ekonomi Kawasan Taman Wisata Alam Wira Garden Kota Bandar Lampung.
- Juliana, S. S. (2022). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Dan Penguasaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Pln (Persero) Upt Pulogadung.
- Kariani, & Rusni, A. (2021). Pengaruh Lokasi Dan *Sales Promotion* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Konsumen Alfamart Batu Alang Kecamatan Moyo Hulu Sumbawa.
- Kelana, A. E. (2022). Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Di Sukadanaham Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Puncak Mas).
- Konstantinopel, N. (2016). Pengaruh Total *Quality Management* Dengan Sistem Pengukuran Kinerja Dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerja Manajerial Pada Perseroan Terbatas Perkebunan Nusantara Iv Bah Jambi Kab. Simalungun.
- Kristian, Y. (2017). Pengelolaan Objek Wisata Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Barat Di Danau Aco Kampung Linggang Melapeh Kecamatan Linggang Bigung. *Ejournal Administrasi Negara*, 5, 5404–5417.
- Miharjo, G., & Syah, H. M. (2020). Penerapan Metode Laba Kotor Untuk Menyusun Laporan Kinerja Pada Pedagang Mikro Di Kecamatan Menteng.
- Miranda, M. A. (2022). Pengaruh Sarana Dan Prasarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang.



- Mustafa, P. S. (2023). Tinjauan Literatur Analisis Uji R Berganda Dan Uji Lanjut Dalam Statistik Inferensial Pada Penelitian Pendidikan Jasmani. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2023(5), 571–593. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7758162>
- Pratama, A., Silaban, A., Fazera, D., Fadilah, R., & Sitinjak, T. H. P. (2023). Preferensi Wisatawan Dan Rute Destinasi Wisata Sejarah Di Museum Tjong A Fie Kota Medan (Vol. 5).
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ud Adli Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7800/4>
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa Di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5, 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Putri, A. C., & Suhartono, S. (2023). Kemampuan Kualitas Audit Memoderasi Pengaruh *Fraud Hexagon* Terhadap *Fraudulent Financial Statements*.
- Rosyadi, A. M. (2020). Pengaruh Pendidikan Dan Kreativitas Guru Terhadap Hasil Belajar Pada Pelajaran Ips Terpadu Di Mts Raudlatul Hasaniyah Probolinggo.
- Sahli, A. R. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Goride Jakarta.
- Santosa, E. T. A. (2020). Pengaruh *Return On Equity* (Roe), *Return On Asset* (Roa), *Debt To Equity Ratio* (Der), Dan *Earning Per Share* (Eps) Terhadap *Return Saham 50 Most Active Stocks By Trading Value* (Studi Kasus Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018).
- Saputra, S. C. (2021). Motivasi Dan Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Palembang *Bird Park* Kota Palembang Sumatera Selatan.
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Roring. 1 Jurnal Emba*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapof-commerce/>
- Sharon. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Audit *Delay* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019.
- Sirait, A. L. P. (2021). Pengaruh Desain Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pcx (Studi Pada Honda Pcx Club Jakarta).
- Wijono, F. L. C. (2020). Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan *Reward* Terhadap Kinerja Karyawan Dan Variabel Semangat Kerja Sebagai Variabel Intervening.
- Yamti, I., Amaluddin, L. O., & Harudu, L. (2023). Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Air Terjun



Lameseu Sebagai Tujuan Wisata
(Vol. 8, Issue 1).