

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR STRATEGIS DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DI PROVINSI LAMPUNG

Subhi

Dosen Perhotelan D-3, Akademi Pariwisata Satu Nusa (AKPARSAN)

Jalan Cut Mutiah No 19 A Telukbetung, Bandar Lampung 35214

Telp : (0721)-472100

ABSTRACT

The purpose of this article is trying to answer the question of influence between the introduction and knowledge with public perceptions, between the interests and influence the public perception is shared between the introduction, knowledge of and interest on the public perception?. This paper attempts to provide data to local authorities, business community and general public who wish to obtain information to determine the policy and developing a starategi and services of the tourism sector. The results of the questionnaire, namely the distribution of data processing description of the tourism sector in Bandar Lampung to variable levels of recognition is not good, fairly good knowledge and interest of the public good and public perception is quite good. Based on the results of statistical testing inferesia have a significant effect of the introduction of public perception in Bandarlampung. Thus the current problems of the introduction has not been too important to be increased, because the public perception is positive predominantly determined by other factors such as knowledge, interests, moderators and others. Person's level of knowledge and public perception will be influenced by the level of knowledge of tourism in general and in particular, for the people in Bandarlampung. Conclusion: pay attention to the findings of the study 1) the introduction, knowledge and interest is recommended to be increased through various policies. Conducted a policy of planned, purposeful, continuous and integrated, which will ultimately have a positive impact that public perception in line with expectations and demands of its main organizational performance needs of local government, 2) have formulated the concept of recognition, knowledge and interest in the perception of the more obvious it is not the introduction of obscure meaning, knowledge and interests with management's perception of tourism which has been frequently used to describe the management of the ambiguous state apparatus through the Department of Tourism And conceptually, these words have different meanings, 3) the results of this study should be followed up with further research or studies in-depth and focused in order to formulate a model pepengenalannya, knowledge and effective public interest against the public perception towards the environmental performance of government agencies. These results serve as guidelines in the interest of fostering an interest and perception of performance in accordance with the expectations of the organization, 4) all cross-cutting is expected to be directed by government policy to support the tourism sector and tourism as the flagship product in the province of Lampung.

Keywords : *Perception, recognition, knowledge and interests.*

PENDAHULUAN

Pembangunan dibidang ekonomi secara fungsional mempunyai peran posisi strategis dalam menghadapi tantangan

persaingan globalisasi. Peran dibidang ekonomi dalam pembangunan memberikan kesempatan kerja dan usaha dalam berbagai sektor seperti pertanian, kehutanan dan perkebunan,

pertambangan dan energi, perindustrian dan perdagangan, pariwisata, transportasi dan telekomunikasi dan lain sebagainya. Salah satu sumber ekonomi yang mempunyai kontribusi tinggi sekaligus dapat menjadi andalan seiring dengan tantangan global adalah pariwisata.. Sektor pariwisata merupakan salah satu sector pembangunan bidang ekonomi, khususnya sektor non migas yang diharapkan memberikan kontribusi cukup besar terhadap prekonomian negara bila diupayakan secara optimal (Ramaini, 1992:99). Melalui sektor ini sumber daya Indonesia dapat diberdayakan secara maksimal. Selain dari itu melalui sektor ini juga potensi sumber daya manusia menuju peningkatan daya saing bangsa dalam pembangunan berkelanjutan mempunyai keunggulan kompetitif dibandingkan sektor lainnya, karena secara proporsional akan memberikan dampak (multiplier efek) terhadap dinamika ekonomi dan social pada masyarakat. Dari pemberdayaan potensi dampak (multiplier efek) ini berarti solusi untuk mengatasi ketimpangan dan kemiskinan dapat direalisasikan dengan adil sehingga rakyat makin sejahtera. Dalam kaitan ini sektor ini perlu direkomendasikan untuk dikembangkan seiring dengan pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Pemberdayaan ekonomi dapat diawali dengan pemberdayaan

penduduk setempat sesuai dengan semangat otonomi daerah adalah merupakan salah satu strategi untuk mengembangkan pariwisata dimaksud. Dengan pemberdayaan ini secara nasional merupakan strategi yang berpengaruh pada dinamika ekonomi dan sosial. Dalam rangka meningkatkan peranan kepariwisataan untuk menunjang peningkatan prekonomian daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat maupun peningkatan pendapatan masyarakat pada sektor ini memerlukan berbagai kebijakan dan strategi yang baik. Oleh sebab itu sektor pariwisata harus dirumuskan dan dikaji dalam berbagai kombinasi yang dimulai dari kombinasi lingkup wilayah, komponen sumber daya alam / fisik / lingkungan dan budaya, komponen pemasaran, transportasi dan infrastruktur serta lingkup karakteristik organisasi publik / pemerintah, privat / swasta lembaga swadaya masyarakat, perusahaan nasional. Untuk merumuskan dan kajian ini sangat diperlukan masukan (input) dari berbagai pihak yang berkepentingan terhadap pariwisata dapat dimulai melalui tingkat pengenalan, pengetahuan dan minat masyarakat terhadap dunia pariwisata tersebut. Dengan mengetahui persepsi, pengenalan, pengetahuan dan minat masyarakat terhadap dunia pariwisata akan memudahkan pengambil kebijakan / keputusan untuk

merealisasikan rumusan dan kajian terhadap pengembangan pariwisata di daerahnya masing-masing. Oleh sebab itu melalui penelitian ini penulis ingin menelaah secara lebih jauh bagaimana persepsi masyarakat terhadap dunia wisata umumnya, khususnya bagi masyarakat setempat. Mengingat pentingnya pemahaman ini maka bagaimana bentuk pengenalan dan pengetahuan serta minat masyarakat terhadap dunia kepariwisataan dapat diketahui sehingga sangat diperlukan sebagai dasar untuk rumusan pengembangan pariwisata.. Dengan mengetahui rumusan dan kajian berarti bahwa dunia pengembangan kepariwisataan mempunyai dampak dinamika ekonomi dan social terhadap prekonomian. Daerah akan mudah diwujudkan. Propinsi lampung sebagai salah satu dari propinsi – propinsi lainnya yang ada di Indonesia, telah dianugrahi oleh Tuhan Yang Maha Esa dengan kekayaan alam yang dapat menjadi pendukung ekonomi daerah, termasuk didalamnya keindahan alam yang dapat dimanfaatkan dan didayagunakan dalam bidang kepariwisataan. Potensi – potensi objek wisata, banyak corak dan ragamnya yang mencerminkan khususnya daerah yang dapat dikembangkan untuk objek dijadikan sector andalan dalam kegiatan ekonomi daerah wisata di propinsi ini.

Dari uraian diatas dunia kepariwisataan di atas di Bandar Lampung belum mempunyai rumusan dan kajian yang jelas untuk dikembangkan. Hal ini dikarenakan masih banyak tempat-tempat pariwisata yang belum dikelola dengan maksimal, turunnya /rendahnya pertumbuhan para pengunjung dari 8,19% tahun 2001 menjadi 5,39% tahun 2002 (Balai Konservasi Sumber Daya Alam II, 2002), serta dinamika ekonomi ditempat-tempat wisata masih bersifat musiman dan minat masyarakat masih bersifat alami. Demikian juga sarana prasarana belum memadai dan merupakan keengganan para investor menanamkan modalnya dan keseriusan pemerintah terhadap pengembangan pariwisata. masih sangat kurang. Dalam hubungan ini diduga bahwa faktor dominan yang menyebabkan belum maksimalnya pengelolaan dan belum tumbuhnya minat penggunaan dunia pariwisata ini sebagai berikut: 1) Tingkat pengenalan dan pengetahuan dan minat masyarakat di Bandar Lampung dan masyarakat pendatang terhadap pariwisata bagi kalangan masyarakat masih beragam. 2) Bentuk pengenalan, pengetahuan dan minat masyarakat tersebut dalam memenuhi kebutuhan terhadap dunia wisata masih bersifat alami. 3) Bentuk pengembangan pariwisata di daerah ini belum mempunyai rumusan dan kajian yang

jelas. 4) Belum tersosialisasinya keindahan tempat-tempat dunia wisata secara maksimal. 5) Para investor belum tertarik untuk menanamkan modalnya pada sector pariwisata dan pengusaha kecil & menengah masih sangat minim membuat usaha ditempat-tempat wisata serta keseriusan pemerintah untuk mengelola sektor ini masih rendah.

Melalui penelitian tentang peningkatan persepsi masyarakat dan hubungannya dengan tingkat pengenalan, Pengetahuan dan minat masyarakat terhadap Pariwisata di Bandar Lampung” guna meningkatnya kinerja pemerintah dalam sektor pariwisata.

Dilatar-belakangi hal diatas perlu dilakukan studi untuk pemahaman, maka peneliti akan meneliti tentang ”Persepsi hubungannya dengan Pengenalan, Pengetahuan dan Minat terhadap sektor pariwisata di Bandar Lampung”. Tujuan Penelitian ini secara lebih terperinci tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut; 1) untuk menunjukkan hubungan tingkat pengenalan masyarakat terhadap pariwisata 2) untuk menunjukkan hubungan tingkat pengetahuan masyarakat terhadap pariwisata, 3) untuk menunjukkan hubungan tingkat minat masyarakat terhadap pariwisata, dan 4) untuk menunjukkan hubungan secara

bersama-sama antara tingkat pengenalan, pengetahuan dan minat masyarakat terhadap persepsi masyarakat terhadap pariwisata.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik survei yang berpedomana pada teknik penyebaran Kuesioner. Dalam metode ini akan diuraikan mengenai objek penelitian, lokasi penelitian, identifikasi penelitian operasional variabel, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis yang akan diuraikan secara lebih terinci sebagai berikut: 1) Objek penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di kota Bandar Lampung yang terdiri dari; masyarakat akademik dan profesi, masyarakat pengusaha, masyarakat umum. 2) Lokasi Penelitian berdasarkan pertimbangan waktu, biaya, dan tenaga yang tersedia, maka penelitian ini mengambil lokasi di daerah kota Bandar Lampung

Definisi dan Operasioanl Variabel

Agar tidak terjadi salah interpretasi terhadap beberapa istilah, maka perlu dijelaskan istilah tersebut ke dalam definisi operasional, yaitu Persepsi merupakan aktivitas mengendara,

menginterpretasikan, dan memberikan penilaian terhadap objek tertentu dalam pengertian ini adalah pandangan masyarakat terhadap objek yaitu pariwisata.

- a. Pengenalan adalah proses pembuatan cara mengenal, atau mengenali institusi sector pariwisata.
- b. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan institusi sector pariwisata.
- c. Minat adalah sesuatu yang ada dalam diri manusia yang harus dipenuhi guna mempertahankan kelangsungan hidup. Dalam hubungan ini kebutuhan akan hiburan melalui wisata atau dengan melakukan wisata.
- d. Persepsi adalah makna yang bertalian berdasarkan pengalaman masa lalu, rangsangan yang diterima, kebutuhan konsumsi yang semakin meningkat. Dengan kata lain persepsi adalah suatu proses yang merupakan aktivitas mengindra, menyeleksi, mengorganisasi dan menginterpretasi serta memberikan penilaian terhadap objek tertentu yaitu bidang pariwisata.

Identifikasi operasional variabel

Didalam penelitian ini variabel-variabel yang akan diteliti yaitu;

- a. Persepsi masyarakat mengenai pariwisata sebagai variable independen (terikat)
- b. Pengenalan tentang pariwisata sebagai variabel dependen (bebas).
- c. Pengetahuan tentang pariwisata sebagai variabel dependen (bebas).
- d. Minat tentang masyarakat pariwisata sebagai variabel dependen (bebas).

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sample pada penelitian ini merupakan kombinasi dari cluster sampling dan stratified random sampling yaitu dilakukan dengan cara mengelompokkan populasi kedalam cluster-cluster kemudian diklasifikasikan kedalam strata-strata yang lebih kecil. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

Kelompok masyarakat kemudian distratifikasi menjadi masyarakat pengusaha masyarakat, masyarakat akademis dan profesi, masyarakat umum.

Dari masing-masing strata (kelompok masyarakat). Pada masyarakat masing-masing kecamatan diambil sample secara acak dimana masing-masing strata jumlah respondentnya diambil 50 orang sehingga jumlah keseluruhan responden

sebesar 200 orang (4 x 50 orang) responden. Jumlah responden tersebut dianggap representatif untuk sample penelitian. Ada perbaikan. 4 x 50 orang di narasikan

Keterangan :

1. Masyarakat pengusaha terdiri dari; pengusaha yang tergabung dalam asosiasi, Kadin, HIPMI dan GAPENSI serta pengusaha Non Asosiasi.
2. Masyarakat Akademisi dan profesi terdiri dari; Dosen PTN dan PTS Mahasiswa PTN dan PTS. Notaris, Dokter.
3. Masyarakat Umum terdiri dari; pegawai negeri, pegawai BUMN, BUMD, pegawai Swasta, dan lain-lain. Masyarakat Pendatang terdiri dari; masyarakat yang sedang berada di Bandar Lampung yang Tinggal di Hotel-Hotel karena ada aktifitas di Bandar Lampung dan masyarakat yang dalam perjalanan menuju Pulau Jawa atau Pulau Jawa menuju Sumatera.

Metode Pengumpulan Data. Data primer diperoleh diperoleh dari penelitian lapangan yaitu berupa data yang berasal dari responden yang menjadi sample dalam penelitian ini. Pengambilan data melalui penelitian lapangan dengan menggunakan angket tersebut berisi sejumlah pertanyaan dan

pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.

Metode analisis

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Korelasi, dan Kaidi Kuadrat yang akan diuraikan sebagai berikut:

Analisis Korelasi dan Regresi

Analisa ini untuk melihat hubungan antara tingkat pengenalan, pengetahuan dan minat masyarakat perguruan tinggi, masyarakat pengusaha, masyarakat umum dan masyarakat pendatang dengan persepsi masyarakat terhadap Pariwisata.

Korelasi

Analisis ini untuk melihat hubungan timbal balik (pengaruh) antara variabel independen dengan dependen. Adapun formula dari alat analisis ini;

Formula :

Metode ini digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan pengenalan, pengetahuan dan minat masyarakat dengan sektor pariwisata. Dengan menggunakan rumus Korelasi berganda sebagai berikut :

$$R_{yx} = \frac{R_{yx_1} - r_{yx_2} \cdot r_{x_1x_2}}{\sqrt{1 - r_{x_1x_2}^2} \cdot \sqrt{1 - r_{yx_2}^2}}$$

Regresi

Formula umum:

$$Y = a + bX_1 + cX_2 + dX_3$$

Keterangan:

- Y = Persepsi masyarakat terhadap pariwisata
 X_1 = Tingkat pengenalan masyarakat terhadap pariwisata
 X_2 = Tingkat Pengetahuan masyarakat terhadap pariwisata
 X_3 = Minat masyarakat terhadap pariwisata
 a = Konstanta
 b, c & d = Koefisien regresi

Analisis Kai Kuadrat

Analisa ini digunakan untuk melihat perbedaan persepsi masyarakat antara masyarakat pengusaha, masyarakat akademis, masyarakat umum dan masyarakat pendatang terhadap tingkat pengenalan, pengetahuan dan minat tentang pariwisata

Dari sampel yang diambil atau dari hasil pengamatan yang dilakukan kemudian dihitung X^2 dengan rumus sebagai berikut:

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_n)^2}{F_n}$$

Keterangan:

f_o = Frekwensi yang di observasi.

f_n = Frekwensi yang diharapkan .

Langkah-langkah uji – kai kuadrat adalah sebagai berikut:

- merumuskan hipotesis
- Menentukan jumlah katagori ataubaris (r) dan alternatif atau kolom (k) dari tabel kontigensi.
- Menentukan level signifikan (α)
- Mencari nilai pengamatan (C_{ij}) dan nilai yang diharapkan (e_{ij})

dan disusun dalam tabel kontigensi.

$$e_{ij} = (n_j / n_i) / n$$

e_{ij} = Nilai pengamatan pada basis i kolom j

e_{ij} = Nilai yang diharapkan pada basis i kolom j

n_{ij} = Jumlah pengamatan pada basis i

n_j = Jumlah pengamatan pada baris j

n = Jumlah seluruh pengamatan

e. Menghitung nilai kai – kuadrat dengan rumus

$$X^2 = \sum \sum (e_{ij} - e_{ij})^2 / e_{ij}$$

e. Mencari nilai X^2 pada tabel distribusi dengan df (k – 1) (m – 1)

f. Menentukan kesimpulan menerima atau menolak hiptesis dengan kriteria

- H_a ditolak, jika X^2 (hitung) < X^2 (tabel) H_o ditolak dan H_a diterima, jika X^2 (hitung) > X^2 (tabel).
- H_o diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh dan hubungan pengenalan, pengetahuan dan minat Kemampuan terhadap persepsi masyarakat Publik. Setelah diolah dengan menggunakan peralatan statistik dan hasil SPSS didapat persamaan regresi linier : $Y = 2,007 - 3,38X_1 + 8,824X_2 + 867X_3$ Dari hasil regresi di atas, menunjukkan bahwa antara tingkat pengenalan, pengetahuan dan Minat masyarakat terhadap Persepsi Masyarakat (Publik) mempunyai hubungan yang signifikan yaitu terjadi

hubungan negatif antara pengenalan terhadap persepsi masyarakat (publik), sedangkan antara pengetahuan dan minat dengan persepsi masyarakat (publik) terjadi hubungan positif. Dari koefisien dalam persamaan regresi tersebut ternyata pengetahuan dan minat mempengaruhi persepsi masyarakat (publik).

Hipotesis Kesatu

Hipotesis ke satu menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pengenalan dengan persepsi masyarakat (publik).

Adanya pengaruh yang signifikan antara pengenalan dan persepsi masyarakat (publik). Analisa pengujian hipotesa menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara pengenalan dan persepsi masyarakat (publik). Berdasarkan hipotesa tersebut rumusan Nol (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a) adalah sebagai berikut :

H_0 : tidak ada korelasi yang positif antara kemampuan terhadap pelayanan publik .

H_a : ada korelasi yang negatif antara pengenalan terhadap persepsi masyarakat (publik).

Untuk pengujian hipotesa berdasarkan nilai uji t, jika t hitung $>$ t table 0,05 (dk = r-2), maka H_0 ditolak. Jika t hitung $<$ t table 0,10 (dk = r-2) maka H_a diterima.

Dari hasil table pada lampiran, didapat harga t hitung sebesar -0,48 sedangkan t table dengan dk (200-2 = 198) adalah 1,960. jadi t hitung $-0,48 <$ t table 1,960 (dk 198 = 1,960). Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dari penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa memang terdapat pengaruh yang signifikan negatif artinya pengenalan merupakan faktor yang tidak/ menentukan persepsi masyarakat (publik) di Bandar Lampung, atau saat ini masalah pengenalan belum terlalu penting untuk ditingkatkan, hal ini dikarenakan persepsi masyarakat (publik) masi ditentukan secara positif oleh faktor lainnya seperti; pengetahuan, minat, moderator dan lain-lain.

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dengan persepsi masyarakat (publik)

Adanya hubungan dan pengaruh yang signifikan antara Pengetahuan dan Persepsi Masyarakat (publik).

Analisa pengujian hipotesa menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara pengetahuan dan persepsi masyarakat (publik). Berdasarkan hipotesa tersebut rumusan Nol (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a) adalah sebagai berikut :

H_0 : tidak ada korelasi yang positif antara pengetahuan terhadap persepsi masyarakat (publik).

H_a : ada korelasi yang positif antara pengetahuan terhadap persepsi masyarakat (publik).

Untuk pengujian hipotesa berdasarkan nilai t, jika t hitung $>$ t table 0,05 (dk = r-2), maka H_0 ditolak. Jika t hitung $<$ t table 0,10 (dk = r-2) maka H_a diterima.

Dari hasil table pada lampiran, didapat harga t hitung sebesar 0,899, sedangkan t table dengan dk (200-2 = 198) adalah 1,960. jadi t hitung $0,899 <$ t table 1,960 (dk 200= 1,960). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa memang terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat pengetahuan seseorang dan persepsi masyarakat (publik) atau persepsi akan wisata sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan umumnya dan pada khususnya bagi masyarakat di Bandar Lampung.

Untuk pengujian ini dapat pula dilihat melalui nilai signifikan sebesar 0,37 adalah $<$ 0,05 maka dapat disimpulkan maka tingkat signifikannya cukup tinggi (bahwa di bawah 0,05 yaitu tingkat kepercayaan 95%.

Hipotesa Ketiga

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa ada hubungan dan pengaruh yang signifikan antara minat masyarakat dengan persepsi masyarakat (publik).

Adanya hubungan dan pengaruh yang signifikan antara minat dan Persepsi Masyarakat (publik)

Analisa pengujian hipotesa menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara minat masyarakat dan persepsi masyarakat (publik). Berdasarkan hipotesa tersebut rumusan H_0 dan hipotesa alternatif (H_a) adalah sebagai berikut :

H_0 : tidak ada korelasi yang positif antara minat masyarakat terhadap persepsi masyarakat (publik).

H_a : ada korelasi yang positif antara minat masyarakat terhadap persepsi masyarakat (publik).

Dari hasil tabel pada lampiran, didapat harga t hitung sebesar 28,485 sedangkan t table dengan dk (200-2 = 198) adalah 1,960. jadi t hitung $28,485 >$ t table 1,960 (dk 200= 1,960). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa memang terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat pminat seserang dan persepsi masyarakat (publik) atau

Persepsi masyarakat akan wisata sangat dipengaruhi oleh minatnya itu sendiri umumnya dan pada khususnya bagi masyarakat di Bandar Lampung.

Untuk pengujian ini dapat pula dilihat melalui nilai signifikan sebesar 0,00 adalah $< 0,05$ maka dapat disimpulkan maka tingkat signifikannya cukup tinggi (bahwa di bawah 0,05 yaitu tingkat kepercayaan 100%).

Hipotesis Keempat

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa ada hubungan dan pengaruh yang signifikan antara pengenalan, pengetahuan dan minat masyarakat terhadap persepsi masyarakat (publik).

Adanya Hubungan Secara Bersama-Sama Antara Pengenalan, Pengetahuan dan Minat Masyarakat (Publik) Ditunjukkan Oleh Koefisien Determinasi Regresi Sederhana (Model Summary)

Koefisien determinasi R square (R^2) adalah besaran yang dipakai untuk menyatakan sampai seberapa besar variasi variable independen X (x_1, x_2 dan x_3). nilai koefisien determinasi (R^2) terletak antara $0 < R^2 < 1$ apabila : nilai $R^2 = 0$ berarti variable dependen yang tidak dipengaruhi sama sekali oleh variable (x) dan jika nilai $R^2=1$ berarti variable dependen yang dipengaruhi secara sempurna oleh variable independen.

Dalam penelitian ini hasil dari SPSS ditampilkan R^2 (R Square) sebesar 0,842. R^2 ini merupakan indeks determinasi yaitu persentase yang menyumbang pengaruh pengenalan (X_1) dan pengetahuan (X_2) dan minat (x_3) terhadap persepsi masyarakat (y). R^2 sebesar 0,845 menyatakan bahwa 85% sumbangan pengaruh pengenalan (X_1), pengetahuan (x_2) dan Minat masyarakat (X_3) terhadap persepsi masyarakat (Y), sedangkan sisanya sebesar 15% (100%-85%) dipengaruhi oleh faktor lain.

Hipotesis keempat menyatakan bahwa ada hubungan pengaruh yang signifikan secara bersama-sama pengenalan, pengetahuan dan minat dengan persepsi masyarakat (publik)

Adanya pengaruh yang signifikan antara Pengenalan, Pengetahuan dan minat Masyarakat (publik) dengan Persepsi Masyarakat

Analisa pengujian hipotesa menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara pengenalan, pengetahuan dan minat dengan persepsi masyarakat. Berdasarkan hipotesa tersebut rumusan Nol (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a) adalah sebagai berikut :

H_0 : tidak ada korelasi yang positif antara pengenalan, pengetahuan dan minat terhadap persepsi masyarakat (publik).

H_a : ada korelasi yang positif antara pengenalan, pengetahuan dan

minat terhadap persepsi masyarakat (publik).

Untuk pengujian hipotesa berdasarkan nilai F, jika F hitung > F table 0,05 (dk = r-2), maka H0 ditolak. Jika F hitung < F table 0,10 (dk = r-2) maka Ha diterima. Dari hasil table pada lampiran, didapat harga F hitung sebesar 351,260, sedangkan F table dengan dk (200-2 = 198 adalah 1,645. jadi F hitung 351,260 > F table 1,645 (dk 200 = 2,145). Dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima. Dari penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa memang terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara pengenalan, pengetahuan dan minat dan persepsi masyarakat secara bersama-sama pada masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi masyarakat Bandarlampung sebagai tempat penelitian Untuk pengujian ini dapat pula dilihat melalui nilai signifikan sebesar 0,00 adalah < 0,05 maka dapat disimpulkan maka tingkat signifikannya cukup tinggi (bahwa di bawah 0,10 yaitu tingkat kepercayaan 100%.

Hasil Pengujian Hipotesis Kelima

Hipotesis ini menyatakan : “Adanya perbedaan persepsi masyarakat yang tergolong masyarakat Pengusaha, Akademisi dan Umum terhadap Tingkat Pengenalan, Pengetahuan dan Minat Masyarakat tentang Pariwisata. Berdasarkan hipotesis tersebut, maka dapat dinyatakan hipotesis Nul (Ho) dan hipotesis alternatif (Ha) sebagai berikut;

H0 : Tidak ada perbedaan persepsi masyarakat yang tergolong masyarakat Pengusaha, Akademisi dan Umum terhadap pengenalan, pengetahuan dan minat tentang Pariwisata.

Ha : Ada perbedaan persepsi masyarakat yang tergolong masyarakat Pengusaha, Akademisi dan Umum terhadap pengenalan, pengetahuan dan minat tentang Pariwisata.

Pengujian hipotesis kelima ini, dilakukan dengan menggunakan teknik analisis uji Kai-kuadrat (Chi Square).Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel berikut ini:

Tabel 5.6
Pengenalan, Pengetahuan dan Minat Dengan Persepsi Masyarakat

Responenden	Frekuensi yang diobservasi (f _o)	Frekuensi yang diharapkan (f _n)	(f _o – f _n)	(f _o – f _n) ²	$\frac{(f_o - f_n)^2}{f_n}$
• Masyarakat Pengusaha	60	66	- 6	36	0,55
• Masyarakat Akademisi	70	67	3	9	0,13
• Masyarakat Umum	70	67	3	9	0,13
• Jumlah	200	200	0	54	0,81

Dk = 3-1 = 2 dan kesalahan 5% , maka nilai yang diperoleh harga chi kuadrat /X (pangkat)² tabel = 5, 591. Ternyata harga **chi kuadrat /X (pangkat)²** hitung lebih kecil dari harga chi kuadrat tabel ($0,81 < 5,591$). Karena (X^2) hitung < dari (X^2) tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti ada persepsi masyarakat perbedaan yang tergolong masyarakat Pengusaha, Akademisi dan Umum terhadap pengenalan, pengetahuan dan minat tentang Pariwisata. Arti perhitungan tersebut adalah persepsi masyarakat mempunyai urutan; untuk masyarakat yang mempunyai urutan dimulai dari akademisi, umum mempunyai respon yang sama terhadap pariwisata. Sedangkan masyarakat pengusaha lebih cenderung memilih berwisata diluar Bandarlampung dan kecenderungan untuk berinvestasi diluar bidang Pariwisata.

SIMPULAN

Dari hasil analisa dan pembahasan terhadap permasalahan yang diteliti dan berdasarkan tujuan penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) Dari hasil analisis secara deskriptif tingkat pengenalan masyarakat tidak begitu baik, yaitu dibawah 50 persen dari kriteria yang ditetapkan, maka sebetulnya berdasarkan hasil angka di atas sudah dapat diduga bahwa hipotesis tersebut

relevan dengan hasil penelitian ini. Dengan kata lain, pengenalan masyarakat tidak begitu baik, dan pengetahuan masyarakat baik, hampir dari 75 persen dari kriteria yang ditetapkan, yang artinya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata baik. Untuk minat masyarakat cukup karena walaupun masih dibawah 75 persen dari kriteria yang ditetapkan tapi mendekati kriteria yang ditetapkan maka, sebetulnya berdasarkan hasil angka di atas sudah relevan dengan hasil penelitian ini. Sedangkan persepsi masyarakat (publik) sangat tinggi, karena sudah diatas 75 persen dari kriteria yang ditetapkan, maka sebetulnya berdasarkan hasil angka di atas sudah dapat menjawab hipotesis tersebut relevan dengan hasil penelitian ini. Dengan kata lain, persepsi masyarakat (publik) sudah cukup baik. Sudah tentu bahwa kesimpulan ini didasari pada jumlah sampel penelitian yang berjumlah 200 orang yang diambil secara proses sampling dari populasi pada masyarakat Bandarlampung sebagai lokasi penelitian.

2) Hubungan secara parsial. Dari penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa memang terdapat pengaruh yang signifikan negatif antara pengenalan terhadap persepsi masyarakat (publik) di Bandarlampung, dan saat ini masalah pengenalan belum terlalu penting untuk ditingkatkan, dikarenakan persepsi masyarakat (publik) masih ditentukan

secara dominan positif oleh faktor lainnya seperti; pengetahuan, minat, moderator dan lain-lain. Tingkat pengetahuan seseorang dan persepsi masyarakat (publik) akan wisata sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan umumnya dan pada khususnya bagi masyarakat di Bandarlampung. Hal ini ditunjukkan dari pengujian tingkat signifikannya cukup tinggi yaitu 0,05 yaitu tingkat kepercayaan 95%. Sedang pengaruh yang signifikan antara minat dan persepsi masyarakat akan wisata sangat dipengaruhi oleh minatnya itu sendiri umumnya dan pada khususnya bagi masyarakat di Bandarlampung. Hal ini dibuktikan dari pengujian nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan maka tingkat signifikannya cukup tinggi (bahwa di bawah 0,05 yaitu tingkat kepercayaan 100%). 3) Dari hasil table pada lampiran, didapat harga F hitung sebesar 351,260, sedangkan F table dengan dk (200-2 = 198 adalah 1,645. jadi F hitung $351,260 > F \text{ table } 1,645$ (dk 200 = 2,145). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa memang terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara pengenalan, pengetahuan dan minat dan persepsi masyarakat secara bersama-sama pada masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi masyarakat Bandarlampung sebagai

tempat penelitian Untuk pengujian ini dapat pula dilihat melalui nilai signifikan sebesar 0,00 adalah $< 0,05$ maka dapat disimpulkan maka tingkat signifikannya cukup tinggi (bahwa di bawah 0,10 yaitu tingkat kepercayaan 100%). 4) Dari ketiga kelompok (masyarakat pengusaha, akademisi dan umum) tersebut terdapat perbedaan persepsi tentang pariwisata yaitu; persepsi bagi masyarakat pengusaha berbeda persepsi dengan masyarakat akademisi dan berbeda pula dengan persepsi masyarakat umum.

Mengacu pada keempat kesimpulan di atas dan memperhatikan kenyataan di lapangan, beberapa saran berikut ini perlu diperhatikan: 1) Pengenalan, pengetahuan dan minat direkomendasikan untuk ditingkatkan melalui kebijakan program dilakukan secara terencana, terarah, berkesinambungan dan terintegrasi agar benar-benar memiliki dampak positif terhadap persepsi masyarakat (publik) sesuai dengan harapan dan tuntutan kebutuhan kinerja organisasi terutama pemerintah daerah. 2) Perlu dirumuskan suatu konsep pengenalan, pengetahuan dan minat terhadap persepsi yang lebih jelas sehingga tidak mengaburkan pengertian pengenalan, pengetahuan dan minat dengan persepsi manajemen pariwisata yang selama ini seringkali dipakai secara rancu untuk menggambarkan manajemen aparatur

negara melalui Dinas pariwisata Padahal secara konseptual, kedua kata tersebut memiliki perbedaan arti. 3) Hasil penelitian ini perlu ditindaklanjuti dengan penelitian atau kajian yang lebih mendalam dan terfokus guna merumuskan model pengenalan, pengetahuan dan minat masyarakat yang efektif terhadap persepsi masyarakat menuju kinerja di lingkungan instansi pemerintah. Hasil penelitian atau kajian ini dapat dijadikan pedoman dalam melakukan pembinaan terhadap hal-hal yang berkepentingan yang benar-benar memiliki minat dan persepsi kinerja yang sesuai dengan harapan organisasi pemerintah. 4) Semua lintas sektoral diharapkan melalui kebijakan pemerintah untuk diarahkan untuk mendukung sektor pariwisata dan menjadikan pariwisata sebagai produk unggulan di Propinsi Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- As'ad M., 2001, *Psikologi Industri*, Liberty ; Yogyakarta
- _____, 2003, *Pedoman penulisan Skripsi*, Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Jayakarta, Jakarta
- Gibson, Ivancevich and Donnely, 1997, *Organizations*, USA, Irwin
- Heijrachman dan Suad Husnan, 1996, *Manajemen Personal*, BPFE, Yogyakarta
- Hasibuan, H. MSP. 2002, *Organisasi dan Motivasi*, : Dasar Peningkatan Produktivitas, Cetakan ketiga Bumi, Akasara, Jakarta
- Indriyo Gitosudarmo dan Agus Mulyono, 2001, *Prinsip Dasar Manajemen*, BPFE, Yogyakarta
- Indriyo Gitosudarmo dan Agus Mulyono, 2001, *Teknik Proyeksi Bisnis*, BPFE, Yogyakarta
- Nazir, M, 2003, *Metode Penelitian*, Penerbit Ghalia Indonesia
- Mowen, John, C, and Minor, Michael Alih Bahasa Salim lina, 2002, *Perilaku Konsumen (Consumer behavior)*, jilid I Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Riduan, 2002, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Penerbit ALFABET, Bandung
- Robbin, Stphen P. 1996. *Organizational Behavir*. 7 th Edition, Prentice Hall. Inc, New Jersey. Canada.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy, *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Schermerhorn, J.R, Hunt, J.G, dan Obornm Richard N. 1982, *Managing Organizational Behavior*, Second Edition, jhon Wiley dan SOS, Inc. Steers, R.M., 1991, *Motivation and Work bahavior*, Singapore, Mc. Graw Hill
- Singarimbun, Masri, 2003, *Metodologi Penelitian*, PT. Rineka Cipta, Jakarta
- Stoner, Freeman, Gilbert, 1995, *Management*, Ner Jersey, Prentice Hall

Sugiyono, 2006., *Statistika Untuk Penelitian*, Penerbit CV Alfabeta, Jakarta

Sukses, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Suryana, 2006, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju*