

## **Pengaruh Pengembangan Wisata Bahari terhadap Pendapatan Masyarakat di Pulau Dua Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan**

**Rachmi Meutia dan Samsul Rizal**

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Email: rachmi.meutia@ar-raniry.ac.id, 150604094@student.ar-raniry.ac.id

### **ABSTRACT**

*Tourism development is starting to become one of the leading programs in regional development. The development of the tourism sector is expected to provide benefits to the community, because the tourism sector is one of the development sectors in the economy. Tourism activities are expected to make a significant contribution to the economy. The purpose of this study was to determine the effect of the development of the tourism sector in terms of location, infrastructure, and promotion on local people's income. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 88 respondents who live in Pulau Dua Bakongan Timur, South Aceh District. Partially, the research results show that location, infrastructure, and promotion variables have a positive effect on local people's income. Based on these results, it is hoped that the government will cooperate with the tourism office as well as the community and tourism managers to develop existing tourism so that it can have better potential in improving the community's economy and economic development in South Aceh District.*

**KEYWORDS:** *Tourism Development, Community Income, Location, Infrastructure, Promotion*

### **ABSTRAK**

*Pengembangan pariwisata merupakan salah satu program unggulan pembangunan daerah. Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Kegiatan Pariwisata diharapkan mampu memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pengembangan sektor pariwisata yang dilihat dari faktor lokasi, infrastruktur dan promosi terhadap pendapatan masyarakat setempat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 88 responden yang merupakan masyarakat Pulau Dua Bakongan Timur, Kabupaten Aceh Selatan. Secara parsial, hasil penelitian menunjukkan variabel lokasi, infrastruktur dan promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan masyarakat setempat. Berdasarkan hasil tersebut, diharapkan pemerintah bekerjasama dengan dinas pariwisata begitu pula dengan masyarakat dan juga pengelola wisata untuk mengembangkan wisata yang ada sehingga dapat berpotensi lebih baik dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan pembangunan daerah di Kabupaten Aceh selatan.*

**KATA KUNCI:** *Pengembangan Wisata, Pendapatan Masyarakat, Lokasi, Infrastruktur, Promosi*

## 1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memainkan peranan penting dalam ekonomi pembangunan. Hal ini dikarenakan potensi yang dimiliki oleh sektor pariwisata berkontribusi besar dalam meningkatkan pendapatan daerah. Kunjungan wisatawan lokal maupun asing ke suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, diantaranya dapat meningkatkan penghasilan masyarakat sekitar, memperluas kesempatan kerja serta meningkatkan pendapatan asli daerah dari retribusi wisata. Namun tak dapat dipungkiri, sektor pariwisata juga berpotensi dalam memicu perubahan perilaku masyarakat sekitar, memudarnya nilai dan norma sosial, serta pencemaran lingkungan (Fyka et al., 2018). Hal tersebut menjadi pertimbangan pemerintah bagaimana mengelola sektor pariwisata dengan baik sehingga dapat meminimalisir potensi negatif dengan melakukan kerjasama dan kontrol dengan dinas-dinas terkait, masyarakat lokal serta para wisatawan. Dengan demikian, sektor ini perlu dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah.

Provinsi Aceh merupakan salah satu wilayah pesisir dan perbukitan dengan letak geografis yang sangat strategis sehingga Aceh dikelilingi perbukitan yang indah dan laut yang terbentang luas. Dengan kondisi alam tersebut Aceh memiliki berbagai tempat yang sangat menarik bagi wisatawan untuk dikunjungi. Setelah musibah gempa bumi dan gelombang Tsunami 26 Desember 2004, Aceh mulai bangkit dan ini ditandai dengan berbagai kegiatan kepariwisataan terutama yang diprakarsai oleh Pemerintah Aceh dengan melibatkan berbagai unsur kepariwisataan. Pada saat ini perekonomian Aceh terus bangkit terutama dibidang pariwisata. Adapun tempat-tempat wisata di Aceh sudah dikenal di mancanegara, seperti Pulau Sabang, Pulau Aceh, dan Pulau Banyak. Selain itu meningkatnya jumlah wisatawan Aceh dari tahun ke tahun dikarenakan Aceh masuk dalam Top 5 kategori wisata halal terbaik menurut The Cescent peringkat-mastercard yang didasarkan pada penerapan syariah islam dan peninggalan tsunami sehingga membuat desitinasi wisata ke aceh menjadi lebih menarik bagi wisatawan (Yusuf et al., 2021).

Penambahan jumlah wisatawan yang datang ke Aceh tiap tahunnya tentu akan memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan daerah terutama bagi masyarakat yang mencari nafkah di sekitar lokasi wisata. Dengan demikian pengembangan sektor pariwisata sangat terkait terhadap kondisi tersebut. Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan masyarakat dari pengembangan pariwisata diantaranya lokasi, infrastruktur, promosi, akses, dan lingkungan (Hermawan, 2016; Yusuf et al., 2021). Adapun penelitian ini hanya membatasi kepada tiga faktor yaitu lokasi, infrastruktur dan promosi. Lokasi merupakan salah satu faktor penting dalam pariwisata yang harus dikembangkan agar pendapatan masyarakat bisa meningkat. Suatu lokasi akan menarik untuk dikunjungi jika dilihat dari segi akses, lalu lintas, visibilitas, fasilitas dan lingkungan menurut Swastha dalam (Lebu et al., 2019). Daya tarik suatu objek wisata akan terus tersembunyi selama akses menuju wilayah tersebut tidak ada. Oleh karena itu, kemudahan akses lokasi yang dapat dicapai oleh kendaraan dan lalu lintas yang tertib sekaligus fasilitas dan lingkungan yang nyaman merupakan bagian dari perkembangan wisata yang akan meningkatkan

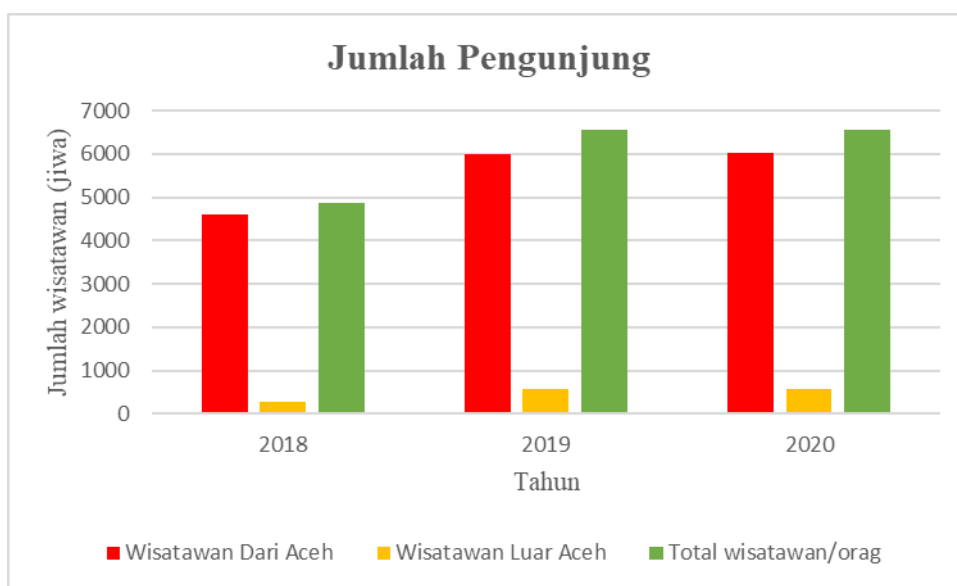
keputusan wisatawan baik lokal maupun global (Lebu et al., 2019). Menurut Lempoy et al. (2015) lokasi dengan strategi yang kurang strategis akan menurunkan minat kunjungan wisatawan dibandingkan dengan lokasi yang strategis.

Infrastruktur merupakan suatu sistem yang menunjang sistem sosial dan ekonomi yang dibutuhkan dalam mendukung setiap kegiatan masyarakat. Dengan kata lain, infrastruktur merupakan semua fasilitas, berupa fisik maupun non fisik yang dibangun oleh pemerintah maupun individu dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat dalam lingkup sosial dan juga ekonomi. Adapun yang termasuk ke dalam infrastruktur pariwisata adalah fasilitas-fasilitas pendukung pariwisata antara lain: sarana akomodasi seperti villa dan hotel, alat transportasi jaringan air bersih, air limbah, gas, listrik dan telepon, drainase, jalan raya, rel kereta api, bandara, stasiun kereta api, terminal, restoran, pusat perbelanjaan, tempat-tempat hiburan, museum, pertokoan dan infrastruktur lainnya (Evita et al., 2012; Kartika & Wahyono, 2019). Oleh karena itu, infrastruktur pariwisata perlu dikembangkan untuk meningkatkan kualitas objek wisata sehingga menambah daya tarik wisata untuk dikunjungi.

Selain faktor lokasi dan infrastruktur, pengembangan pariwisata dari segi promosi sangatlah penting karena promosi merupakan faktor keberhasilan suatu program pemasaran untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhannya (Tjiptono, 2019). Bagaimanapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengar suatu produk dan tidak mengetahui manfaat produk tersebut baginya maka konsumen tidak akan membelinya. Begitu juga dengan objek wisata, seberapapun menariknya suatu objek wisata jika wisatawan belum pernah mendengarnya maka tidak ada yang akan mengunjunginya. Dengan promosi para wisatawan dapat mengetahui destinasi-destinasi yang baru dan dapat dikunjungi, terlebih saat ini promosi mudah dilakukan karena akses internet sebagian besar sudah menyebar ke pelosok-pelosok desa. Para pemandu wisatawan atau pengelola daerah wisata dapat menggunakan internet untuk memperkenalkan destinasi-destinasi baru kepada konsumen atau wisatawan, ini tentu lebih menguntungkan karena lebih minim biaya dan efisien. Selain itu, promosi berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pengunjung dalam berwisata (Mardiyani & Murwatiningsih, 2015).

Banyaknya destinasi wisata di Aceh dikarenakan Aceh dikelilingi oleh perbukitan dan laut yang terbentang luas. Jika melewati Barat-Selatan Aceh wisatawan juga akan dimanjakan dengan perbukitan yang berhadapan langsung dengan laut, hal inilah yang membuat barat selatan memiliki destinasi wisata yang sangat menarik dan memanjakan mata wisatawan seperti di Kabupaten Aceh Selatan yang memiliki banyak tempat-tempat yang sangat indah untuk dikunjungi salah satunya Wisata Pulau Dua. Objek Wisata Pulau Dua merupakan salah satu objek wisata bahari atau pantai laut yang terdapat di Aceh Selatan tepatnya di Kecamatan Bakongan Timur Gampong Ujong Pulo Rayeuk. Keberadaan objek wisata ini tentunya memiliki kontribusi dan peranan penting bagi masyarakat setempat, terutama dalam membuka peluang untuk pengembangan lapangan pekerjaan seperti memajukan produksi daerah, melaksanakan aktivitas perdagangan dan lain sebagainya.

Pengambilan masyarakat di sekitar Wisata Pulau Dua sebagai subjek kajian dikarenakan manfaat keberadaan objek Wisata Pulau Dua ini memberikan peluang usaha baik itu pedagang, pemandu wisatawan, maupun nelayan yang mempunyai transportasi untuk membawa wisatawan berkeliling di kawasan objek Wisata Pulau Dua sehingga tentunya mempengaruhi pendapatan masyarakat setempat.



Sumber: Dinas Pariwisata (2021)

**Gambar 1. Jumlah Wisatawan di Kabupaten Aceh Selatan Tahun 2018-2020**

Dari gambar 1 diatas dapat disimpulkan bahwa total wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Aceh Selatan tiap tahun kian bertambah. Adapun pengunjung yang paling banyak berasal dari masyarakat Aceh sendiri sedangkan dari luar Aceh masih sangat sedikit. Hal ini dikarenakan objek wisata di Kabupaten Aceh Selatan belum banyak diketahui oleh masyarakat luar Aceh, salah satunya Wisata Pulau Dua yang menjadi objek penelitian ini.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya mengenai dampak pengembangan sektor pariwisata terhadap pendapatan masyarakat sekitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Desa Wisata Nglanggeran membawa dampak yang positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat lokal di Desa Nglanggeran, diantaranya: penghasilan masyarakat meningkat; meningkatkan peluang kerja dan berusaha; meningkatkan kepemilikan dan kontrol masyarakat lokal; meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Hermawan, 2016). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Widagdo dan Rokhlinasari (2017) di kota Cirebon menunjukkan hasil bahwa adanya obyek wisata religi memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pengembangan usaha untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Dampak yang cukup signifikan lainnya mengenai

pengembangan pariwisata bagi masyarakat Kota Cirebon adalah dapat terciptanya lapangan pekerjaan baru untuk warga di sekitar tempat wisata. Berbeda dengan penelitian sebelumnya penelitian ini akan mengkaji secara empiris pengembangan sektor pariwisata dari segi lokasi, infrastruktur dan promosi. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh lokasi, infrastruktur dan promosi dari pengembangan Sektor Pariwisata Pulau Dua terhadap peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar.

## **2. TINJAUAN TEORITIS**

### **A. Konsep Pariwisata**

Pariwisata adalah melakukan perjalanan dengan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah, dan lain-lain. Sedangkan menurut Undang-Undang Pariwisata No.10 tahun 2009 “pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”.

Menurut Pitana dan Gayatri dalam Hermawan (2016) konsep Pariwisata meliputi tiga elemen: pertama *a dynamic element* yaitu melakukan perjalanan ke suatu destinasi wisata. Kedua *a static element* yaitu singgah di daerah destinasi dan yang ketiga *a consequential element*, akibat yang ditimbulkan dari adanya kontak dengan wisatawan baik dampak ekonomi, sosial-budaya dan lingkungan. Untuk lebih jelasnya Pitana (2009) mengungkapkan dampak pariwisata dibagi ke dalam 7 kategori:

1. Dampak terhadap penerimaan devisa
2. Dampak terhadap pendapatan masyarakat
3. Dampak terhadap kesempatan kerja
4. Dampak terhadap distribusi manfaat atau keuntungan
5. Dampak terhadap kepemilikan dan kontrol ekonomi masyarakat
6. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya
7. Dampak terhadap pendapatan pemerintah

### **B. Pengembangan Pariwisata**

Pengembangan pariwisata sangat erat kaitannya dengan pembangunan ekonomi suatu daerah. Bagaimanapun juga suatu industri pariwisata yang berkembang dengan baik, maka akan berdampak positif bagi wilayah tersebut. Hal positif itu berupa menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan memberikan *effect multiplier* bagi pertumbuhan ekonomi. Menurut Pitana (2009) dalam Hermawan (2016) pengembangan sektor pariwisata sebaiknya melibatkan masyarakat setempat, wisatawan yang berkunjung ke suatu tempat pasti akan memberikan dampak positif atau negatif secara langsung maupun tidak langsung.

Pengelolaan pariwisata diibaratkan bagaikan mengelola api, jika benar pengelolaan maka api

dapat membantu pekerjaan manusia sebaliknya jika tidak dikelola dengan benar akan membahayakan kehidupan. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata tidak hanya melihat dari segi ekonomi saja namun juga dari segi aspek berkelanjutan atau kepentingan masa depan atas sumber daya dan lingkungan.

Menurut Noer (2011) dalam Pongsammin et al. (2021). Aspek Perencanaan Pengembangan obyek wisata alam mencakup sistem perencanaan kawasan, penataan ruang (tata ruang wilayah), standarisasi, identifikasi potensi, koordinasi lintas sektoral, pendanaan, dan sistem informasi obyek wisata alam. Dalam rangka mengembangkan obyek wisata perlu segera dilaksanakan inventarisasi terhadap potensi nasional obyek wisata alam secara bertahap sesuai prioritas dengan memperhatikan nilai keunggulan saing dan keunggulan banding, kekhasan obyek, kebijaksanaan pengembangan serta ketersediaan dana dan tenaga.

### **C. Pendapatan**

Salah satu sumber pendapatan daerah merupakan dari sektor pariwisata. Semakin meningkatnya kunjungan wisatawan ke daerah tersebut akan berpengaruh positif terhadap pendapatan masyarakat, karena semakin meningkatnya kunjungan wisatawan ke tempat destinasi wisata maka akan tercipta lapangan kerja untuk masyarakat sekitar. Meningkatnya pendapatan akan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat.

Rahardja (2019) mengemukakan pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu. Ada beberapa indikator yang mempengaruhi pendapatan masyarakat yaitu (Harahap, 2021):

1. Penghasilan yang diterima per bulan,
2. Pekerjaan,
3. Anggaran biaya sekolah,
4. Beban keluarga yang ditanggung.

### **D. Lokasi**

Lokasi sering kali menentukan kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2012) terdapat indikator-indikator yang digunakan dalam pemilihan tempat atau lokasi adalah:

a. Akses adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi obyek wisata yang meliputi:

- Lokasi yang mudah dijangkau.
- Kondisi jalan menuju lokasi.
- Waktu yang ditempuh menuju lokasi.

b. Tempat Parkir

c. Visibilitas adalah lokasi obyek wisata dapat dilihat dari jalan utama dan terdapat petunjuk lokasi keberadaan obyek wisata, meliputi:

- Lokasi yang bisa dilihat dari jalan raya.

- Petunjuk yang jelas menuju lokasi.

d. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.

e. Lingkungan adalah keadaan lingkungan keadaan sekitar obyek wisata, meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan.

Lokasi strategis akan meningkatkan suatu usaha terlebih dalam industri pariwisata. Suatu objek wisata yang memiliki kemudahan akses dari jalan raya, mudah dilalui dengan kendaraan, tempat parkir yang luas, lingkungan yang nyaman, dan visibilitas yang baik tentu akan menarik pengunjung (Mulyati & Afrinata, 2018). Dengan meningkatnya pengunjung ke daerah wisata akan meningkatkan perekonomian masyarakat di daerah tujuan wisata.

Berdasarkan pembahasan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Lokasi pengembangan sektor pariwisata Pulau Dua berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar.

### **E. Infrastruktur Pariwisata**

Infrastruktur merupakan kebutuhan dasar fisik pengorganisasian sistem struktur yang diperlukan untuk jaminan ekonomi sektor publik dan sektor privat sebagai layanan dan fasilitas yang diperlukan agar perekonomian dapat berfungsi dengan baik (Salenussa, 2019). Tidak hanya bagi pembangunan suatu wilayah, infrastruktur adalah faktor kunci bagi pengembangan pariwisata. Definisi diatas pada umumnya merujuk pada infrastruktur teknis dan fisik seperti, fasilitas jalan, air bersih, pengolahan limbah, listrik, telekomunikasi dan Pelabuhan secara fungsional. Adapun indikator infrastruktur dalam penelitian ini hanya membatasi pada infrastruktur dasar seperti prasarana jalan, listrik, air bersih telekomunikasi, penginapan, pembuangan sampah menurut Musenaf (1995) dalam Kartika & Wahyono (2019).

Infrastruktur pariwisata merupakan kunci utama dalam mengembangkan industri pariwisata. Fasilitas jalan yang bagus akan mempermudah para wisatawan mengakses lokasi. Ketersediaan listrik, air, penginapan, telekomunikasi dan pembuangan limbah meningkatkan kenyamanan wisatawan. Dengan demikian hipotesis 2 yaitu:

H2: Infrastruktur sektor pariwisata Pulau Dua berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar.

### **F. Promosi**

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Begitu juga dengan suatu objek wisata, seseorang tidak akan pernah mengetahui keberadaan dimana tempat wisata itu berada jika tanpa adanya promosi dari pihak pengelola wisata dan dinas kepariwisataan.

Menurut (Kotler & Keller, 2012) promosi adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang

sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Adapun indikator-indikator promosi menurut diantaranya adalah:

- a. Frekuensi promosi adalah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi penjualan.
- b. Kualitas promosi adalah tolak ukur seberapa baik promosi penjualan dilakukan.
- c. Kuantitas promosi adalah nilai atau jumlah promosi penjualan yang diberikan konsumen.
- d. Waktu promosi adalah lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.
- e. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi merupakan faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan.

Dalam konteks pariwisata promosi ditujukan untuk mengenalkan suatu destinasi wisata. Berdasarkan teori tersebut, maka hipotesis 3 dalam penelitian ini adalah:

H3 : Promosi wisata berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar.

### 3. METODE PENELITIAN

#### A. Populasi dan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pemilihan lokasi penelitian yaitu di kawasan pariwisata Pulau Dua Gampong Ujong Pulau Rayeuk Kecamatan Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan. Populasi dalam penelitian yaitu seluruh masyarakat di kampung Ujong Pulau Rayeuk yang berjumlah 114 orang. Dengan metode Slovin diperoleh sampel berjumlah 89 orang. Adapun teknik pengambilan sampling dilakukan dengan metode *teknik random sampling*.

#### B. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ini diperoleh dengan dengan dua pendekatan yaitu pengamatan dan penyebaran kuesioner dengan pengukuran skala likert.

#### C. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yaitu lokasi, infrastruktur dan promosi sedangkan variabel terikat adalah pendapatan masyarakat. Berikut definisi operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Pendapatan Masyarakat (Y)	Pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga	1. Penghasilan yang diterima perbulan 2. Pekerjaan 3. Anggaran biaya sekolah	Likert



	dalam periode tertentu (Rahardja, 2019)	4. Beban keluarga yang ditanggung (Harahap, 2021)	
Lokasi	Lokasi adalah tempat operasi suatu usaha atau kegiatan	1. Akses 2. Tempat Parkir 3. Visibilitas 4. Ekspansi 5. Lingkungan (Kotler & Keller, 2012)	Likert
Infrastruktur Pariwisata	Fasilitas dalam menunjang kegiatan pariwisata	1. Prasarana jalan 2. Listrik 3. Air bersih 4. Telekomunikasi 5. Penginapan 6. Pembuangan sampah (Kartika & Wahyono, 2019)	Likert
Promosi	Promosi adalah startegi pemasaran utuk menarik konsumen	1. Frekuensi Promosi 2. Kualitas Promosi 3. Kuantitas Promosi 4. Waktu Promosi 5. Ketepatan Sasaran Promosi (Kotler & Keller, 2012)	Likert

#### D. Model Analisis Data

Sebelum data dianalisis terlebih dahulu dilakukan uji kelayakan kuesioner penelitian dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, untuk memastikan bahwa data dalam penelitian ini layak untuk dianalisis, maka dilakukan Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan regresi berganda. Regresi berganda sering digunakan untuk memecahkan permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dua atau lebih variabel bebas. Berikut persamaan penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y : Pendapatan
- $\alpha$  : Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien Regresi
- X1 : Lokasi
- X2 : Infrastruktur
- X3 : Promosi
- e : Error

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pendapatan masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

No.	Karakteristik Responden	Jumlah Responden
1	<b>Berdasarkan Jenis Kelamin</b>	
	Laki-laki	45
	Perempuan	44
	<b>Jumlah</b>	<b>89</b>
2	<b>Berdasarkan Usia Responden</b>	
	<20 tahun	19
	21-35 Tahun	53
	36-50 tahun	17
	>50 tahun	0
	<b>Jumlah</b>	<b>89</b>
3	<b>Berdasarkan Pendidikan</b>	
	SD	60
	SMP	29
	SMA	6
	Diploma	0
	Starata 1	0
	<b>Jumlah</b>	<b>89</b>
4	<b>Berdasarkan Pekerjaan</b>	
	Pegawai Swasta	0
	PNS	0
	Wiraswasta	52
	Nelayan	37
	<b>Jumlah</b>	<b>89</b>

Sumber: Data primer diolah, (2021)

##### B. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir-butir pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner penelitian. Dalam menentukan tingkat validitas maka dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Adapun  $r_{tabel}$  didapatkan dengan melihat tabel

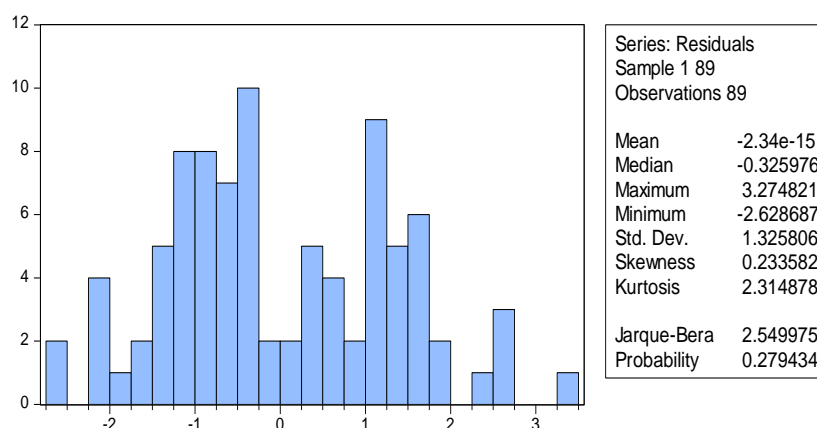
dan menghitung *degree of freedom* ( $df = n - 2$ ) terlebih dahulu. Dalam hal ini  $n$  yaitu jumlah sampel sebanyak 89 responden. Adapun  $df$  nya yaitu  $89-2$  maka hasil  $df = 87$  dengan  $\alpha$  0,05 didapatkan  $r_{tabel} 0,1755$ , jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dari suatu skor (skala pengukuran). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha  $> 0,60$  dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha  $< 0,60$ . Uji reliabilitas dari hasil penelitian tersebut dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini.

Berdasarkan hasil regresi variabel lokasi memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar  $0.746 > 0,60$ , kemudian Infrastruktr memiliki nilai Cronbach's Alpha  $0.769 > 0,60$ , promosi memiliki nilai Cronbach's Alpha  $0.704 > 0,60$ , dan pendapatan memiliki nilai Cronbach's Alpha  $0.709 > 0,60$ , sehingga dapat dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

### C. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1) Hasil Uji Normalitas



Sumber: Output data diolah (2021)

**Gambar 2. Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar di atas hasil uji normalitas dasar pengambilan keputusan adalah: Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal. Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Jarque-Bera sebesar 2.549975 dengan P Value sebesar 0,279434 di mana  $> 0,05$  yang berarti residual berdistribusi normal.

#### 2) Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Uji multikolinearitas diukur dengan menggunakan nilai VIF (*Variance*

*Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Gujarati, 2007). Adapun hasil uji multikolinearitas dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variance Inflation Factors

Sample: 1 89

Included observations: 89

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	1.930229	94.40071	NA
X1	0.003276	48.49678	1.215207
X2	0.002111	26.51901	1.196739
X3	0.007039	75.99091	1.062062

Sumber : Output data diolah (2021)

Pada Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai VIF yaitu sebagai berikut:

1. X1 dengan nilai VIF = 1.215207 < 10
2. X2 dengan nilai VIF = 1.196739 < 10
3. X3 dengan nilai VIF = 1.062062 < 10

Dari hasil pengolahan tersebut dapat dilihat bahwa nilai VIF (*Varians Inflation Factor*) antara Lokasi (X1), Infrastruktur (X2), dan promosi (X3), tidak terjadi masalah Multikolinearitas, karena nilai masing-masing VIF lebih kecil dari 10. Dimana jika VIF < 10, maka tidak terdapat Multikolinearitas. Kemudian nilai koefisien untuk variabel lokasi yaitu 0.003276, infrastruktur 0.002111, dan promosi 0.007039. Nilai ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,10 maka tidak terdapat Multikolinearitas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

### 3) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Metode yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji *Glejser*. Jika nilai signifikan pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut *varians residual* yang sama (homoskedastisitas). Jika nilai signifikan pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas atau disebut *varians residual* tidak sama. Syarat suatu data bebas dari gejala

heterokedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini.

**Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.565299	Prob. F (3,85)	0.6394
Obs*R-squared	1.740970	Prob. Chi-Square (3)	0.6279
Scaled explained SS	1.237531	Prob. Chi-Square (3)	0.7440

Sumber : Output data diolah (2021)

Pada Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai P value yang ditunjukkan dengan nilai Prob. Chi-Square (3) pada Obs\*R-squared yaitu sebesar 1.740970. Nilai P value 0.6279 > 0.05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas karena memiliki probabilitas atau signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ . Berarti variabel bebas dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk menggunakan analisis regresi. Selebihnya sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji *gleser* yang disimpulkan bahwa antara variabel tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

#### **D. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Berikut hasil regresi linear berganda yang tertera dalam tabel 5 di bawah ini:

**Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Method: Least Squares

Sample: 1 89

Included observations: 89

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.482485	1.389327	2.506599	0.0141
X1	0.203666	0.057233	3.558550	0.0006
X2	0.102471	0.045940	2.230524	0.0283
X3	0.722627	0.083901	8.612859	0.0000
R-squared	0.605965	Mean dependent var		19.24719
Adjusted R-squared	0.592058	S.D. dependent var		2.112091
S.E. of regression	1.348999	Akaike info criterion		3.480506
Sum squared resid	154.6830	Schwarz criterion		3.592355
Log likelihood	-150.8825	Hannan-Quinn criter.		3.525589
F-statistic	43.57235	Durbin-Watson stat		1.955916
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Output data diolah (2021).

Berdasarkan pada Tabel di atas maka hasil uji regresi linear berganda di atas dengan menggunakan model persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 3.482485 + 0.203666 X_1 + 0.102471 X_2 + 0.722627 X_3 + e$$

Intepretasi:

- 1) Konstanta sebesar 3.482485 artinya jika variabel lokasi, infrastruktur, dan promosi konstan maka tingkat pendapatan masyarakat sebesar 3.482485 satu satuan.
- 2) Koefisien regresi variabel Lokasi ( $X_1$ ) sebesar 0.203666 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel Lokasi maka dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sebesar 0.203666 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/*Ceteris Paribus*.
- 3) Koefisien regresi variabel Infrastruktur ( $X_2$ ) sebesar 0.102471 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel infrastruktur maka dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sebesar 0.102471 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/*Ceteris Paribus*.
- 4) Koefisien regresi variabel Promosi ( $X_3$ ) sebesar 0.722627 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel promosi maka dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sebesar 0.722627 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/*Ceteris Paribus*.

## E. Pembahasan

### 1) Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan

Adapun Pada variabel lokasi ( $X_1$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3.558550, dengan nilai signifikan sebesar 0.0006 berdasarkan keterangan tersebut maka  $t_{hitung}$  (3.558550) >  $t_{tabel}$  (1.66320). Maka jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi ( $X_1$ ), terhadap pendapatan ( $Y$ ) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.

Hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa lokasi, berpengaruh signifikan terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua Bakongan Timur.

Jawaban responden yang banyak menjawab setuju pada item pertanyaan yang penulis sediakan menunjukkan lokasi pariwisata yang nyaman sangatlah penting untuk membuat wisatawan betah dalam menikmati suasana laut di kawasan wisata Pulau Dua Bakongan Timur, sehingga nantinya wisatawan akan berkunjung kembali ke destinasi wisata pulau dua, dengan banyak nya kunjungan wisatawan akan mempengaruhi pendapatan masyarakat setempat.

Selanjutnya arus lalu lintas masuk ke destinasi Pulau Dua sangat mudah dijangkau karena sangat dekat dengan jalan lintas Kota Medan-Tapak Tuan, wisatawan tidak memerlukan waktu lama untuk mencari destinasi wisata Pulau Dua karena cukup dengan melintas di Gampong Ujong Pulo Rayeuk destinasi tersebut sudah terlihat dengan jelas, walaupun jalan masuk ke destinasi tersebut sedikit bertikungan akan tetapi wisatawan tidak perlu khawatir karena terdapat rambu-rambu lalu lintas yang menunjukkan ada keramaian. Dengan akses jalan yang begitu mudah dan aman tentunya wisatawan akan memilih berkunjung ke destinasi wisata Pulau Dua dibandingkan wisata lain yang ada di kawasan Bakongan Timur maupun tempat wisata lain di Kabupaten Aceh Selatan. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan di kawasan pulau dua akan berpengaruh pada pendapatan

masyarakat maupun redistribusi gampong yang diperoleh dari parkir kendaraan wisatawan baik roda dua maupun roda empat.

Destinasi wisata Pulau Dua memiliki aturan adat serta aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah setempat yaitu pelaksanaan wisata syariah, artinya muda-mudi yang bukan mahram tidak boleh berdua apabila belum menikah.

Menurut observasi yang dilakukan oleh peneliti tingkat kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan sudah sangat tinggi, ini terlihat dari kebersihan tempat wisata dikawasan tempat wisata. Akan tetapi pengunjung destinasi wisata Pulau Dua haruslah memiliki kesadaran sendiri untuk membuang sampah pada tempatnya, karena destinasi wisata Pulau Dua belum memiliki tim khusus dalam pembersihan sampah, artinya kesadaran wisatawan sangatlah diperlukan dalam menjaga kebersihan lingkungan destinasi wisata Pulau Dua dengan terjaganya kebersihan lingkungan akan membuat wisatawan nyaman dan betah berlama-lama menikmati keindahan pantai di lokasi tersebut sehingga berdampak langsung pada penjualan warung-warung makan yang berpengaruh pada pendapatan masyarakat setempat.

Wisata Pulau Dua merupakan satu-satunya wisata bahari kepulauan yang berada di Aceh Selatan, yang tentunya sangat memberikan peluang besar dalam menarik minat wisatawan. Oleh sebab itu pentingnya pengelolaan yang baik sehingga nantinya mampu menjadi wisata unggulan dan memberikan kontribusi besar bagi masyarakat setempat maupun pemerintah setempat.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sari & Andika, 2020) yang menunjukkan hasil bahwa lokasi suatu destinasi wisata dapat meningkatkan pendapatan pedagang yang mencari rezeki di Pantai Selat Baru. Penelitian lain yang dilakukan oleh Lebu et al. (2019) dan Lempoy et al. (2015) menunjukkan bahwa lokasi suatu wisata dapat menarik wisatawan berkunjung ke tempat tersebut dan meningkatkan pula penggunaan jasa tempat wisata, sehingga hal ini berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat setempat.

## **2) Pengaruh Infrastruktur Terhadap Pendapatan**

Adapun Pada variabel infrastruktur ( $X_2$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2.230524, dengan nilai signifikan sebesar 0.0283 berdasarkan keterangan tersebut maka  $t_{hitung}$  (2.230524) >  $t_{tabel}$  (1.66320). Maka jika  $t_{hitung}$  >  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel infrastruktur ( $X_2$ ), terhadap pendapatan ( $Y$ ) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.

Hasil uji hipotesis t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa infrastruktur berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua. Hasil ini membuktikan bahwa dengan sarana dan prasarana yang memadai maka akan membuat wisatawan nyaman dan mendapatkan akses-akses yang lebih mudah dijangkau.

Hotel atau penginapan sangat penting tersedia di kawasan wisata pulau dua dikarenakan mulai berdatangan nya wisatawan mancanegara atau wisatawan luar daerah Aceh yang mulai meminati destinasi Wisata Bahari Pulau Dua, dimana wisatawan luar daerah yang menempuh

perjalanan jauh membutuhkan penginapan untuk beristirahat, wisatawan biasa memilih tidur di hotel atau wisma yang tersedia di Kecamatan Bakongan Induk, untuk wisatawan dari arah Medan harus menempuh jarak sekitar 15 menit dari destinasi Wisata Pulau Dua. Alternatif lain wisatawan juga bisa membuat pos atau tempat istirahat sendiri di kawasan wisata dengan membuat tenda sementara, wisatawan cukup membayar 50 ribu/kelompok untuk satu malam. Para wisatawan tidak perlu khawatir karena pengelola destinasi sudah menyediakan tempat yang bisa digunakan yang tentunya aman dan nyaman karena dijaga oleh pihak pemuda gampong setempat.

Dalam kawasan Gampong Ujong Pulo Rayeuk terdapat banyak warung makan yang bisa dipilih oleh wisatawan, tentunya warung-warung ini menjadi tempat wisatawan bersantai untuk menikmati keindahan destinasi wisata pulau dua. Kebersihan dan kenyamanan menjadi pilihan utama bagi wisatawan. Warung-warung di kawasan Gampong Ujong Pulo Rayeuk tentunya mempertimbangkan kebersihan makanan yang disajikan. Khusus untuk wisatawan muslim tidak perlu ragu makan di warung-warung dikawasan wisata tersebut, karena mayoritas masyarakat di Gampong Ujong Pulo Rayeuk adalah muslim.

Perlu diketahui oleh wisatawan bahwa Destinasi Wisata Pulau Dua pada hari-hari libur atau hari-hari kebesaran seperti Hari raya, Meugang, tahun baru atau hari libur lainnya, warung-warung dikawasan destinasi Pulau Dua Bakongan Timur penuh dikunjungi oleh wisatawan baik dalam daerah maupun wisatawan luar daerah oleh sebab itu wisatawan harus mempersiapkan tikar atau terpal yang bisa digunakan untuk duduk jika nantinya pondok-pondok sudah penuh. Tapi wisatawan tidak perlu khawatir jika pondok sudah penuh karena jika wisatawan membawa alas duduk wisatawan bisa membuat tempat duduk dibawah pohon-pohon cemara yang rimbun dan lebih menyatu dengan alam disana. Alternative lain juga bisa di tempuh oleh wisatawan dengan memesan atau memboking pondok sebelum datang.

Seperti pembahasan peneliti di atas bahwa wisatawan luar daerah mulai meminati destinasi wisata pulau dua, tentunya mereka yang datang banyak mengunakan kendaraan pribadi, ini tentu harus didukung oleh ketersediaan lawan parkir yang cukup luas serta aman, sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam kawasan destinasi Wisata Pulau Dua pemerintah gampong mengharuskan pemilik warung untuk menyediakan lawan parkir bagi kendaraan wisatawan, serta melibatkan pemuda gampong dalam menjaga keamanan kendaraan wisatawan. Destinasi ini juga menyediakan tempat souvenir seperti baju bergambar pulau dua dan baju-baju yang khas dengan wisata pulau dua, yang dijual diwarung-warung dikawasan tersebut. Tempat souvenir khusus memang belum tersedia dikawasan destinasi wisata pulau dua, disinilah di harapkan dari pemerintah gampong atau pengusaha untuk mengambil peluang yang ada dalam membangun tempat souvenir yang kusus dan lengkap dikawasan destinasi wisata pulau dua Bakongan Timur semankin lengkap ketersediaan sarana dan prasarana maka wisatawan akan semangkin tinggi meminati destinasi wisata dua sehingga berpengaruh pada pendapatan masyarakat setempat.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Kartika & Wahyono, 2019; Salenussa, 2019) yang menunjukka bahwa infrastruktur berpengaruh terhadap pendapatan dengan



meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini didukung dengan penelitian (Seetanah et al., 2011) yang menunjukkan wisatawan cenderung sensitive terhadap infrastruktur, dengan kata lain semakin nyaman dan bagus infrastruktur akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan, sehingga pengembangan infrastruktur akan dapat meningkatkan pembangunan pariwisata.

### **3). Pengaruh Promosi Terhadap Pendapatan**

Adapun Pada variabel promosi (X3) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 8.612859, dengan nilai signifikan sebesar 0,0000 berdasarkan keterangan tersebut maka  $t_{hitung}$  (8.612859) >  $t_{tabel}$  (1.66320). Maka jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi (X3), terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.

Hasil uji hipotesis t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa promosi pariwisata berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan masyarakat Pulau Dua.

Hasil ini menunjukkan bukti bahwa dengan adanya promosi pariwisata yang kreatif, inovatif, menarik dan sesuai dengan yang sudah direncanakan oleh pihak pengelola dan pemerintah setempat dan dijalankan secara optimal maka otomatis akan menimbulkan hasil yang memuaskan, hal ini akan menjadi penting dalam meningkatkan pendapatan dan kemajuan perekonomian masyarakat Ujong Pulo Rayeuk. Dalam hal ini harus direncanakan secara matang oleh pihak pengelola dan pemerintah setempat maupun masyarakat dengan tujuan yang diinginkan maka output atau hasil akhirnya akan sesuai juga dengan tujuan yang sudah ditetapkan. Promosi menjadi salah satu penunjang untuk memperkenalkan keindahan dan keunggulan destinasi Wisata Pulau Dua Bakongan Timur kepada wisatawan lokal maupun mancanegara.

Semakin dikenal destinasi Wisata Pulau Dua maka akan semakin menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata yang akan berpengaruh pada pendapatan masyarakat setempat.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil promosi dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu destinasi wisata sehingga secara langsung berdampak baik terhadap pendapatan masyarakat sekitar tempat wisata (Handayani & Dedi, 2017; Mardiyani & Murwatningsih, 2015; Rahim, 2020; Setiyorini & Kristiyana, 2019).

## **5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **A. Kesimpulan**

Dari uraian hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial ditemukan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.
2. Secara parsial ditemukan bahwa variabel infrastruktur berpengaruh positif terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.

3. Secara parsial ditemukan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.
4. Adapun berdasarkan hasil uji hipotesis simultan maka dapat disimpulkan bahwa lokasi (X1), infrastruktur (X2), promosi (X3), mempunyai pengaruh yang erat terhadap pendapatan (Y) masyarakat Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan.

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis ingin memberikan beberapa masukan antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pengelola Pulau Dua untuk menjaga kebersihan lokasi wisata Pulau Dua dengan baik, sehingga para wisatawan nyaman dalam beraktivitas di lokasi wisata tersebut, dengan demikian akan membuat wisatawan kembali datang dan berkunjung dikemudian hari sehingga menambah jumlah pendapatan masyarakat setempat.
2. Diharapkan kepada pemerintah untuk berperan aktif dalam membangun infrastuktur pada lokasi wisata pulau dua demi keamanan para wisatawan yang berkunjung.
3. Diharapkan kepada masyarakat untuk mengelola infrastruktur yang ada dengan baik demi kenyamanan pariwisata sehingga wisatawan aman dan nyaman dalam menggunakan fasilitas yang ada. Dengan demikian para wisatawan akan berkunjung kembali karena merasa aman dan nyaman sehingga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan menambah pendapatan masyarakat setempat.
4. Diharapkan kepada pengelola atau masyarakat untuk selalu melakukan promosi baik di sosial media, baliho, spanduk atau memberikan brosur kepada wisatawan yang sudah berkunjung sehingga wisata ini dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat, yang nantinya menarik minat untuk berwisata.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Evita, R., Sirtha, I. N., & Sunartha, I. N. (2012). Dampak perkembangan pembangunan sarana akomodasi wisata terhadap pariwisata berkelanjutan di bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 109–222.
- Fyka, S. A., Yunus, L., Limi, M. A., Hamzah, A., & Darwan, D. (2018). Analisis Dampak Pengembangan Wisata Pulau Bokori Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Bajo (Studi Kasus di Desa Mekar Kecamatan Soropia). *Habitat*, 29(3), 106–112.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2007). *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Handayani, E., & Dedi, M. (2017). Pengaruh promosi wisata bahari dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal*

*Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, 7(2), 151–160.

Harahap, A. S. (2021). Harahap (skripsi 2021). In *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Hermawan, H. (2016). Dampak pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105–117.

I Gede Pitana. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Kartika, F. P., & Wahyono, H. (2019). Pengaruh Perkembangan Infrastruktur Dasar Pariwisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Candi Gedong Songo Kecamatan Bandungan. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 8(4), 217–225.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*, edisi ketigabelas, Jilid I. In *Penerbit: Indeks, Jakarta*. Jakarta: Indeks.

Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh lokasi, persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).

Lempoy, N. C., Mandey, S. L., & Loindong, S. S. R. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1).

Mardiyani, Y., & Murwatiningsih, M. (2015). Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(1).

Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191–200.

Pongsammin, Y. S., Wuisang, C. E. v, & Rengkung, M. M. (2021). The Development of Interest Tourism in Minahasa District. *SPASIAL*, 8(3), 566–575.

Prathama Rahardja, M. M. (2019). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Rahim, R. (2020). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Wisatawan untuk Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(4), 272–279.

Salenussa, C. (2019). Kajian Kecukupan Infrastruktur Pendukung Pariwisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *E-Journal.Uajy.Ac.Id*.

Sari, N., & Andika, S. (2020). Pengaruh Modal, Lokasi Dan Jam Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Di Wisata Pantai Selatbaru Kecamatan Bantan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Bertuah: Journal of Sharia and Islamic Economics*, 1(2).

Seetanah, B., Juwaheer, T. D., Lamport, M. J., Rojid, S., Sannasee, R. V., & Subadar, A. U. (2011). Does infrastructure matter in tourism development? *University of Mauritius Research Journal*, 17, 89–108.

Setiyorini, A., & Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 12–17.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Yusuf, M. Y., Innayatillah, I., Isnaliana, I., & Maulana, H. (2021). The Determinants of Tourists' Intention to Visit Halal Tourism Destinations in Aceh Province. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam*, 5(2), 892–912.