

## ANALISIS PERSEPSI PENGEMBANGAN TPI KOTA PEKALONGAN MENJADI WISATA PENDIDIKAN ( PROTOTYPE PROGRAM “GO FISH EDUCATION”)

Fadli Hudaya<sup>1</sup>, Leni Susanti<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ekonomi Islam, STIE Muhammadiyah Pekalongan

<sup>2</sup> Manajemen STIE Muhammadiyah Pekalongan

Email: [mr.fadli82@gmail.com](mailto:mr.fadli82@gmail.com)

---

### Abstrak

#### Keywords:

Go fish  
education;  
Persepsi Kualitas  
Layanan,  
Persepsi  
Fasilitas, Minat  
Kunjungan

Penelitian ini bertujuan untuk membangkitkan kembali perekonomian masyarakat sekitar wilayah TPI di kota pekalongan yang selama ini mengalami kelesuan karena menurunnya produktivitas TPI kota Pekalongan dengan Program “Go fish education” sebagai solusi menggerakkan kembali roda ekonomi masyarakat sekitar TPI. Program “Go fish education” dibuat sebagai tempat wisata edukasi bagi siapapun yang akan berkunjung, untuk itu pengembangan kawasan TPI ini menjadi objek wisata edukasi harus dimaksimalkan. Objek dalam penelitian ini adalah pelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Perikanan IRMA di kota pekalongan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dengan menggunakan daftar pertanyaan tertutup dan untuk memperkuat hasil penelitian akan dilakukan Focus Group Discussion (FGD), yang dilakukan terhadap pelajar yang terpilih menjadi sampel penelitian. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan minat kunjungan sebelum dan sesudah penerapan prototype go fish education. Hal ini berarti prototype go fish education patut dipertimbangkan untuk diterapkan pada TPI Kota Pekalongan. Hasil pengujian terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil pengujian berikutnya menyatakan bahwa persepsi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjungan.

---

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pekalongan merupakan kota yang terletak di daerah pantai utara (PANTURA) pulau Jawa, Kota Pekalongan memiliki pelabuhan perikanan terbesar di Pulau Jawa. Pelabuhan ini sering menjadi transit dan area pelelangan hasil tangkapan laut oleh para nelayan dari berbagai daerah, tempat ini sering disebut dengan tempat pelelangan Ikan (TPI). Tempat Pelelangan Ikan (TPI) merupakan salah satu fungsi utama dalam kegiatan perikanan dan juga merupakan salah satu faktor yang menggerakkan dan meningkatkan usaha dan kesejahteraan nelayan (Wiyono, 2005 dalam Wijayanto dkk 2005). Menurut sejarah pelelangan ikan telah dikenal sejak tahun 1922, didirikan dan diselenggarakan oleh koperasi perikanan di pulau jawa, dengan tujuan untuk melindungi nelayan dari permainan harga yang dilakukan oleh tengkulak/pengijon, sehingga nelayan mendapatkan harga yang layak agar dapat membantu nelayan dalam mengembangkan usahanya. Pada dasarnya sistem dari Pelelangan Ikan adalah suatu pasar dengan sistem perantara (dalam hal ini adalah tukar tawar menawar) melewati penawaran umum dan yang berhak mendapatkan ikan yang dilelang adalah penawaran tertinggi. (Wijayanto dkk 2005).

Tempat Pelelangan Ikan merupakan wadah yang memiliki fungsi besar sebagai upaya peningkatan taraf hidup para nelayan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pekalongan mempunyai sebuah Tempat Pelelangan Ikan tepatnya berada di kelurahan Panjang Wetan. TPI kota pekalongan diserahkan kelolakan dari pemerintah Provinsi Jawa Tengah kepada Pemerintah Kota Pekalongan cq Dinas Pertanian, Peternakan dan kelautan (DPPK) sejak tahun 2010. Kegiatan di TPI Kota Pekalongan meliputi : pendaratan ikan, bongkar muat ikan, transportasi ikan, pelelangan, dan pengepakan.

TPI Kota Pekalongan merupakan pusat aktivitas perekonomian yang mempunyai perputaran keuangan mencapai 500 juta s/d 1 milyar perhari. Jumlah nelayan yang ada di TPI Kota Pekalongan cukup banyak, yaitu sejumlah 7.595 orang, pengolah sebanyak 492 orang dan pemasar sebanyak 232 orang (Sumber DPPK kota pekalongan).TPI Kota Pekalongan memiliki keunggulan dibandingkan dengan TPI di daerah lain yaitu sistem pembayaran kepada para nelayan secara cash untuk ikan yang telah dilelangkan pada hari itu juga dan sistem pelelangannya sering kali memberikan harga ikan yang lebih tinggi dibanding daerah lain (UPTD TPI DPPK Kota Pekalongan, 2016).

TPI Kota Pekalongan selama kegiatan operasinya, telah menemui Beberapa permasalahan yang dihadapi diantaranya: pertama, lemahnya pengawasan terhadap pihak yang tidak berkepentingan masuk dalam area pelelangan, menyebabkan banyak terjadinya pencurian ikan, terganggunya proses lelang dan proses bongkar muat ikan. Seharusnya lokasi lelang hanya untuk pihak yang berkepentingan saja yang boleh memasuki area lelang, sehingga keamanan terjaga. Kedua adanya pembeli ikan yang menunggak dalam pembayaran. Ketiga, masih adanya lelang ulang, dan penurunan jumlah produksi ikan yang terjadi selama tahun 2000 s.d tahun 2015. Berikut adalah beberapa data – data dalam tabel dari TPI Kota Pekalongan selama kegiatan pelelangan berlangsung :

Tabel.1.1 Jumlah Kapal menurut Ukuran di Kota Pekalongan

No	Tahun	Jumlah	< 10 GT	< 11- 30 GT	31-50 GT	51-70 GT	71-100 GT	101-130 GT	> 130 GT
1	2004	675	5	123	48	99	297	94	9
2	2005	568	50	96	4	105	226	72	15
3	2006	444	38	137	14	80	95	54	26
4	2007	1313	888	180	20	13	148	54	10
5	2008	608	328	110	1	33	112	23	1
6	2009	871	609	116	0	23	108	13	2
7	2010	665	429	87	0	26	107	15	1
8	2011	491	296	59	3	24	97	11	1
9	2012	465	291	55	9	20	81	9	0
10	2013	378	199	63	10	19	79	8	0
11	2014	339	152	58	13	22	84	10	0

Sumber: UPTD TPI DPPK Kota Pekalongan

Tabel 1.2. Jumlah Kapal yang melakukan pelelangan di TPI Pekalongan

Tahun	Kapal Lokal	Kapal Andon
2010	1.147	4.525
2011	733	3.273
2012	570	4.041
2013	463	3.832
2014	586	3.202
2015	617	2.421

Sumber: UPTD TPI DPPK Kota Pekalongan

Tabel 1.3. Perkembangan PAD dari TPI Kota Pekalongan

NO.	Pengelolaan	Produksi (Ton)	Nilai (Rp.000)	% PAD	Realisasi PAD (Rp.)	Target PAD
1	2000	64.720	151.727.816	0,95	1.441.414.252	
2	2001	71.551	206.394.885	0,95	1.960.751.408	
3	2002	51.525	165.815.071	0,95	1.575.243.175	
4	2003	54.956	168.376.130	0,95	1.599.573.235	
5	2004	58.748	180.942.958	0,95	1.718.958.101	
6	2005	43.160	177.205.561	0,95	1.683.452.830	
7	2006	31.943	150.522.629	0,95	1.429.964.976	
8	2007	29.221	131.324.500	0,95	1.247.582.750	
9	2008	22.998	145.579.177	0,95	1.383.002.182	
10	2009	24.780	133.771.818	0,95	1.270.832.271	
11	2010	18.364	120.298.600	3	3.608.958.000	
12	2011	18.680	126.706.207	3	3.801.186.210	
13	2012	19.460	137.212.133	3	4.116.363.990	3,8 M
14	2013	17.603	163.756.087	3	4.912.682.610	4,4 M
15	2014	15.361	165.432.151	3	4.962.965.000	4,6 M
16	2015	14.621	187.376.621	3	5.621.299.000	4,7 M

Sumber: UPTD TPI DPPK Kota Pekalongan

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah kapal yang bersandar di TPI Kota Pekalongan dalam kurun waktu 2004-2014 berfluktuatif. Mulai tahun 2009, jumlah kapal yang bersandar di TPI Kota Pekalongan cenderung menurun terutama kapal berkapasitas besar >130 GT dari tahun 2012 tidak ada yang bersandar.

Jumlah kapal yang melakukan pelelangan di TPI Kota Pekalongan (Tabel 1.2) baik kapal lokal maupun kapal andon juga mengalami penurunan mulai tahun 2011 dibandingkan tahun 2010. Berdasarkan data perkembangan PAD dari TPI Kota Pekalongan (tabel 1.3), jumlah ikan yang dilelang juga mengalami penurunan mulai tahun 2010 sampai 2015. Selain itu masalah klasik lainnya seperti, penurunan jumlah nelayan, masih banyak nelayan yang menjual ikan hasil tangkapan tidak melalui TPI menyebabkan TPI Kota Pekalongan semakin sepi, kondisi ini mengakibatkan banyak masyarakat yang semula menggantungkan hidup dari aktivitas tempat pelelangan ikan pekalongan tersebut beralih ketempat lain, bahkan hingga harus beralih profesi dan dapat dipastikan berdampak terhadap perekonomian masyarakat setempat yang menurun, oleh karena itu diperlukan suatu program yang dapat membantu membangkitkan kembali gairah aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Program pengembangan tempat pelelangan ikan yang diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Berkaitan dengan program tersebut, penulis mengajukan prototype “*Go fish education*” sebagai salah satu program revitalisasi TPI kota Pekalongan dan sebagai solusi dari permasalahan yang ada di TPI kota pekalongan. Program “*Go fish education*” ini merupakan sebuah gagasan program untuk mengembangkan TPI menjadi lokasi wisata edukasi bagi masyarakat, dengan tujuan memperkenalkan TPI, dan fungsi – fungsinya kepada masyarakat terutama untuk para pelajar. Dengan program tersebut diharapkan aktivitas TPI terus berkembang sebagai daerah wisata edukasi.

Pengaruh “*Go fish education*” terhadap peningkatan kinerja TPI didasarkan pada teori dua faktor Herzberg. Yaitu mengembangkan TPI menjadi objek wisata pendidikan tanpa mengurangi peran utamanya sebagai tempat pelelangan ikan.

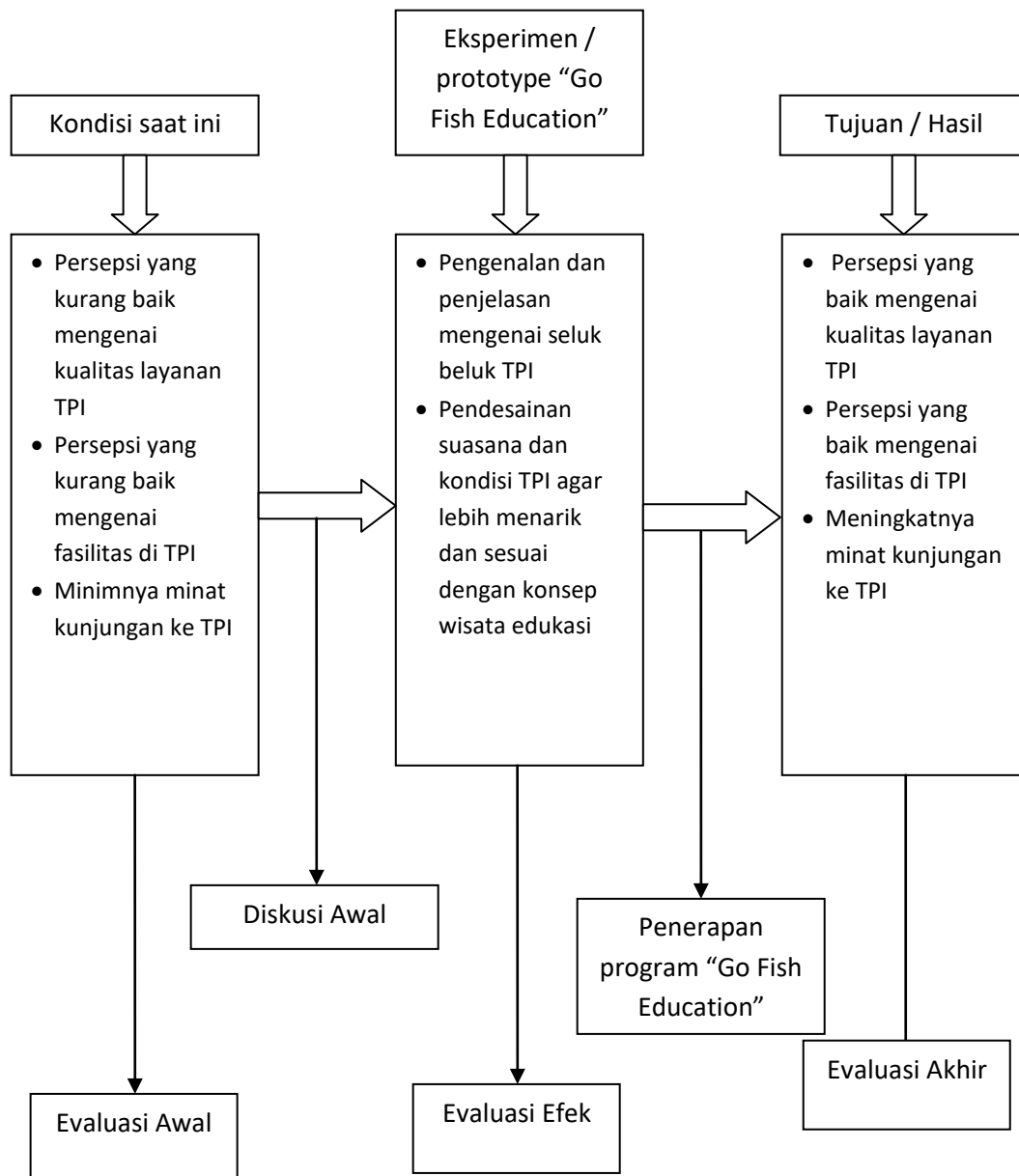
Wisata pendidikan yang populer dengan istilah *educational tourism* merupakan peluang pasar baru dalam usaha jasa pariwisata. Keinginan wisatawan untuk lebih mengetahui daerah tujuan wisata telah menyebabkan pergeseran tren preferensi wisatawan menuju kegiatan minat khusus dengan partisipasi yang lebih intensif di daerah wisata yang dikunjunginya.

Wisatawan lebih menginginkan adanya proses pembelajaran (*learning experience*) dalam melakukan kunjungan wisatanya. Untuk itu, pengembangan wisata pendidikan sebagai produk wisata alternative menjadi sangat penting (Purnawan, Ni Luh Ramaswati, dkk. 2012). oleh karena itu dengan latar belakang yang sudah di uraikan tersebut penulis bermaksud menganalisis persepsi masyarakat tentang program “*Go fish education*” pada TPI kota pekalongan.

### **1.2. Urgensi dan Rasionalisasi Kegiatan**

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di TPI yang apabila disimpulkan dapat berupa permasalahan seperti keamanan, kebersihan dan kurangnya daya tarik dari tempat pelelangan ikan. Permasalahan tersebut membutuhkan solusi dan harus segera diatasi agar tidak menghambat perkembangan TPI Kota Pekalongan yang nantinya berdampak pada penurunan pendapatan TPI Kota Pekalongan. Oleh karena itu, akan diuji cobakan penerapan prototype program “*Go Fish Education*”. Output yang diharapkan nantinya dengan adanya program

ini ialah munculnya perbaikan dan semangat untuk mengelola TPI menjadi lebih baik lagi karena disorot dan dijadikan media pembelajaran bagi para pelajar. Guna lebih jelasnya, mari kita lihat gambar berikut ini.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

### 1.3. Tujuan kegiatan dan Rencana Pemecahan Masalah

Penelitian ini menghasilkan sebuah usulan program yang aplikatif, sehingga mampu meningkatkan kunjungan pelajar dan masyarakat ke TPI sehingga baik secara langsung maupun tidak langsung akan meningkatkan aktivitas di TPI maupun tempat disekitarnya.

Tujuan dari penelitian ini ialah menguji kelayakan prototype program "Go Fish Education" melalui pengukuran persepsi kualitas pelayanan dan persepsi fasilitas terhadap minat kunjungan pelajar untuk mengunjungi TPI Kota Pekalongan. Oleh karena itu, tujuan penelitian dapat dirinci sebagai berikut :

1. Menganalisis perbedaan minat kunjungan pelajar sebelum dan sesudah dilakukannya penerapan /eksperimen program "Go Fish Education".
2. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi kualitas layanan terhadap minat kunjungan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi fasilitas terhadap minat kunjungan.

#### 1.4. Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

##### a. Minat Kunjungan

Minat berkunjung seyogyanya adalah wujud dari minat berperilaku. Definisi minat berperilaku itu sendiri menurut Simamora (2002) adalah suatu kecenderungan potensial untuk mengadakan reaksi, sehingga dalam hal ini adalah sikap yang mendahului suatu perilaku. minat berkunjung ini secara teoritis dapat dianalogikan sebagai minat beli (Albarq, 2014). Dalam penelitiannya Albarq (2014) menyamakan minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen.

Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. (Saidani & Arifin, 2012). Minat beli merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan pembelian. (Swastha, 1994 dalam Mandasari, 2011).

Minat kunjungan memiliki pengertian yang sama dengan minat beli, dan dalam penelitian ini nantinya akan menguji minat beli para pelajar pada sebelum dan sesudah dilakukannya penerapan /eksperimen program “*Go fish education*” sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H1** : Terdapat perbedaan minat kunjungan pelajar sebelum dan sesudah dilakukannya dilakukannya penerapan/eksperimen program “*Go fish education*”.

##### b. Persepsi Kualitas Layanan

Cronin et al. (2000) menyatakan bahwa persepsi kualitas layanan merupakan tanggapan kognitif terhadap jasa yang ditawarkan, sedangkan kepuasan secara keseluruhan merupakan respon emosional yang didasarkan pada fenomena pandangan secara menyeluruh. Persepsi kualitas layanan adalah proses awal yang harus dilalui seseorang sebelum bisa menentukan puas atau tidak pada jasa baru yang digunakan (Zemke et al., 1987)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2006 dalam Mandasari 2011). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka terima atau mereka harapkan.

Persepsi Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap minat beli atau minat kunjungan seseorang, karena persepsi kualitas yang baik akan mendorong atau meningkatkan minat kunjungan konsumen terhadap suatu jasa, maka hal tersebut dapat disimpulkan menjadi sebuah hipotesis sebagai berikut :

**H2** : Persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap minat kunjungan.

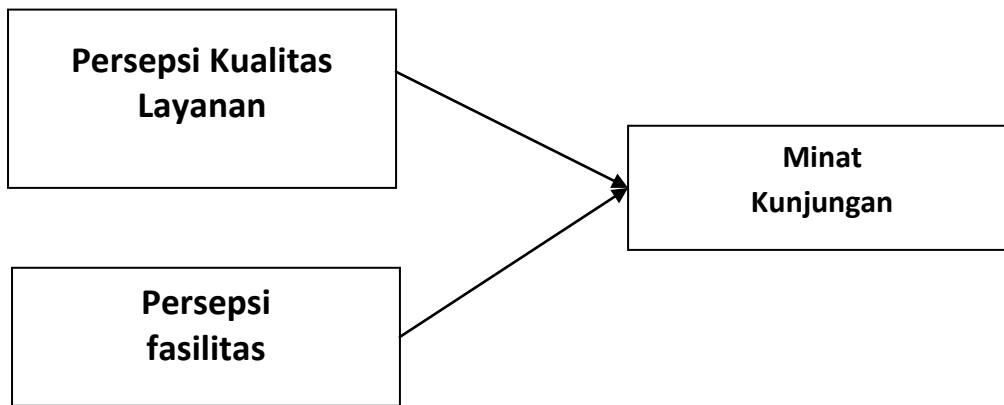
##### c. Persepsi Fasilitas

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktifitas-aktifitas

sehingga kebutuhan konsumen dapat dipenuhi (Sulastyono, 1999). Tugas pokok dari fasilitas adalah untuk melindungi operasi-operasi (Swastha, 1994). Menurut Tjiptono (2006) desain dan tata letak fasilitas jasa erat dengan pembentukan persepsi langganan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan.

Persepsi fasilitas yang baik sangat mempengaruhi minat seseorang untuk mengunjungi suatu tempat, apabila konsumen memiliki persepsi fasilitas yang baik maka konsumen cenderung berminat untuk melakukan kunjungan, oleh karena itu dapat dibuat sebuah hipotesis sebagai berikut :

**H3** : Persepsi fasilitas berpengaruh terhadap minat kunjungan.

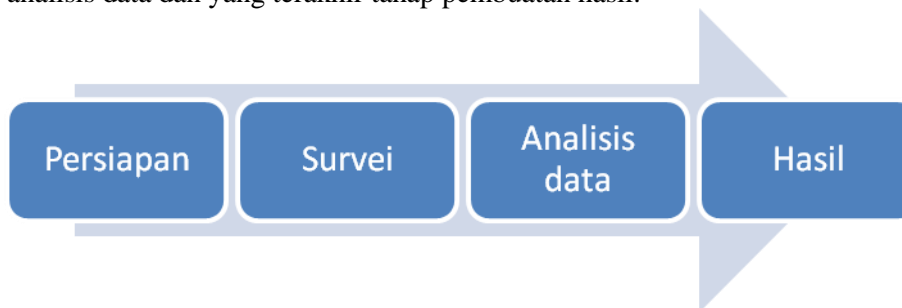


Gambar 1.2 Model Penelitian

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Tahap – tahap Penelitian

Langkah – langkah dalam penelitian ini, diawali dengan persiapan survey kemudian pelaksanaan survey guna mengumpulkan data melalui kuesioner, tahapan analisis data dan yang terakhir tahap pembuatan hasil.



Gambar 2.1 Tahapan penelitian

### 2.2. Objek Penelitian

Objek Penelitian ini ialah variabel Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Fasilitas, dan Minat Kunjungan

### 2.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Perikanan IRMA Kota Pekalongan.

### 2.4. Waktu pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April – Desember 2017

### 2.5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan yaitu :

#### a. Data primer

Pengumpulan data primer diperoleh secara langsung dari para pelajar dan guru melalui pengisian kuesioner dan *Fokus Group Discussion (FGD)*.

#### b. Data sekunder

Pengumpulan data sekunder diperoleh dari penelusuran buku literature dan download jurnal dari *Internet* yang berhubungan dengan adopsi teknologi informasi dan pengaruhnya.



## 2.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dengan menggunakan daftar pertanyaan tertutup dan untuk memperkuat hasil penelitian akan dilakukan *Focus Group Discussion (FGD)*, yang dilakukan pada pelajar SMK Perikanan IRMA Kota Pekalongan.

## 2.7. Definisi Operasional Variabel

Tabel 2.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional
Minat Kunjungan	Kecenderungan Konsumen untuk bertindak melakukan pembelian / kunjungan terhadap suatu barang atau jasa
Persepsi Kualitas Layanan	Pandangan konsumen mengenai kemampuan TPI Kota Pekalongan memenuhi kebutuhan dan keinginan seorang konsumen.
Persepsi Fasilitas	Pandangan Konsumen mengenai desain dan tata letak fasilitas TPI Kota Pekalongan

## 2.8. Teknik analisis data

Data dianalisis melalui analisa kuantitatif menggunakan bantuan software SPSS dan WarpPLS 3.0. Uji Wilcoxon Signed Rank Test digunakan untuk menguji H1. Uji Wilcoxon Signed Rank Test adalah uji komparatif dua sampel bebas apabila skala data ordinal, interval atau rasio tetapi tidak berdistribusi normal. Sign-Wilcoxon test merupakan uji untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antara dua sampel dependent yang berpasangan atau berkaitan dan digunakan sebagai alternatif pengganti uji Paired Sample T-Test jika data tidak berdistribusi normal. Wilcoxon signed rank test bersifat non-parametrik yang berhubungan dengan data berbentuk ranking atau data kualitatif (skala nominal atau ordinal) atau data kuantitatif yang tidak berdistribusi normal. Uji Wilcoxon Signed Rank Test menggunakan SPSS.

Sedangkan pengujian H2 dan H3 menggunakan teknik analisis *Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan bantuan *software* WarpPLS 3.0. SEM-PLS merupakan sebuah pendekatan pemodelan kausal yang bertujuan memaksimalkan variansi dari variabel laten kriteria yang dapat dijelaskan (*explained variance*) oleh variabel laten prediktor (Hair, Sartstedt, & Ringle, 2013).

Pengujian model hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Merancang model struktural (*inner model*)
- Merancang model pengukuran (*outer model*)
- Mengkonstruksi diagram jalur
- Mengkonversi diagram jalur ke dalam sistem persamaan
- Estimasi
- Evaluasi *Goodness of Fit*
- Pengujian Hipotesis (*Reesampling Bootstrapping*)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan analisis *Partial Least Square (PLS)* dan SPSS dengan hasil analisis sebagai berikut :

### 3.1. Hasil Uji SPSS

Uji Beda Wilcoxon Signed Rank Test. Berikut adalah hasil pengujian wilcoxon signed rank test:



### Wilcoxon Signed Ranks

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Minat Kunjung Setelah - Minat Kunjung Sebelum	Negative Ranks	8 <sup>a</sup>	46.88	375.00
	Positive Ranks	88 <sup>b</sup>	48.65	4281.00
	Ties	18 <sup>c</sup>		
	Total	114		

- a. Minat Kunjung Setelah < Minat Kunjung Sebelum  
b. Minat Kunjung Setelah > Minat Kunjung Sebelum  
c. Minat Kunjung Setelah = Minat Kunjung Sebelum

#### Test Statistics<sup>b</sup>

	Minat Kunjung Setelah - Minat Kunjung Sebelum
Z	-7.213 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

- a. Based on negative ranks.  
b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Hasil dari perhitungan Wilcoxon Signed Rank Test, didapatkan nilai Z sebesar -7,213 dengan p value (Asymp. Sig 2 tailed) sebesar 0,000 di mana kurang dari alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara minat kunjungan sebelum dan sesudah penerapan prototype *go fish education*. Oleh karena itu H1 yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan minat kunjungan sebelum dan sesudah penerapan *prototype go fish education*, diterima.

### 3.2. Analisis Partial Least Square (PLS)

Hasil evaluasi model Pengukuran (*outer model*). Pengujian menggunakan *Partial Least Square* terlebih dahulu harus mengevaluasi model pengukuran, kemudian mengevaluasi model struktural. Dalam melakukan evaluasi model pengukuran dilakukan dengan mengevaluasi validitas dan reliabilitas setiap konstruk atau variabel laten. Uji validitas terdiri dari uji validitas konvergen dan validitas diskriminan. *Rule of thumb* evaluasi validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

1. Reliabilitas: composite reliability dan cronbach alpha lebih besar dari 0,70
2. Validitas konvergen: loading indikator lebih besar dari 0,70. Namun loading antara 0,40-0,70 harus tetap dipertimbangkan untuk tetap dipertahankan (Hair et al., 2013)

Validitas diskriminan: akar kuadrat *average variance extracted*(AVE) di atas 0,50  
Berikut adalah hasil evaluasi model pengukuran:

Tabel 3.1 Hasil output Combined loadings and cross-loadings

KL	PF	M	SE	P value	
KL_2	<b>0.907</b>	0.045	-0.125	0.064	<0.001
KL_3	<b>0.914</b>	-0.089	0.082	0.053	<0.001
KL_4	<b>0.923</b>	-0.002	-0.021	0.061	<0.001
KL_5	<b>0.888</b>	-0.096	-0.006	0.072	<0.001
KL_6	<b>0.896</b>	0.142	0.07	0.066	<0.001
P_11	0.285	<b>0.898</b>	-0.043	0.069	<0.001
P_12	-0.038	<b>0.929</b>	-0.068	0.064	<0.001
P_13	-0.246	<b>0.897</b>	0.114	0.058	<0.001
M_14	-0.282	-0.182	<b>0.718</b>	0.153	<0.001
M_15	0.079	0.08	<b>0.831</b>	0.182	<0.001
M_16	0.196	0.092	<b>0.7</b>	0.212	<0.001

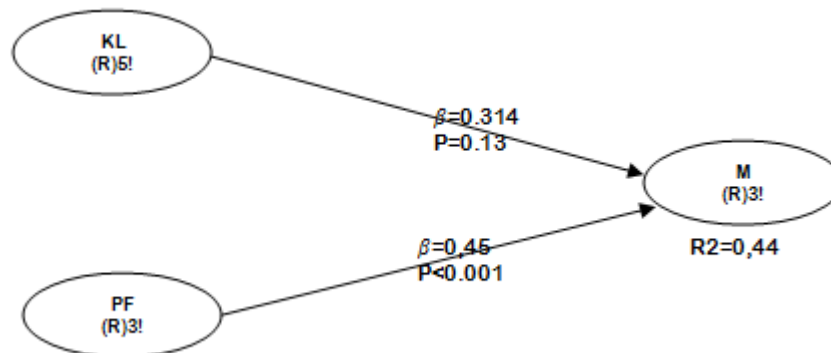
Dari tabel diatas terlihat bahwa loading indikator untuk semua variabel lebih dari 0,7 dengan p-value <0.001. hasil ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk penelitian ini lolos pengujian validitas konvergen.

Tabel 3.2 Output Latent Variable Coefficients

	KL	PF	M
<i>R-Squared</i>			0,438
<i>Composite reability</i>	0.958	0.934	0.795
<i>Cronbach's Alpha</i>	0.945	0.893	0.612
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	0.820	0.825	0.565
<i>Full collin. VIF</i>	1.565	1.730	1.246
<i>Q-squared</i>			0.350

Dari tabel tersebut terlihat bahwa nilai *Average Variance Extracted (AVE)* untuk semua variabel diatas 0,5. Oleh karena itu, pengujian ini lolos validitas konvergen. Nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* untuk semua variabel nilainya diatas 0,7. Dengan demikian, seluruh variabel yang digunakan dalam penelian ini reliabel atau dapat dipercaya. Kriteria untuk pengujian *full colinearity* adalahnya nilainya harus lebih rendah dari 3,3 (Kock, 2013). Nilai *full colinearity VIF* dari masing-masingvariabel lebih rendah dari 3,3 sehingga model bebas dari masalah kolineritas vertikal, lateral, dan *common method bias*.

**Hasil evaluasi model struktural (*inner model*).** Model struktural digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan yakni menguji H2 dan H3. Berikut adalah hasil analisis menggunakan *partial least square (PLS)*:



Gambar 3.1 Hasil pengujian secara langsung

Table 3.3 Hasil analisis pengujian secara langsung dan model moderasi

Variables	Minat Beli		Keterangan
	Model 1		
	$\beta$	p-values	
<b>Main effect variables</b>			
Kualitas Layanan (KL)	0,314	0,129	H2 ditolak
Persepsi Fasilitas (PF)	0,449	P<0,001	H3 diterima
R <sup>2</sup>	0.438		

Hasil penelitian menggunakan *partial least square* (PLS) pada gambar 3.1 dan tabel 3.3 menunjukkan persepsi kualitas layanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat kunjungan ( $\beta=0.314$ ;  $p=0,129 > \alpha 0,05$ ;  $R^2=0,438$ ). Oleh karena itu, H2 yang menyatakan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat kunjungan, ditolak. Gambar 3.1 dan tabel 3.3 juga menunjukkan bahwa persepsi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjungan ( $\beta: 0.449$ ;  $p<0,001$ ;  $R^2 = 0.438$ ). Oleh karena itu, H3 yang menyatakan bahwa persepsi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjungan, diterima.

### 3.3. Pembahasan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan minat kunjungan sebelum dan sesudah penerapan prototype *go fish education* (H1 diterima). Hal ini berarti prototype *go fish education* patut dipertimbangkan untuk diterapkan pada TPI Kota Pekalongan. Harapannya TPI Kota Pekalongan dan sekitarnya akan ramai kembali ketika TPI Kota Pekalongan menambah fungsi sebagai wahana edukasi bagi para pelajar maupun masyarakat di dalam maupun luar Kota Pekalongan. Program *go fish education* merupakan program yang mengembangkan TPI menjadi objek wisata pendidikan tanpa mengurangi peran utamanya. Harapannya kinerja TPI Kota Pekalongan akan meningkat setelah penerapan *go fish education*. Masalah produksi ikan yang menurun akibat kurangnya daya tarik TPI Kota Pekalongan diharapkan teratasi ketika menjadikan TPI tersebut sebagai objek wisata pendidikan. Dengan penerapan *go fish education* maka diharapkan adanya perbaikan secara internal dan mengaktifkan kembali pasar ikan dan pusat kuliner serba ikan yang selama ini kurang ramai bahkan mulai tidak aktif lagi. Perbaikan-perbaikan ini diharapkan akan menarik minat kapal-kapal untuk bersandar di TPI Kota Pekalongan sehingga produksi ikan akan meningkat serta aktivitas pekelangan akan semakin ramai.

Hasil pengujian terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan menunjukkan hasil yang tidak signifikan namun mempunyai arah positif. Kualitas pelayanan dalam konteks penelitian ini belum berpengaruh terhadap minat kunjungan karena kualitas pelayanan sebenarnya baru bisa terealisasi ketika pengunjung benar-benar merasakan langsung penerapan *go fish education*. Arah hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan minat kunjungan sejalan dengan penelitian Arslan dan Zaman 2014 (2014) yang menyatakan bahwa minat beli kualitas pelayanan dan citra berpengaruh dengan arah positif terhadap minat beli suatu produk. Nikhashemi et al (2012) juga menyimpulkan hasil yang serupa bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh dengan arah positif terhadap minat beli. Hal ini berarti kualitas pelayanan patut dipertimbangkan untuk meningkatkan minat kunjungan

Hasil pengujian menyatakan bahwa persepsi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjungan (H3 diterima). Menurut Tjiptono (2006), desain dan tata letak fasilitas jasa erat dengan pembentukan persepsi pelanggan. Persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Sejalan dengan hasil penelitian, persepsi ini nantinya akan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung yang dalam konteks penelitian ini adalah minat kunjungan ke TPI Kota Pekalongan

## 4. KESIMPULAN

**4.1. Simpulan.** Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan minat kunjungan sebelum dan sesudah penerapan prototype *go fish education*. Hal ini berarti prototype *go fish education* patut dipertimbangkan untuk diterapkan pada TPI Kota Pekalongan. Hasil pengujian terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil pengujian berikutnya menyatakan bahwa persepsi fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjungan.

Saran. Peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang mampu mempengaruhi minat berkunjung masyarakat agar meningkatkan jumlah kunjungan masyarakat ke TPI Kota Pekalongan. Hal tersebut disebabkan karena perbedaan minat berkunjung setelah dilakukan eksperimen Prototype “Go fish education”. Peneliti berikutnya disarankan untuk melakukan penelitian berikutnya dengan responden yang berbeda karena pengunjung TPI Kota Pekalongan berasal dari banyak lini masyarakat.

#### 4. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkah dan karunia-Nya hingga kami dapat menyelesaikan penelitian dengan Judul “Analisis Persepsi Pengembangan TPI Kota Pekalongan menjadi Wisata Pendidikan (Prototype Program “Go Fish Education”). berkat bantuan dari berbagai pihak, maka akhirnya kami dapat menyelesaikan Penelitian ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu S. Intikhanah, SE, M.Si., selaku Ketua STIE Muhammadiyah Pekalongan yang telah memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada kami untuk mengembangkan diri dalam kegiatan penelitian memenuhi unsur Tri Darma perguruan Tinggi.
2. Ibu Rini Hidayah, SE, M.Si, Ak, CA., selaku Ketua Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) yang telah memberikan banyak dukungan teknis, fasilitas, administrasi guna kelancaran penelitian.
3. Kepala TPI Kota Pekalongan
4. Kepala Sekolah dan dewan guru SMK Perikanan IRMA Kota Pekalongan
5. Teman – teman dosen yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, arahan serta dorongan kepada kami dalam menyelesaikan penelitian ini.

#### REFERENSI

- Albarq, Abbas N. 2014. Measuring the Impacts of Online Word of Mouth on Tourists’ Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study. *International Business Research*. Vol. 7, No.1
- .Arslan, M., Zaman, R., 2014. Impact of brand image and service quality on customer purchase intention: a study of retail store in Pakistan. *Research on humanities and social science*. Vol 4 (22): 98-106.
- Aulia, Z., Lili Adi Wibowo, dan Simamora, 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Edisi ke Satu. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Indriantoro, Nur, dan Supomo, Bambang. 1999. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta:BPFE.
- Mandasari, Kartika. (2011). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli Konsumen dalam memilih jasa Perhotelan (Studi kasus pada Hotel GRASIA Semarang). *Skripsi*. Program Sarjana fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Nikhashemi, S.R., Haque, A., Yasmin, F., Khatib, A., 2012. Service Quality and Customer Purchasing Intention Toward Online Ticketing: An Emphirical Study in Iran. *International on Economics*. Business Innovation IPEDR Vol. 38:150-154.

- Purnawan, Ni Luh Ramaswati dkk. 2012. Wisata Edukasi Budaya Bali. *Majalah Aplikasi Ipteks Ngayah*. 3(4), 51-57 51.
- Ritchie, Brent W. (2003). Aspect of Tourism. Managing Educational Tourism. *Channel View Publications*.
- Rodger. D. (1998). Leisure, learning and travel, *Journal of Physical Education, Research and Dance*. 69(4), pp.28-31.
- Saidani, Basrah dan Arifin, Samsul. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3, No. 1.
- Wijayanto, Much Arif, Suherman, Agus dan Kohar, Abdul. 2009. Program performance analysis of Pekalongan. Nusantara Fishing Port. *Jurnal Saintek Perikanan*. Vol. 5, No. 2, 14 – 18.