



Jurnal Wacana Ekonomi

Fakultas Ekonomi, Universitas Garut
ISSN: 1412-5897

Pengaruh Atraksi Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Ciwidey dan Pangalengan

Dadan Ramdani¹; Dani Adiatma²

Universitas Garut
dadan.dnr21@gmail.com

Abstract

The tourist area of Ciwidey and Pangalengan is part of South Bandung region and making the main purpose of visiting tourists, every year the number of tourist visits to Pangalengan and Ciwidey experienced instability. The decision to visit, the main problem is examined in the study and purpose of this research is to know the extent of the influence natural attractions and tourist motivation against the decision of visit in this study. Natural attractions which consists of a state nature, human resources, means of accommodation and infrastructure. Motivation tourists with a driving factor consists of recreational, diversionary, experimental, experiential and existential. Variabel decision of visit which consists of the selection activity, travel benefits, travel options, destination and time of the visit. The type of research use descriptive quantitative approach with verifikatif, the method used a systematic sampling technique with survey and using multiple regression analysis test. The sample in this study at least equal as 100 respondents. The research results showed the natural attractions with the dimension of highest rated infrastructure and the lowest dimensional and assessment of the state nature. Motivation tourists with dimensions existential get highest value, and the lowest assessment is experiential and recreational. While the decision variables of a visit by a factor of election activity tour get the highest scoring and lowest scoring that is the selection of travel benefits. Research results showed the existence of very positive influence among the natural attractions and tourist motivation against the decision of a visit.

Keyword: *Natural Attraction, Tourist Motivation, Against Decision, Ciwidey and Pangalengan*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata dan kemajuan teknologi telah memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat yang diinginkan, pembangunan pariwisata pada suatu wilayah. Menariknya minat wisatawan berkunjung ke setiap kawasan wisata ataupun daya tarik wisata pada masa sekarang sangatlah besar, hal tersebut sesuai dengan banyaknya agen perjalanan wisata serta biro perjalanan wisata yang menawarkan paket wisata menarik kepada wisatawan.

Provinsi Jawa Barat dan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat yang mempunyai potensi wisata alam yaitu Kabupaten Bandung dan tepatnya di wilayah Bandung Selatan. Perkembangan pariwisata di suatu kawasan harus memperhatikan tiga komponen utama yaitu atraksi wisata, Akomodasi, dan fasilitas wisata sebagai penunjang dari keputusan wisatawan. Berikut jumlah kunjungan ke Kawasan Ciwidey dan Pangalengan.

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Destinasi Wisata Alam Ciwidey Dan Pangalengan

No	Destinasi Wisata Alam	2015	2016	2017	Jumlah
Kawasan Wisata Ciwidey					
1	Kawah Putih	812.543	711.534	680.584	2.204.661
2	Situ Patenggang	669.356	874.715	673.562	2.217.633
3	Ranca Upas	456.892	346.893	250.472	1.054.257
4	Cimanggu Hot Spring	42.905	134.785	89.034	266.724
5	Ciwalini Hot Spring	145.903	98.023	77.674	321.600
Kawasan Wisata Pangalengan					
6	Cibolang Hot Spring	56.989	43.802	41.872	142.663
7	Situ Cileunca	39.461	45.238	33.783	118.482
Total		2.224.049	2.254.990	1.846.981	6.326.020

Sumber: BPS Kabupaten Bandung, 2018

Berdasarkan Tabel 1, Jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan wisata Ciwidey dan Pangalengan selama tiga tahun terakhir yaitu sebesar 6.326.020 wisatawan, jumlah kunjungan pada tahun 2015 sebesar 2.224.049 wisatawan, pada tahun 2016 jumlah kunjungan meningkat sebesar 30.941, pada tahun 2017 jumlah kunjungan menurun sebesar 408.009 wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan wisata Ciwidey dan Pangalengan berasal dari jumlah kunjungan wisatawan ke beberapa destinasi wisata, diantaranya Kawah Putih, Situ Patenggang, Pemandian Air Panas Cimanggu, Pemandian Air Panas Ciwalini, Pemandian Air Panas Ci bolang, Situ Cileunca, dan Bumi Perkemahan Rancaup.

Selain faktor alam, infrastruktur jalan menuju destinasi wisata sangat mempengaruhi minat wisatawan berkunjung. Akses jalan yang kecil dan kepadatan lalu lintas sangat tinggi menuju kawasan destinasi wisata seringkali mengalami kemacetan, sehingga hal tersebut mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung, pada pertengahan Desember 2017 dibukanya Tol Seroja cukup dapat mengurai kemacetan di kawasan Kopo dan Katapang, akan tetapi dari arah Soreang menuju Ciwidey dengan akses jalan kecil menuju kawasan wisata tetap mengalami kemacetan, sehingga jumlah kunjungan ke berbagai destinasi masih di bawah angka normal. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana atraksi wisata alam dan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

2. Kereangka Teori

2.1 Atraksi Wisata Alam

Goje, Muresan dan Gincu (2017:91) “Elemen penting dalam pengembangan atraksi wisata alam mencakup beberapa atribut dari individu yaitu keadaan alam, sumber daya manusia, sarana akomodasi dan infrastruktur untuk memberikan kemudahan wisatawan untuk berkunjung”. Pengembangan atraksi wisata alam pada suatu wilayah perlu memperhatikan berbagai elemen tersebut dapat dilihat dari kondisi iklim, keadaan sumber daya yang dimiliki, sarana akomodasi dan infrastruktur.

2.2 Motivasi Wisatawan

Suryadana dan Octavia (2015:77) “Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses melakukan perjalanan wisata”. Shiffman dan Kanuk (2016:15) “Motivasi merupakan keadaan wisatawan dimana terdapat dorongan untuk memenuhi kebutuhan individu dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan mengurangi ketegangan”. Gulman dan Hauzan (2009:12) “Pengembangan pariwisata perlu memiliki komponen penting diantaranya potensi wisata sebagai atraksi wisata, aksesibilitas dan fasilitas dasar sebagai pada akhirnya akan mempengaruhi motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata”.

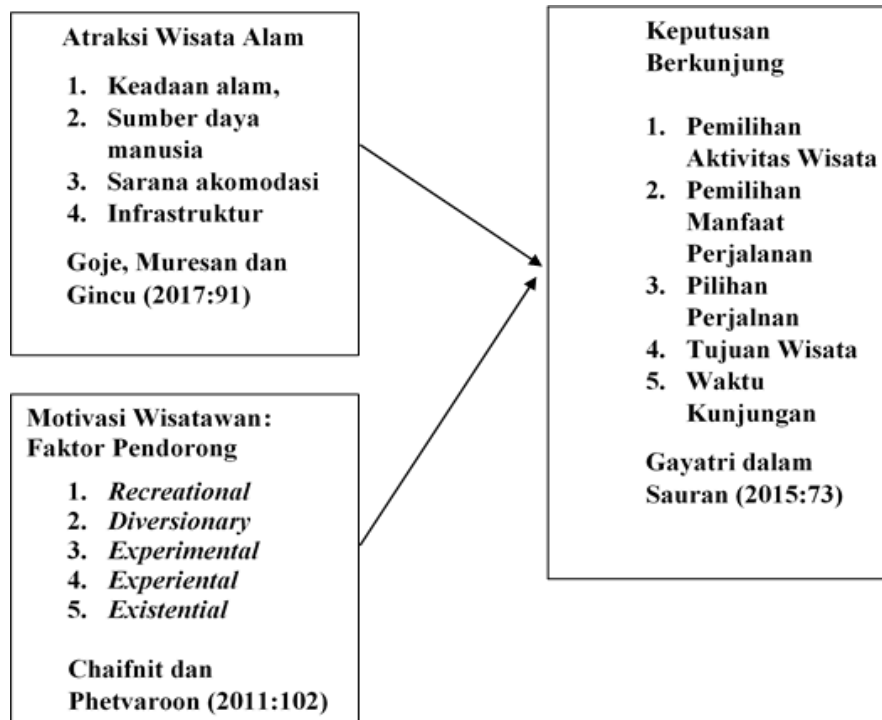
2.3 Keputusan Berkunjung

Chaifnit dan Phetvaroon (2011:102) “Terdapat faktor pendorong dan faktor penarik, faktor penarik dan pendorong ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan faktor eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung”. Pada penelitian ini dimensi motivasi wisatawan yang digunakan yaitu menggunakan faktor pendorong (*push factor*) sebagai faktor eksternal.

Chaifnit dan Phetvaroon (2011:120) “*The Travel motivation pull factor, these were recreational (relieve stress); diversionary (escape from general boredom); experiential (modern curiosity); experimental (to learn about other lifestyles); and existential (spiritual draw)*”.

Gayatri (2014) dalam Sauran (2015:73) “Terdapat bagian penting dalam pembentuk keputusan berkunjung diantaranya pemilihan aktivitas wisata, pemilihan manfaat perjalanan, pilihan perjalanan, tujuan wisata dan waktu kunjungan”.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Atraksi Wisata Alam Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung

3. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menurut Malhotra (2010:90) menjelaskan bahwasanya “Metodologi penelitian yaitu suatu proses atau cara mendapatkan data yang akan digunakan pada saat melakukan penelitian”. Berdasarkan dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Malhotra (2010:34) menjelaskan “Penelitian yang bersifat deskriptif mempunyai maksud dengan tujuan mengetahui gambaran keseluruhan”.

Objek penelitian sebagai orisinalitas dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh atraksi wisata alam dan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke kawasan wisata Ciwidey dan Pangalengan, objek penelitian tersebut maka akan dianalisis dan dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, peneliti menentukan populasi berdasarkan hasil dari jumlah keseluruhan dari total jumlah kunjungan dengan membagi menjadi rata-rata dari keseluruhan, adapun populasi dalam penelitian ini adalah sebesar 2.108.674 (Sumber: Bps Kab. Bandung, 2018). Adapun penghitungan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teknik atau rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N)(e^2)}$$

Sumber: Teknik Slovin (1962:30)

Keterangan:

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran Populasi
- e = Tingkat kesalahan yang ditolerir (0,1)

Berdasarkan rumusan diatas maka dihitung besaran sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= N / (1 + Ne^2) \\ &= 2.108.674 / (1 + 2.108.674 \times 0,10) \\ &= 99,9\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari penghitungan dari teknik Slovin maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 100 responden. Dengan demikian jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu 100 wisatawan yang mengunjungi beberapa destinasi di kawasan Ciwidey dan Pangalengan.

4. Pembahasan

Pengaruh atraksi wisata alam terhadap keputusan berkunjung ke kawasan Ciwidey dan Pangalengan mendapat penilaian sebesar 0,755, adapun hasil setelah dilakukan interpretasi maka terdapat hubungan sangat positif antara atraksi wisata alam terhadap keputusan berkunjung. Mendapatkan nilai yang sangat positif tidak terlepas dari pengembangan atraksi wisata alam yang dilakukan oleh pengelola dan Disbudpar Kab. Bandung. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Gulman dan Hauzan (2009:12) “Pengembangan pariwisata perlu memiliki komponen penting diantaranya potensi wisata sebagai atraksi wisata, aksesibilitas dan fasilitas dasar sebagai pada akhirnya akan mempengaruhi motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata”. Menurut konsep pemasaran, atraksi wisata tidak lepas dari kualitas pelayanan yang dilakukan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan konsumen (Susilawati, 2016) dalam menikmati kualitas wisata yang dalam hal ini adalah pengunjung.

Pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung mendapatkan penilaian sebesar 0,517, adapun hasil setelah dilakukan interpretasi maka terdapat hubungan positif antara motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung. Mendapatkan penilaian yang positif, merupakan hasil dari perhatian pengelola terhadap wisatawan yang melakukan kunjungan wisata. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Baisya (2011) dalam Sulaiman (2012:126) menjelaskan “Kebutuhan dalam penentuan suatu kawasan wisata harus mempertimbangkan perilaku konsumen dengan keadaan produk wisata, fasilitas wisata, keadaan atraksi wisata serta kemajuan aksesibilitas sebagai penunjang bagi memenuhi kebutuhan wisatawan”.

Keputusan berkunjung wisatawan ke kawasan wisata Ciwidey dan Pangalengan yang terdiri dari pemilihan aktivitas wisata, pemilihan manfaat perjalanan, pilihan perjalanan, waktu berkunjung dan tujuan wisata. Kontribusi yang paling tinggi sebesar 73,4% diantara variabel keputusan berkunjung adalah pemilihan aktivitas wisata ini disebabkan karena Kawasan Wisata Ciwidey dan Pangalengan memiliki potensi wisata alam yang beragam dan unik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Kotler dan Keller (2012:170) “Konsumen yaitu wisatawan mengambil keputusan berdasarkan pemilihan aktivitas wisata ketika akan berkunjung dalam hal ini bagaimana wisatawan memilih sebuah destinasi wisata”.

Pengaruh atraksi wisata alam dan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke kawasan wisata Ciwidey dan Pangalengan mendapatkan penilaian sebesar 0,833. Penilaian tersebut diinterpretasikan didapatkan hubungan yang sangat positif, kemudian diinterpretasikan kembali maka didapatkan pengaruh yang sangat kuat antara pengaruh atraksi wisata alam dan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Baisya (2011) dalam Sulaiman (2012:126) “Kebutuhan dalam pengembangan suatu kawasan wisata harus mempertimbangkan perilaku konsumen atau motivasi serta atraksi wisata alam dengan tujuan utamanya untuk memikat minat wisatawan melakukan perjalanan wisata”.

Berdasarkan hasil dari hasil pengujian secara simultan bahwasanya pengaruh atraksi wisata alam dan motivasi wisatawan diperoleh 89,090 sehingga lebih besar dari Ftabel 4,40 dengan nilai signifikansi 0,000, sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Kemudian pengujian secara parsial, bahwasanya pengaruh atraksi wisata alam (X.1) sebesar 11,702 sehingga terdapat pengaruh

yang sangat positif terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan pengaruh motivasi wisatawan (X.2) sebesar 5,758 sehingga terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan berkunjung ke kawasan wisata Ciwidey dan Pangalengan

5. Kesimpulan

Atraksi wisata alam memiliki penilaian yang sangat kuat dan memiliki hubungan yang sangat positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke kawasan Ciwidey dan Pangalengan. Adapun dimensi dari atraksi wisata alam meliputi keadaan alam, sumber daya manusia, sarana akomodasi dan infrastruktur adapun kesimpulan dari dimensi dari atraksi wisata alam.

Motivasi wisatawan pada penelitian ini memiliki penilaian sedang, dan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan berkunjung. memfokuskan pada faktor pendorong, adapun penilaian responden terhadap faktor pendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan yaitu: Faktor *existential* memiliki nilai paling tinggi, dengan menciptakan keinginan wisatawan ketika berkunjung ke kawasan wisata, kemudian wisatawan mencari ketenangan dan kenyamanan ketika melakukan kunjungan wisata.

Keputusan berkunjung wisatawan ke kawasan wisata Ciwidey dan Pangalengan dipengaruhi oleh factor pemilihan perjalanan wisata yang memiliki nilai paling tinggi, kemudian faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan yaitu pilihan perjalanan, tujuan wisata dan waktu kunjungan mempengaruhi dengan penilaian cukup tinggi terhadap wisatawan yang akan melakukan kunjungan, kemudian penilaian terendah yaitu terdapat pada faktor pemilihan manfaat perjalanan wisata.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwasanya pengaruh atraksi wisata alam dengan dimensi keadaan alam, sumber daya manusia, sarana dan akomodasi serta infrastruktur memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke kawasan wisata Ciwidey dan Pangalengan. Sedangkan motivasi wisatawan dengan dimensi faktor pendorong memiliki pengaruh yang cukup baik terhadap keputusan berkunjung ke kawasan wisata alam Ciwidey dan Pangalengan. Adapun pengaruh lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung yang tidak diteliti pada penelitian ini yaitu strategi promosi.

Daftar Pustaka

- Baisya. (2011), Consumer Self-Monitoring, Materialism and Involvement in Fashion Clothing',
Australasian Marketing Journal, Sulaiman (2012:126) The Role of Products as Social Stimuli: A
Symbolic Interactionism Perspective', Journal of Consumer Research,
- Chaifnit ,. Phetvaroon (2011) A critical assessment of the role of fashion in influencing the travel
decision and destination choice, Journal of Product and Brand Management.
- Gayatri. (2012), Tourism The International Business. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,. Sauran
(2015) *Introduction to Physical Environment, Environmental Strategy*. California. Mayfield
Publishing Company
- Goje, Muresan. & Gincu (2017) Tourism Management , Tourism activity in france , France, The Yakz
Fublisher
- Gulman,.Hauzan (2009) Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity, Cornell Hotel and
Restaurant Administration Quarterly,Journal of Product and Brand Management.
- Kotler, P.,Keller, L., (2012) Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg. Alma,
Buchari. 2012. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.
- Malhotra. (2010),. Transformasi Data Skala Ordinal ke Interval dengan Menggunakan Makro Minita,
Andi Cifta
- Suryadan,. Octavia, (2015). Pengantar Pemasaran Pariwisata, Alfabeta Bandung.
- Susilawati, W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Proses Keputusan
Pembelian pada PD Marmara Garut. Jurnal Wacana Ekonomi, 018 - 027.
<https://journal.uniga.ac.id/index.php/JA/article/view/419/401>