

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KUNJUNGAN ULANG KE DAYA TARIK OBJEK SIWANG PARADISE KOTA AMBON

FACTORS INFLUENCING INTEREST IN REPEAT VISITS TO THE SIWANG PARADISE OBJECT, AMBON CITY

Oleh

Yosevita. Th.Latupapua

Fakultas Pertanian, Jurusan Kehutanan Unpatti, Jl Ir.M.Putuhena Kampus Poka Ambon. Kode Pos. 92233

Email: yithaforester@gmail.com

Diterima: 10 Oktober 2021

Disetujui: 18 Oktober 2021

Abstrak

Siwang paradise merupakan objek wisata alam yang memiliki jumlah kunjungan sangat fantastis, namun kunjungan tersebut mengalami perubahan yang sangat signifikan, Tujuan penelitian ini adalah menganalisis factor factor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang ke objek wisata alam Siwang Paradise. Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi linier, Teknik pengambilan sampel adalah accidental sampling (sampel secara langsung berdasarkan kondisi di lapangan), yaitu teknik sampling yang ditunjukkan langsung kepada wisatawan pada saat dilakukan penelitian di objek wisata Siwang Paradise. sedangkan untuk mendapatkan informasi tambahan yang dapat menunjang keakuratan data penelitian, maka peneliti menggunakan informan kunci yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, informan tersebut terbagi menjadi dua kelompok yaitu: 1) pengunjung, yang dijumpai saat melakukan penelitian; 2) pengelola atau lebih jelasnya adalah pemilik objek. Data yang terkumpul di analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Model ini dipakai dalam penelitian ini, karena ingin mendapatkan informasi faktor objek daya tarik, fasilitas, aksesibilitas dan pelayanan terhadap minat kunjungan ulang ke objek Siwang Paradié secara simultan dan parsial. Dalam analisis regresi linier berganda, untuk memastikan apakah persamaan model yang di estimasi tidak bias, maka akan dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan heterokedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable yang berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang ke objek Siwang paradise adalah pelayanan wisata, dengan signifikansi pada nilai (0,002), t hitung adalah 3,366 yang berarti bahwa t hitung lebih besar dari t Tabel, .

Kata kunci: *Minat kunjungan ulang, siwang paradise*

Abstract

Siwang paradise is a natural tourist attraction that has a fantastic number of visits, but the visit underwent a very significant change. The purpose of this study was to analyze the factors that influence the interest in revisiting the Siwang Paradise natural tourist attraction. The method used is linear regression analysis method, the sampling technique is accidental sampling (direct samples based on conditions in the field), namely the sampling technique shown directly to tourists when research is carried out at the Siwang Paradise tourist attraction. Meanwhile, to obtain additional information that can support the accuracy of the research data, the researchers used respondents related to the research being carried out, the respondents were divided into two groups, namely: 1) Visitors, who were encountered while conducting research; 2) the manager or more clearly is the owner of the object. The collected data were analyzed using descriptive analysis and multiple regression analysis. This model is used in this study, because it wants to get information on factors of attraction, facilities, accessibility and services on the interest of repeat visits to the Siwang Paradié object simultaneously and partially. In multiple linear regression analysis, to ascertain whether the estimated model equation is unbiased, the classical assumption test will be carried out which includes normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity. The results showed that the variable that had a significant effect on the interest in revisiting the Siwang paradise object was tourism services, with a significance value of (0.002), t-count is 3.366, which means that t-count is greater than t-table, .

Keywords: *Interest in repeat visits, siwang paradis*

PENDAHULUAN

Ekowisata merupakan kegiatan wisata yang berorientasi terhadap alam, dengan motivasi kunjungan melakukan refreasing, edukasi, dan membangun minat peduli terhadap konservasi (Fandeli dan Mukhlison 2000). Sasaran dikembangkannya produk daya tarik berbasis alam sebagai objek wisata agar mendidik pengunjung secara langsung mengenal dan memahami siklus hidup dan bentuk - bentuk keanekaragaman flora fauna secara insitu dalam habitatnya, mengenal budaya masyarakat lokal, dan terlibat dalam aksi mengurangi aktifitas kerusakan lingkungan (Primadi, et al.,2021).

Pengunjung objek wisata alam ketika mengunjungi objek wisata biasanya memiliki motivasi dan minat kunjungan tertentu terhadap suatu destinasi wisata (Fandeli, 2002; Damanik dan Weber 2006; Permadi et al, 2021) Hal ini merupakan indikator penentu adanya kunjungan, sehingga pengelola objek harus benar-benar memahami karakteristik dan minat dari segmen pengunjung yang datang ke objek, sehingga dapat menyiapkan kelengkapan objek dan fasilitas wisata sesuai dengan minat dan persepsi pengunjung (Matondang et al.,2017).

Minat pengunjung sangat ditentukan oleh kondisi daya tarik objek, yang terdiri dari keunikan objek dan atraksi, kesiapan amenitas, dan kelancaran moda transportasi dan aksesibilitas (Abdulahji & Yusuf, 2016; Sarim & Wiyana, 2017; Nurbaeti, 2021). Kepuasan

wisatawan mempengaruhi motivasi dan minat wisatawan dalam memilih destinasi, menikmati produk dan jasa serta menumbuhkan minat untuk kembali berkunjung ke objek wisata pada kesempatan berikutnya (Permadi et al, 2021). Pendapat serupa juga dikemukakan dalam Farida et al, (2016) bahwa objek dan daya tarik yang memberikan kepuasan bagi pengunjung, akan memberikan kesan tersendiri bagi mereka, sehingga menimbulkan keinginan untuk kembali berkunjung pada kesempatan lainnya.

Selain itu dalam hasil penelitian Farida et al (2016) mengemukakan, faktor utama dalam menarik minat pasar, adalah kepuasan pengunjung dalam menikmati produk yang dijual dengan memiliki nilai jual kompetitif. Hal ini menjadi point penting bagi pengelola produk daya tarik wisata agar dalam pengelolaan dapat memperhatikan factor daya tarik tersebut agar tujuan pengelolaan dapat lebih di optimalkan.

Berdasarkan konsep kepuasan pengunjung yang dikemukakan oleh Irawan (2008), salah satu faktor pendorong (*push factor*) kepuasan pengunjung objek wisata adalah *emotional factor*. *Emotional factor* yang dimaksud adalah pengunjung akan merasa puas selama melakukan kunjungan dan aktifitas dalam objek wisata, karena adanya keunggulan *emotional value* (nilai kepuasan) yang diberikan oleh brand dari suatu produk daya tarik objek wisata (Primadi et al, 2021). Keunggulan daya tarik objek yang dinikmati serta pelayanan yang

optimal bagi pengunjung wisata menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan dan minat kunjungan kembali ke objek (Nuraeni, 2014).

Kualitas objek daya tarik wisata di suatu destinasi sangat mempengaruhi kepuasan dan minat kunjungan. Kualitas objek dan daya tarik suatu destinasi harus ditunjang dalam beberapa faktor yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas, ansilari dan hospitality (Jayaprakash & Mythili, 2017; Nurbaeti et al, 2021).

Dalam pengelolaan dan pengembangan jika kelima faktor tersebut dapat dikelola, dan dioptimalkan dalam pengembangan produk daya tarik wisata, tentunya akan memberikan nilai kepuasan kepada pengunjung, sehingga mampu meningkatkan minat kunjungan ulang ke objek tersebut (Suwena dan Wydiatmaja, 2010; Nuraeni, 2014; Farida et al, 2016).

Dalam pengelolaan dan pengembangan objek daya tarik wisata, pihak pengelola objek wisata perlu memperhitungkan situasi dan kondisi persaingan daya tarik suatu produk. Pengelola objek perlu mempersiapkan keunggulan daya tarik produk wisatanya dalam menunjang pengelolaan yang berkelanjutan. Salah satu cara untuk mempertahankan pengelolaan objek wisata dapat berkelanjutan adalah meningkatkan minat kunjungan ulang dari pengunjung. Selain kesiapan 4-A (atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan ansilari), pihak pengelola juga perlu untuk mengetahui dan

memperhatikan penilaian objek berdasarkan persepsi dan preferensi pengunjung selama melakukan aktifitas wisata di destinasi wisata.

Persepsi dan preferensi pengunjung terhadap objek perlu mendapat perhatian dari pihak pengelola agar menjadi masukan dalam penataan pengembangan objek (4A yang menjadi *pull factor*) dari objek tersebut, sehingga pengelolaan lebih dioptimalkan sesuai dengan persepsi dan preferensi berdasarkan segmen pengunjung (Sayangbatti dan Baiquni 2013; Wulandari et al, 2019). Sehingga dalam pengelolaan objek daya tarik wisata, pengelola kawasan objek perlu juga untuk mengetahui persepsi dan preferensi sebagai bagian dalam menentukan strategi pengelolaan dalam meningkatkan minat kunjungan ulang ke objek (Azman dan Elsandra, 2020)..

Siwang paradise merupakan salah satu objek wisata alam yang berada di tengah kota Ambon, lokasi objek berada di daerah pegunungan, di tengah kota, yang dapat ditempuh dengan kendaraan roda dua atau empat sekitar 30 menit dari kota Ambon. Keunikan daya tarik objek tersebut adalah pengunjung dapat menikmati udara bersih dan segar, serta menikmati pemandangan kota dari ketinggian.

Alam yang indah, udara segar, serta desiran angin dan kicauan burung, menambah pesona daya tarik yang memukau banyak pengunjung untuk datang dan menikmati fasilitas wisata yang ada di Siwang Paradise. Berdasarkan

hasil wawancara dengan pihak pengelola, dapat dijelaskan bahwa objek siwang paradise mampu menarik minat kunjungan secara fantastic, di mana dalam sehari dapat mencapai jumlah kunjungan sekitar 1000 sampai 1500 orang, dengan pemasukan perhari sekitar 5 sampai 7 juta.

Kedatangan pengunjung lebih berorintasi pada melihat pemandangan tengah kota dari puncak gunung, dengan spot foto di alam. Namun sejak akhir tahun 2018 hingga awal tahun 2019 (sebelum munculnya pandemi COVID 19) telah terjadi penurunan jumlah pengunjung yang

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di objek daya tarik wisata alam Siwang Paradise Desa Eri, Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon, pelaksanaan penelitian pada bulan Maret 2020. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Siwang Paradise. Penentuan responden berdasarkan rumus Slovin (Sugiyono, 2011), dengan besarnya pengunjung pada minggu pertama objek dibuka sekitar 600 orang, dengan margin error sebesar 0,15%, maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 41 responden.

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

$$n = \frac{600}{1+n(15\%)^2}$$

$$n = \frac{600}{1+600(0.0225)}$$

$$n = \frac{600}{1+13,5}$$

sangat signifikan, di mana jumlah kunjungan dalam sebulan hanya sekitar 50 - 60 orang (saat weekend), dengan pemasukan sekitar 500-700 ribu rupiah. Sedangkan pada hari biasa (senin-jumaat) sekitar 10-30 orang. Hal inilah yang memicu rasa ingin tahu peneliti untuk melakukan penelitian dalam mengkaji factor apakah yang mempengaruhi hal tersebut. Sehingga melalui penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah menganalisis faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang pengunjung ke objek wisata alam Siwang Paradise, di Desa Eri Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon.

n = 41 Responden

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Non-Probability Sampling, jenis sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* (sampel secara langsung berdasarkan kondisi di lapangan), yaitu teknik sampling yang ditunjukkan langsung kepada wisatawan pada saat dilakukan penelitian di objek wisata Siwang Paradise (Utama *et al.*, 2012). Sedangkan untuk mendapatkan informasi tambahan yang dapat menunjang keakuratan data penelitian, maka peneliti menggunakan informan yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, informan tersebut terbagi menjadi dua kelompok yaitu: 1) pengunjung, yang dijumpai saat melakukan penelitian; 2) pengelola atau lebih jelasnya adalah pemilik objek tersebut. Data yang terkumpul di analisis menggunakan analisis deskriptif dan

analisis regresi berganda. Model ini dipakai dalam penelitian ini, karena ingin mendapatkan informasi faktor objek daya tarik, fasilitas, aksesibilitas dan pelayanan terhadap minat kunjungan ulang ke objek Siwang Paradise secara simultan dan parsial. Dalam analisis regresi linier berganda, untuk memastikan apakah persamaan model yang diestimasi tidak bias, maka akan

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e \dots \dots \dots (1)$$

Ket :

- Y = Kunjungan ulang wisata (Kali)
- X1 = Objek dan atraksi daya tarik wisata (1 Menarik, 0 tidak menarik)
- X2= Fasilitas (1=lengkap, 0=tidak lengkap)
- X3 = Aksesibilitas (1=lancar, 0=tidak lancar)
- X4= Pelayanan (0= tidak memuaskan, 1 = memuaskan)
- β_0 = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien Regresi masing masing variabel
- e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Eksisting Objek Siwang Paradise

Objek wisata Siwang Paradise merupakan salah satu destinasi wisata alam yang berada di tengah kota Ambon. Objek ini menyajikan pemandangan alam yang cantik dengan udara segar dan semakin menarik ketika berada di sore hari. Pengunjung akan menikmati sunset dengan nuansa alam pegunungan yang indah, udara yang segar, dan jauh dari kebisingan kota. Lokasi Siwang Paradise berada di tengah Kota Ambon, dengan kondisi topografi bergunung. Akses menuju objek Siwang Paradise, dapat ditempuh dengan jenis moda transportasi roda dua, dan roda empat.

dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan heterokedastisitas. Kemudian untuk membuktikan hipotesis pada penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan uji hipotesis yang terdiri dari uji F-hitung, uji t dan koefisien determinasi. Adapun model regresi berganda adalah sebagai berikut:

Pengunjung yang berada di tengah kota dapat melakukan perjalanan ke objek dengan jarak tempuh hanya sekitar 20-30 menit, sedangkan jika pengunjung dari luar kota maka perjalanan ke objek dapat dicapai dalam 45 menit – 1 jam. Kondisi jalan menuju objek Siwang Paradise sudah beraspal, namun kondisi jalan ada sekitar 100-200 m yang belum tertata dengan baik (mengalami kerusakan, dan belum diperbaiki). Harga tiket masuk kepada pengunjung dewasa hanya 5000, anak-anak 2000. Menurut penuturan pengunjung harga tiket masuk masih tergolong murah, sehingga pengunjung yang datang bukan hanya didominasi oleh orang dewasa yang sudah bekerja, namun juga anak remaja. Mahal atau tidaknya harga tiket masuk dapat dinilai sendiri

oleh para pengunjung karena kebutuhan dari seluruh segmen pengunjung berbeda-beda, namun kecenderungan pada harga yang murah

Deskripsi Minat Kunjungan Objek Siwang Paradise

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola objek yaitu bapak Willem. Wattimena, dapat dijelaskan bahwa pada saat awal mulai dibuka pertengahan tahun 2018, hingga Desember 2018, objek Siwang Paradise menerima kunjungan dalam sehari sekitar 1000 hingga 1500 pengunjung. Jumlah kunjungan ini tidak hanya pada hari libur (weekend) Sabtu dan Minggu, namun setiap hari mulai dari hari Senin jumlah kunjungan tetap dalam jumlah yang sangat banyak. Objek mulai di buka dari jam 08 pagi hingga jam 7 malam. Pengunjung yang datang ke objek dari berbagai kalangan baik anak sekolah hingga orang manula (65 tahun ke atas). Pengunjung yang datang bukan hanya dari kota Ambon, namun ada yang dari luar Ambon. Selama melakukan observasi dan wawancara dengan pihak pengelola kawasan, dijelaskan bahwa pengunjung yang dari luar daerah Maluku berasal dari Jakarta, Surabaya, dan Bandung, namun pengunjung yang datang lebih di dominasi oleh pengunjung yang berasal dari dalam kota, dan luar pulau Ambon (pulau Seram, pulau Saparua, Masohi).

Tingginya minat kunjungan pada saat awal dibuka hingga Desember 2018, dipengaruhi oleh daya tarik objek Siwang Paradise yang

dan akses yang lancar menjadi motivasi bagi pengunjung untuk melakukan aktifitas ke objek tersebut (Lebu et al, 2019).

memukau, dengan panorama alam pegunungan yang indah. Ketika berada pada lokasi objek tersebut, pengunjung dapat menikmati pemandangan alam dengan latar laut dari pegunungan di tengah kota Ambon sekaligus pemandangan sunset dan sunrise yang terbentang sejauh mata memandang. Destinasi yang memiliki keindahan dan keunikan daya tarik alam, tentunya memiliki peluang kunjungan bagi setiap peminat wisata untuk datang ke suatu objek. Yilma et al (2016), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kondisi alamiah suatu objek wisata memiliki peluang daya tarik yang mampu menjadi magnet hadirnya aktifitas wisata. Pendapat serupa juga dijelaskan dalam hasil penelitian Butarbutar dan Soemarno, (2013) bahwa daya tarik wisata merupakan salah satu factor yang sangat mempengaruhi minat kunjungan untuk datang dan menikmati keindahan dan keunikan yang ada dalam objek tersebut.

Minat kunjungan objek Siwang Paradise mulai mengalami penurunan yang signifikan sejak munculnya objek objek lain yang dibuka di sekitar Siwang Paradise dengan kesiapan fasilitas yang lebih menarik. Saat melakukan wawancara dengan pengelola objek Siwang Paradise, bapak

Wilem Wattimena menjelaskan bahwa, ada perbedaan dari aspek kondisi fasilitas wisata yang disiapkan bagi pengunjung, fasilitas yang dimiliki dan disiapkan di siwang paradise hanya memakai standar bahan baku yang tersedia di alam, misalnya tempat duduk untuk bersantai, dibuat dari bahan kayu yang tersedia di sekitar objek, yang dipotong dan dicat agar lebih menarik, sedangkan bahan lainnya menggunakan bamboo yang disusun menyerupai tempat duduk. Kamar mandi dan WC juga masih dalam bentuk yang sederhana (belum permanen) sedangkan tempat makan dan minum yang disediakan untuk dinikmati oleh pengunjung menyajikan sarimi, aqua, minuman kaleng, teh kotak snack dan gorengan. Sedangkan di objek lainnya fasilitas yang disiapkan lebih varian dan terkesan modern serta ditunjang dengan fasilitas kamar mandi dan air bersih yang sesuai keinginan pengunjung. Hal terkait fasilitas wisata, sebenarnya juga merupakan kondisi yang perlu menjadi prioritas oleh pengelola objek ketika pengembangan suatu destinasi wisata dilakukan. Mengingat daya tarik wisata bukan hanya terkait objek yang alami dan indah, namun harus juga mengoptimalkan kondisi fasilitas dan aksesibilitas wisata dari objek yang akan dikembangkan. Rijal et al, 2020 dalam hasil penelitian menyatakan bahwa fasilitas dan amenities bagi pengunjung yang lengkap akan memberikan kenyamanan dan rasa nyaman dalam melakukan aktifitas wisata mereka.

Daya tarik utama dari objek ini adalah pemandangan alamnya yang memukau, udara yang segar, serta jauh dari kebisingan kota yang ramai. Ambon dikenal sebagai kawasan pulau-pulau kecil yang memiliki potensi daya tarik pantai yang indah, dengan pasir putih, dan airnya yang jernih, sehingga munculnya objek siwang paradise memberikan suasana destinasi yang berbeda dengan pesona daya tarik pantai yang selama ini sudah dinikmati oleh pengunjung. Sedangkan dari aspek fasilitas masih dikatakan belum tertata secara menarik, sehingga perlu adanya keterlibatan stakeholder pendukung dalam mempersiapkan fasilitas wisata yang lebih baik.

Kondisi ini juga dikemukakan dalam hasil penelitian Nugroho dan Sutirman (2016), bahwa rendahnya kunjungan ke suatu objek dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu atraksi dan objek, amenities, dan aksesibilitas yang belum optimal, dan kualitas pelayanan yang belum memadai. Sedangkan dalam penelitian Novita, (2017) dikemukakan bahwa selain faktor tersebut, ada juga faktor penting lain yang mempengaruhi jumlah kunjungan yaitu tingkat kenyamanan selama beraktifitas dalam lokasi objek. Kenyamanan yang diinginkan oleh pengunjung yang melakukan aktifitas di Siwang paradise menjelaskan agar pengelola objek lebih memperhatikan penataan pagar pembatas pada area spot foto, karena berdekatan dengan tebing yang menjorok ke laut. Sehingga dalam

pengelolaan ke depan diharapkan agar segera dibuatkan pagar pembatas sekitar lokasi spot foto demi kenyamanan pengunjung.

Deskripsi data responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengunjung di objek wisata

alam Siwang Paradise, dapat disusun klasifikasi karakteristik pengunjung yang disajikan pada Tabel.1

Tabel 1. Deskripsi pengunjung objek siwang paradise

No.	Uraian karakteristik pengunjung	Rendah (%)	Sedang (%)	Tinggi (%)
1	Komposisi umur	17-25 (8%)	25-35 (27%)	36-45 (65%)
2	Asal/domisili	Luar Maluku (3%)	Luar Ambon (11%)	Dalam Kota (86%)
3	Tingkat pendidikan	SMA 3%	Mahasiswa 12%	Tamatan S1 85%
4	Jenis Pekerjaan	Belum kerja 2%	PNS 37%	Swasta 61%
5	Jenis kelamin	Laki-laki 42%	Perempuan 58%	
6	Pendapatan	1 juta 4%	2-2.5 juta 11%	>2.5 juta 85%

Hasil penelitian, 2020

Deskriptif data pengunjung berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa sebaran umur pengunjung didominasi pada usia 26-30 tahun (65%), jenis

kelamin perempuan (58%), Pendidikan S1 (86%), asal pengunjung dari dalam kota Ambon (86%), dengan pekerjaan paling banyak adalah swasta (61%)

persepsi dan Preferensi

Tabel 2. Hasil tanggapan responden terhadap Objek Siwang Paradise

No	Persepsi Pengunjung	Persentase jawaban (%)	
1	Bagaimana kondisi ODTW siwang paradise.	Menarik 53%	Tidak menarik 47%
2	Apakah Fasilitas yang disiapkan oleh pengelola objek sudah dikategorikan lengkap	Lengkap 24%	Tidak lengkap 76%
3	Apakah Aksesibilitas menuju objek lancar	Lancar 34%	Tidak lancar 66%
4	Apakah Pelayanan yang diterima memuaskan	Memuaskan 39%	Tidak memuaskan 61%

Hasil penelitian, 2020

Dari tabel hasil persepsi pengunjung terkait objek daya tarik wisata siwang paradise,

diperoleh hasil analisis tanggapan responden dikatakan objek menarik (53%), kelengkapan

fasilitas yang tersedia dalam objek wisata paradise dinilai belum lengkap (86%), responden masih memiliki harapan agar kelengkapan fasilitas lebih ditata sesuai standar objek wisata, seperti kamar mandi dan WC dalam kondisi permanen, juga perlu adanya kesiapan area parkir roda 2 dan 4 untuk dapat segera disiapkan, persepsi terhadap aksesibilitas masih belum lancar (66%), responden mengemukakan untuk perlu memperlancar akses ke objek dengan adanya tambahan moda transportasi roda 2 (ojek) yang bisa digunakan selama jam buka kawasan.

Persepsi pengunjung terkait pelayanan masih diperoleh tanggapan kurang puas (61%). Hal tersebut tentunya berpengaruh terhadap kesiapan tenaga kerja di objek wisata, karena dalam jumlah pengunjung yang banyak, sering kali Ketika memesan makanan dan minuman menunggu antrian yang lama.

Pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel tak bebas (Y) secara bersama-sama (Simultan).

Untuk melihat pengaruh faktor objek daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan kepada pengunjung terhadap minat kunjungan ulang ke objek Wisata Paradise, maka data primer yang diperoleh dari responden tersebut

Damanik dan Weber (2006) mengemukakan bahwa nilai daya tarik objek sangat ditentukan oleh kelengkapan 3-A, yang ditunjang dengan adanya kualitas produk. Semakin lengkap dan terintegrasinya ketiga unsur (3-A) dalam produk daya tarik wisata maka semakin tinggi nilai jual yang diberikan kepada pengunjung.

Pendapat serupa juga dikemukakan Spillane (2002) dalam Nureani (2014), produk daya tarik objek wisata merupakan ketersediaan unsur-unsur yang dapat menjadi faktor penarik kunjungan wisatawan ke suatu objek antara lain: atraksi dan objek, fasilitas, infrastruktur, transportasi jasa pengangkutan, dan hospitality. Sedangkan menurut Muntasib et al, (2014) ada empat faktor yang juga turut menunjang *supply* suatu objek wisata alam antara lain: sumberdaya alam, social budaya, aksesibilitas dan peruntukan kawasan, serta kepemilikan Kawasan.

diolah menggunakan program SPSS For Windows Versi 25. Adapun hasil pengolahan dan perhitungan dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah, adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Rekapitulasi hasil analisis regresi linier berganda

		Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.166	.142			1.167	.251						
	Daya tarik objek	-.109	.138	-.120		-.792	.434	-.155	-.131	-.115	.919	1.088	
	fasilitas wisata	.015	.154	.014		.096	.924	.009	.016	.014	.994	1.006	
	akses wisata	.030	.146	.031		.206	.838	-.011	.034	.030	.903	1.107	
	pelayanan wisata	.440	.138	.472		3.198	.003	.474	.470	.464	.966	1.036	

a. Dependent Variable: kunjungan Kembali

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = a + BX_1 + BX_2 + BX_3 + BX_4 + e$$

$$Y = 0.166 - 0.109X_1 + 0.015 X_2 + 0.030 X_3 + 0.440 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = minat kunjungan ulang

a = constant

X₁ = atraksi dan objek wisata

X₂ = fasilitas wisata

X₃ = aksesibilitas

X₄ = pelayanan wisata

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a. Dari persamaan regresi berganda nilai konstanta sebesar 0.166 menunjukkan bahwa tanpa adapun variabel bebas terhadap minat kunjungan ulang adalah positif sebesar 0.166.

b. Nilai koefisien objek daya tarik (X₁) yakni -0.109 dan nilai signifikansinya 0.434 > 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak memberikan pengaruh terhadap minat kunjungan ulang ke objek Siwang Paradise.

c. Nilai koefisien fasilitas wisata (X₂) yakni 0.319 dan nilai signifikansinya 0.021 < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa apabila Pull factor meningkat sebesar satu-satuan, maka minat

kunjungan berulang (Y) akan meningkat sebesar 0.319 atau 31.9%.

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa hubungan koefisien korelasi untuk semua variabel yang dimasukkan dalam analisis. Dari data yang ada, terlihat bahwa korelasi antara pelayanan wisata (X₄) dengan minat kunjungan ulang (Y) memiliki nilai signifikan atau probabilitas sebesar 0,003. Artinya bahwa pelayanan wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang ke objek Siwang Paradise, sedangkan ketiga faktor lainnya, objek daya tarik (X₁), fasilitas wisata (X₂), dan aksesibilitas (X₃) tidak memiliki korelasi (tidak signifikan).

Tabel 4.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.474 ^a	.225	.205	.411

a. Predictors: (Constant), pelayanan wisata

b. Dependent Variable: kunjungan ulang

Pada Tabel 4, terlihat bahwa nilai R Square adalah sebesar (0,225). Ini dapat dijelaskan bahwa pengaruh pelayanan kepada pengunjung selama berada dalam kawasan objek

Siwang Paradise terhadap minat kunjungan ulang sebesar (20,5%). Sisanya yaitu (79,5%) dipengaruhi oleh faktor lain, yang tidak dianalisis dalam penelitian saat ini.

Tabel 5. Tabel ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.910	1	1.910	11.327	.002 ^b
	Residual	6.578	39	.169		
	Total	8.488	40			

a. Dependent Variable: kunjungan ulang

b. Predictors: (Constant), pelayanan wisata

Pada Tabel ANOVA, terlihat nilai F sebesar (11,327) dengan tingkat signifikan (0,002). Hal ini menunjukkan bahwa memang

terdapat pengaruh antara pelayanan kepada wisatawan dengan kunjungan ulang ke objek Siwang Paradise.

Tabel 6.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.120	.082		1.461	.152
	pelayanan wisata	.443	.131	.474	3.366	.002

a. Dependent Variable: kunjungan ulang

Berdasarkan Tabel 6 di atas, t hitung adalah 3,366 yang berarti bahwa t hitung lebih

besar dari t Tabel, sehingga terbukti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan

kepada wisatawan dengan minat kunjungan ulang ke objek Siwang Paradise. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Sangkaeng *et al.* (2015), yang menjelaskan tentang minat kunjungan ulang juga sangat dipengaruhi dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola kepada pengunjung selama melakukan aktifitas wisata di suatu objek wisata. Sedangkan menurut Iskandar

et al. (2015), kualitas layanan akan menjadikan konsumen merasakan kepuasan selama melakukan aktifitas kunjungan ke suatu destinasi wisata, sehingga pihak pengelola dapat memahami kebutuhan dan harapan pengunjung serta akan berdampak pada kepuasan pengunjung dan mempengaruhi minat kunjungan ulang ke objek daya tarik wisata di masa mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah korelasi

antara pelayanan wisata (X4) dengan minat kunjungan ulang (Y) memiliki nilai signifikan atau probabilitas sebesar (0,002) atau kurang dari (0,05). Artinya bahwa pelayanan wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang ke objek Siwang Paradise, sedangkan ketiga faktor lainnya, objek daya tarik (X1), fasilitas wisata (X2), dan aksesibilitas (X3) tidak memiliki korelasi (tidak signifikan).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji S, Yusuf IS. 2016. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano* 7(2): 134-148. <https://doi.org/10.33387/hjp.v7i2.317>.
- Butarbutar R, dan Soemarno. 2013. Environmental effect of ecotourism in Indonesia. *Journal of Indonesian tourism and development studies*. 1(3), 97-107.
- Azman H.A, dan Elsaandra Y. 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan

Milenial ke Bukittinggi. *Jurnal AMAR* Vol. 4(1), 2020

- Farida I, Tarmizi A, November Y. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIAT* 1(1): 31-40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>.
- Fandeli C dan Mukhlison. 2000. *Pengusahaan Ekowisata*. Fakultas Kehutanan UGM. Pustaka Pelajar.
- Fandeli C. 2002. *Perencanaan Kepariwisata Alam*. PT (PERSERO) PERHUTANI

- dan Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Damanik J dan Webber H. 2006. Perencanaan Ekowisata (dari teori ke aplikasi). PUSPAR Studi UGM. ANDI Yogyakarta.
- Irawan H. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Jayaprakash, K., & Mythili, B. (2017). Tourist Satisfaction Level on Destination Facilities in The
- Matondang MA, Bahruni, Hermawan R. 2017. Pengaruh Tingkat Kepuasan Pengunjung terhadap Willingness to Pay di Plengkung Taman Nasional Alas Purwo. *Jurnal Media Konservasi* 22(2): 164-170.
- Muntasib E.K.S, Rachmawati E, Meilani R, Mardiasuti A, Rushayati S.B, Sunkar N, Kosmaryandi A. 2014. Rekreasi Alam dan Ekowisata. IPB Press. Bogor.
- Novi AF. 2014. Pengaruh Service Quality dan Emotional Factor terhadap Kepuasan Pelanggan pada The Laguna A, Luxury Collection Resort dan Spa Nusa Dua Tahun 2014. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis* 4(1): 1-10.
- Novita M. 2017. Faktor Penyebab Menurunnya Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Seminung Lumbok Resort Tahun 2016. *Jurnal FKIP Universitas Lampung* Hal 1-11.
- Nugroho FG, Sutirman. 2016. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pengunjung di Objek Wisata Air Bojongsari (Owabong). *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran* 5(4): 366-379.
- Nuraeni BS. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi* 23(1): 1-20.
<https://doi.org/10.14710/jbs.23.1.1-20>.
- Nurbaeti, Rahmanita M, Ratnaningtyas H, Amrullah. 2021. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol 2 (1); 269-278. Juli 2021
- Primadi R, Simanjuntak M, dan Muflikhati I. 2021. Faktor penentu kepuasan dan minat kunjung ulang ekowisata. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, Vol. 7 (1), Januari 2021.
- Sangkaeng S, Mananeke L, Oroh SG. 2015. Pengaruh Citra, Promosi, Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3(3): 1089-1100.
<https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.10113>.
- Sarim., & Wiyana, T. (2017). Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2): 342-249.
- Sayangbatti D.S dan Baiquni. M. 2013. Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Volume 5 (2):

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwena IK, Widyatmaja IG. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Universitas Udayana.

Utama, R., Bagus, I.G. & Mahadewi, E.N.M. (2012). *Metode Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Yilma ZA, Reta MM, dan Tefara BT.2016.The current status of ecotourism potentials and challenges in Sheko district, South-Western Ethiopia. *Journal of Hotel and Business Management*. 5(2).

Wulandari M, Winarno G, Setiawan A, dan Darmawan A. 2019. Persepsi wisatawan terhadap objek daya tarik wisata di kebun raya Liwa kabupaten lampung barat. *Jurnal Belantara* Vol. 2(2); 84-93.