

PERSPEKTIF WISATAWAN TERHADAP DESTINASI PARIWISTA DANAU LUT TAWAR ACEH TENGAH

Agustinawati¹⁾

¹ Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

E-mail: agustinawati@unimal.ac.id

ABSTRACT

The decision to visit tourists is an indicator that must be considered in the tourism destination business. Central Aceh's Lut Tawar Lake has many tourist destinations that are in great demand and are tourist destinations for local and foreign tourists. This study aims to describe the perspective of tourists based on the indicators of Accessibility, Price, Facilities, Satisfaction and Visiting Decisions. Data collection was carried out using a questionnaire which was distributed directly to tourists using purposive sampling and analyzed with multiple linear regression. The results of the study show that the tourist perspective on the freshwater lake tourism destination in Central Aceh as a whole is in a good perspective. This can be seen from the value of each positive variable which is worth the desire of tourists to visit again.

Keyword : *Accessibility, Price, Facilities, Satisfaction, Tourist Visits*

ABSTRAK

Keputusan berkunjung wisatawan merupakan indikator yang harus diperhatikan dalam bisnis destinasi pariwisata. Danau Lut Tawar Aceh Tengah memiliki banyak destinasi pariwisata yang sangat diminati dan menjadi tujuan wisata oleh wisatawan lokal maupun luar daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perspektif wisatawan berdasarkan indikator Aksesibilitas, Harga, Fasilitas, Kepuasan dan Keputusan Berkunjung. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang didistribusikan langsung kepada wisatawan dengan menggunakan purposive sampling dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa perspektif wisatawan terhadap destinasi pariwisata danau lut tawar Aceh Tengah secara keseluruhan berada dalam perspektif yang baik. Hal ini dapat dilihat dari nilai setiap variabel yang positif yang bernilai keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali.

Kata kunci : *Aksesibilitas, Harga, Fasilitas, Kepuasan, Kunjungan Wisatawan*

PENDAHULUAN

Setiap daerah memiliki kekhasan wisata tertentu yang menyebabkan wisatawan tertarik untuk mengunjungi daerah tersebut. Adanya perubahan gaya hidup masyarakat, pendapatan dan pendidikan menyebabkan timbul kebutuhan non fisik yang lainnya seperti berwisata. Danau Laut Tawar merupakan danau yang berada di daerah Takengon, Kabupaten Aceh Tengah Danau Laut Tawar memiliki kekhasan tersendiri yang dikelilingi pegunungan dan perbukitan dengan ikan depik penciri khas.

Destinasi pariwisata danau lut tawar juga menawarkan beberapa destinasi lain yang dapat dinikmati oleh wisatawan saat berkunjung ke Aceh Tengah, seperti destinasi wisata Bur Telege, Pantan Terong, dan Bur Lancuk Leweng yang menghadap langsung ke arah danau dan kota Takengon. Keindahan Danau laut tawar juga dapat dimanfaatkan sebagai destinasi untuk berkemah di malam hari yaitu Pante Menye, Pantai Atu Nunang dan Pantai Mendale. Serta wisata sejarah yang sangat melegenda yaitu Gua Loyang kor dan Gua Putri Pukes.

Banyaknya destinasi pariwisata yang ada, telah menimbulkan perbedaan perspektif, kepuasan dan kunjungan wisatawan pada masing-masing destinasi pariwisata yang mereka kunjungi. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan perspektif berkunjung wisatawan pada destinasi pariwisata Aveh Tengah dengan menggunakan faktor variabel Aksesibilitas, Harga, Fasilitas, Kepuasan dan Keputusan Berkunjung.

TINJAUAN PUSTAKA **Aksesibilitas**

Aksesibilitas adalah konsep yang luas dan fleksibel. Kevin Lynch mengatakan aksesibilitas adalah masalah waktu dan juga tergantung pada daya tarik dan identitas rute

perjalanan (Talav Era, 2012). Semakin banyak sistem jaringan yang tersedia pada daerah tersebut maka semakin mudah aksesibilitas yang didapat begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat aksesibilitas yang didapat maka semakin sulit daerah itu dijangkau dari daerah lainnya. Suwantoro (2015) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral.

Harga

Lupiyoadi (2016) harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut. Stanton (dikutip oleh Basu Swastha, 2011) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Fasilitas

Sulatiyono (2018) mendefinisikan fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama berada ditempat wisata.

Fandy Tjiptono (2019) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.

Kepuasan

Kotler (2017) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesannya terhadap

kinerja (hasil) suatu produk dan harapan – harapannya. Kepuasan pelanggan juga dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dari sebuah produk yang dirasakan dengan yang diharapkan. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan (Bailia, 2019)

Kotler dan Amstrong (2019) Keputusan berkunjung adalah tahap proses keputusan dimana wisatawan secara aktual melakukan pembelian produk. Sehingga dapat juga dikatakan bahwa keputusan berkunjung wisatawan merupakan suatu proses dalam menentukan kunjungan dan melakukan kegiatan perjalanan ke suatu objek wisata berdasarkan pengaruh-pengaruh yang diterima untuk pada akhirnya mengunjungi objek yang dipilih.

METODE PENELITIAN

Data dikumpulkan dari beberapa lokasi destinasi pariwisata di Aceh tengah. hasil survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner. Sampel yang digunakan adalah wisatawan yang mengunjungi destinasi pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria dalam penentuan ini adalah Responden yang sudah pernah berkunjung. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada tabel Tabel 1.

Tabel . 1 Uji Validitas

No	Indikator	r Tabel	Pearson Correlation/ Hitung	r	Ket
1.	Aksesibilitas (X₁)	0.2006	0.810		Valid
	1		0.799		
	2		0.816		
	3		0.812		
	4		0.825		
2.	Harga (X₂)	0.2006	0.795		Valid
	1		0.778		
	2		0.755		
	3		0.765		
	4		0.786		
3.	Fasilitas (X₃)	0.2006	0.832		Valid
	1		0.862		
	2		0.838		
4.	Kepuasan (X₄)	0.2006	0.825		Valid
	1		0.841		
	2		0.860		
5	Keputusan Berkunjung (Y)	0.2006	0.813		Valid
	1		0.836		
	2		0.848		

Sumber: Data diolah (2023)

Semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel = 0.2006 (nilai r tabel untuk n=96), sehingga semua indikator tersebut adalah valid.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan persamaan regresi linier berganda. Hasil Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah

$$Y = 0.255 + 0.041 X_1 + 0.465 X_2 + 0.336 X_3 + 0.095 X_4$$

Tabel . 2 Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.255	.178		1.432	.156
X ₁	.041	.126	.042	.326	.745
X ₂	.465	.123	.447	3.799	.000
X ₃	.336	.114	.329	2.954	.004
X ₄	.095	.112	.101	.845	.400

Dari persamaan regresi dapat besarnya nilai konstanta adalah 0.255 hal ini berarti jika Aksesibilitas (X₁), Harga (X₂), Fasilitas (X₃) dan kepuasan (X₄) konstan (bernilai 0), maka keputusan berkunjung nilainya sebesar 0.255. Koefisien regresi variabel Aksesibilitas (X₁) sebesar 0.041, Koefisien regresi variabel harga (X₂) sebesar 0.465, Koefisien regresi variabel fasilitas (X₃) sebesar 0.336, Koefisien regresi variabel kepuasan (X₄) sebesar 0.095. nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($71.419 > 3.0965$), dimana (df=n-k) pada n=91 sebesar 3.0965, dan nilai signifikan (sig) =0,000 yang lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa hipotesis alternatif Ha diterima.hal ini berarti bahwa variabel aksesibilitas (X₁), harga (X₂), fasilitas (X₃) dan kepuasan (X₄) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke destinasi danau lut tawar Aceh Tengah dan destinasi lainnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan maka hasil penelitian ini disimpulkan bahwa perspektif wisatawan terhadap destinasi pariwisata danau lut tawar Aceh Tengah yang diukur dengan variabel Aksesibilitas, Harga, Fasilitas, Kepuasan dan Keputusan Berkunjung secara keseluruhan berada

dalam perspektif yang baik. Hal ini dapat dilihat dari nilai setiap variabel yang positif yang bernilai keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinawati, A., Samsidar, S., Bahri, H., Devi, M. S., & Muntari, Z. (2022). Studi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau Dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Hutan Lindung Kota Langsa. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 122-127.
- Agustinawati, Halida Bahri, Laila Fajri, Danyatul Hayati, & Ghufuran Mutahallil. (2022). Analysis Of Responsible Tourism Marketing Toward Entrepreneur In Culinary Sector Of Tourism. *International Journal Of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 2(6), 921–926. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v2i6.670>
- Agustinawati. 2018. Pengaruh Servqual Dimension terhadap Kepuasan Wisatawan pada Obyek Wisata Pantai di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, Volume 7, No 1
- Agustinawati. 2017. Persepsi Wisatawan Terhadap Jasa Kuliner Objek Wisata Kota Lhokseumawe. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh*
- Agustinawati. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Kuliner Dengan Pendekatan SERVQUAL. *Jurnal Visioner & Strategis*, Volume 5 No.2
- Bailia, J. F. T. A. S. Soegoto., dan S. S. R. Loinding. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. 2(3) : 1766-1780.
- Engel, James F. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Hasan Ali, (2015) *Marketing Tourism*, Yogyakarta, CAPS
- Irawan, Handi. 2012. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Elex Media Komputindo..
- Kotler dan Keller, 2012, *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*. Person Prentice Hall.
- Kotler, P. 2002. *Marketing Management. Edisi Milenium 2*. Diterjemahkan oleh Hendra Teguh, Manajemen Pemasaran. Prenhailindo. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: salemba empat.