
ANALISIS KEPUTUSAN WISATAWAN BERDASARKAN PERMASALAHAN PENURUNAN JUMLAH KUNJUNGAN DAN PENDAPATAN RETRIBUSI OBJEK WISATA TWA GUNUNG PANCAR

Ade Tri Putra

Institut Teknologi Bandung
adetriputra1@gmail.com

KATA KUNCI

Keputusan;
Pemasaran;
Ekonomi Masyarakat

KEYWORDS

Decision-making factors
in visiting;
Marketing;
Economics in
Community

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata TWA Gunung Pancar dan dampaknya terhadap penurunan jumlah kunjungan dan pendapatan retribusi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada wisatawan yang berkunjung ke TWA Gunung Pancar dengan mengambil sampel sebanyak 110 responden melalui google form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi untuk menentukan faktor diperkirakan dinamis wisatawan dalam berkunjung (73) seperti penggambaran objek wisata, pentingnya daerah tujuan dalam mewujudkan pengalaman perjalanan wisata menjadikan nilai keunikan bagi daya tarik tersebut, tentu dapat memberikan nilai pertumbuhan ekonomi pada masyarakat lokal yang menyediakan akomodasi kepada wisatawan yang berkunjung. Penelitian ini digunakan sebagai kajian bahan pertimbangan wisatawan dalam memutuskan berkunjung ke objek daya tarik Taman Wisata Alam Gunung Pancar, Kabupaten Bogor, Kabupaten Jawa Barat.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence tourists' decisions in visiting TWA Gunung Pancar attractions and their impact on decreasing the number of visits and levy revenue. This study used quantitative methods with data collection techniques through questionnaires given to tourists visiting TWA Gunung Pancar by taking a sample of 110 respondents through Google Forms. The results showed that strategies to determine factors to estimate dynamic tourists in visiting (73) such as the depiction of tourist attractions, and the importance of destination areas in realizing tourist travel experiences present a unique value for these attractions, can certainly provide economic growth value to local communities that provide accommodation to visiting tourists. This research is used as a study of tourist considerations in deciding to visit the attraction of Gunung Pancar Nature Tourism Park, Bogor Regency, West Java Regency.

PENDAHULUAN

Pariwisata Indonesia berusaha keras untuk menarik pengunjung dan mendorong wisatawan untuk datang. (Nafila, 2013) Menurut statistik BPS, jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia pada 2019 sebanyak 16,1 juta orang, naik 1,88 persen dari 15,8 juta orang pada 2018. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan nasional (Prabhawati, 2019). karena juga menghasilkan devisa selain pendapatan. Taman Wisata Reguler Gunung Pancar merupakan objek wisata di Jawa Barat tepatnya di Kabupaten Bogor, Kawasan Madang Babakan Tengah yang didirikan oleh PT Wana Wisata. PT Wana Wisata merupakan konsesi taman wisata alam yang telah mendapat kepercayaan dari otoritas publik, khususnya Dinas Cabang Jaga, memiliki keistimewaan hak perusahaan wisata seluas 447,5 Ha, melalui Penetapan pada tanggal 8 Februari 1993, sebagaimana dalam surat nomor 54/KPTS-II/93.

Tabel 1 Jumlah Kunjungan di TWA Gunung Pancar 2015-2018

Tahun	Nusantara	Luar Negeri	Total
2015	78201	334	78535
2016	96761	298	97059
2017	86593	206	86799
2018	64601	181	64782

Data pada tabel ini mengacu pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2018. Dari awal tahun 2015 hingga 2016 telah berkembang. Namun demikian, selama tahun 2016-2018 terjadi peningkatan produktivitas yang cukup signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, jika Penerimaan Negara Bukan Biaya dilihat dari penerimaan TWA Gunung Pancar, diadakan penerimaan terbesar pada tahun 2016 sebesar Rp. 1.001.706.000, menunjukkan peningkatan yang signifikan antara tahun 2017 dan 2018. Industri travel di TWA Gunung Pancar dimiliki oleh perusahaan multinasional yang dikenal dengan PERHUTANI (*Konservasi Sumber Daya Alam Hayati Dan Ekosistemnya*, 1990). Jika berhasil, maka akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi penduduk. Selain itu, Nomor Peraturan Negara Bukan Pajak Penerimaan tahun 1997. PNBP merupakan salah satu dari sedikit Pendapatan Pemerintah Pusat yang tidak meminta retribusi dan mengakui bahwa TWA Gunung Pancar memiliki tanggung jawab terhadap negara. yang digunakan kembali untuk dikembangkan atau ditingkatkan, khususnya objek wisata, jadi dengan asumsi objek wisata tetap dikunjungi. atau kenaikan dan diawasi dengan tepat di lokasi itu (*Undang-Undang Tentang Kepariwisata*, 2009). Akan membangun sebagai pungutan atau bayaran yang dapat menciptakan atau menumbuhkan industri wisata di TWA Gunung Pancar. Ketertarikan wisatawan terhadap kepopuleran tempat wisata dari segi data merupakan salah satu variabel dalam menentukan arah sehubungan dengan kemampuan TWA Gunung Pancar, jika dilihat dari kekhasan yang terdapat pada informasi dasar seperti yang tergambar di atas, ada banyak elemen yang dapat mempengaruhi perilaku wisatawan. Dalam hal ini pentingnya untuk mencari tahu bagaimana reaksi wisatawan dengan dikaitkannya pada faktor-faktor pengambilan keputusan untuk mengunjungi objek wisata TWA Gunung Pancar.



Gambar 1 Penerima Negara Bukan Pajak

METODE PENELITIAN

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi ekspresif. Berdasarkan penelitian Priyono (2008) penelitian deskriptif kuantitatif merupakan suatu metode untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti (Sahir, 2021). Untuk membuat tipologi atau pola permasalahan berdasarkan variabel yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan pada objek penelitian, maka peneliti dalam penelitian ini terlebih dahulu melakukan kajian literatur untuk mencari literatur berupa topik penelitian yang dijadikan sebagai tolak ukur, pemecahan masalah, dan kemudian dia melakukan observasi di lapangan (Sugiyono, 2017).

Umar mengatakan bahwa target digunakan untuk mendapatkan data berdasarkan perasaan responden terhadap orang atau benda yang menjadi subjek penelitian (Umar, 2005). Oleh karena itu para peneliti mengambil wisatawan yang telah melalui kegiatan industri wisata yang dalam penelitian ini dilakukan di Taman Wisata Alam Gunung Pancar, Kawasan Madang Bababak Tengah, Peraturan Bogor, Wilayah Jawa Barat dengan skema sebagai berikut.

- a. Populasi adalah sekelompok orang dengan kualitas atau karakteristik tertentu. Populasi dengan jumlah penduduk tetap disebut populasi berhingga, sedangkan populasi dengan jumlah penduduk tak terhingga disebut populasi tak terhingga (Roflin & Liberty, 2021). Dengan menyebarkan kuisioner secara online, peneliti menentukan jumlah wisatawan yang pernah berkunjung ke lokasi tersebut. Karena jumlahnya tidak tetap, maka populasi penelitian ini termasuk dalam kategori tak terhingga. Melalui google form peneliti membagikan kuesioner kepada responden.
- b. Peneliti membagikan kuesioner kepada responden melalui google form secara online karena adanya pandemi Covid-19. Dari 23 Mei hingga 10 Juni 2020, 109 angka dibulatkan menjadi 110, dengan tingkat kepercayaan 75% dan level of sign 5%.

Teknik Pengumpulan Data: Peneliti mengumpulkan data dengan cara berikut untuk jenis studi deskriptif dan kuantitatif, yang berfokus pada pengambilan keputusan wisatawan ketika terlibat dalam kegiatan wisata di Taman Wisata Alam Gunung Pancar:

- a. Kuesioner Metode pengumpulan data yang menggunakan formulir tertulis dengan pertanyaan yang diajukan kepada satu individu atau kelompok individu untuk mengumpulkan data dan tanggapan yang peneliti butuhkan (Yoyo Sudaryo et al., 2019). Pengumpulan data dalam bentuk online Google Form dengan pertanyaan tertutup untuk memudahkan responden mengisi kuesioner di rumah. Penelitian ini juga pada orang yang menjalankan study di Institut Pertanian Bogor, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Universitas Pamulang, dan Universitas Pakuan Bogor, dll.
- b. Dokumentasi: dokumentasi mengacu pada proses dimana teknik pengumpulan data diperoleh dari catatan atau dokumen yang tersimpan sebelumnya (Usman & Akbar, 2008). Dikarenakan adanya pandemi Covid-19, maka penelitian ini menggunakan data yang tersimpan terkait dengan objek wisata TWA Gunung Pancar, dengan beberapa kendala data pada lokus penelitian.
- c. Studi Literatur: Studi literatur dapat membantu penelitian ini dengan menghasilkan teori-teori berguna yang dapat digunakan dalam studi-studi selanjutnya. Selain itu, diperoleh juga data sekunder yang akurat atau berkaitan dengan keputusan wisatawan harus dicari.

Analisa Data : Analisis data memerlukan pemilihan statistik uji yang tepat, pengelolaan data mentah ke dalam format yang sesuai dengan menggunakan komputer, dan penyajian data dalam berbagai bagan, grafik, tabel, atau gambar untuk meringkas aspek atau karakteristik sebagai statistik deskriptif dengan bantuan program perangkat lunak. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan dalam bentuk kuesioner, seperti "Apakah kondisi lingkungan fisik terjaga dan terlindungi?" Setiap pertanyaan kemudian diberi nilai skala likert 1 sampai 5 yang nantinya akan diolah menggunakan SPSS sebagai prosedur analisis ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

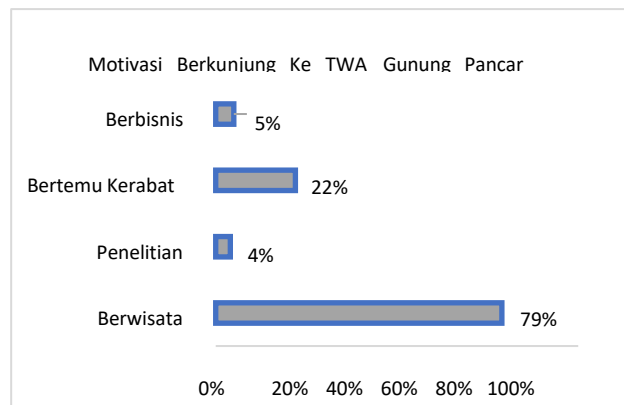
Dalam konsep pengambilan keputusan wisatawan, peneliti mengajukan pertanyaan untuk melihat tanggapan dari faktor keputusan yang diambil dari konsep tersebut. Hal ini ditunjukkan bahwa ketika wisatawan mengunjungi destinasi TWA Gunung Pancar memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda seperti karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan wisatawan dan keunggulan daya tarik objek wisata. Peneliti mengambil 110 sampel dan mendapatkan jawaban yang berbeda-beda ketika wisatawan mengunjungi destinasi tersebut yang nantinya pembahasan ini dapat memberikan acuan permasalahan yang secara spesifik dapat dijelaskan oleh peneliti dari tanggapan responden melalui Google Form. Terdapat 4 Sub indikator pilihan ganda dan 14 Sub indikator pembobotan skala likert. Berikut diuraikan dalam subbab dibawah ini.

Faktor Karakteristik Wisatawan

Pada bagian ini akan dijelaskan bagaimana faktor karakteristik wisatawan mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung.

Tabel 2 Faktor Karakteristik Wisatawan

Sub Indikator	STS	TS	CS	S	S	Hasil
Saya tertarik mengunjungi destinasi TWA, karena tidak ada hambatan keuangan	-	10	57	236	135	438
Biaya masuk TWA sesuai dengan fasilitas dan manfaat yang ada	-	12	51	212	170	445



Gambar 2 Motivasi berkunjung ke TWA Gunung Pancar

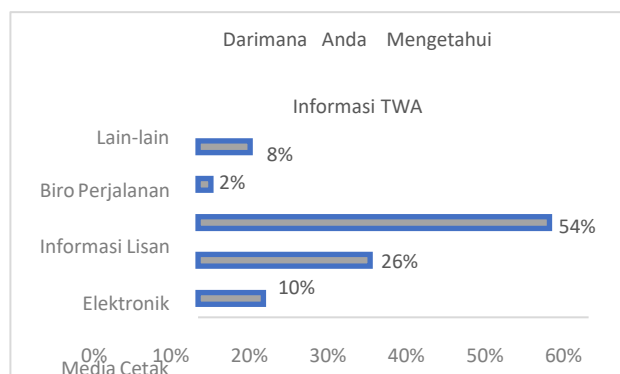
Berdasarkan tabel tanggapan karakteristik wisatawan dari paparan sebelumnya dapat diketahui total nilai dari indikator seperti : karakteristik sosial ekonomi dan karakteriatik perilaku (Prayitno, 2008). Untuk karakteristik sosial ekonomi seperti hambatan keuangan mengunjungi TWA Gunung Pancar paling banyak menjawab setuju 53,6 % dengan skor 438 bahwa mereka tidak ada hambatan dalam pembelian harga tiket masuk TWA yang sesuai dengan manfaat dalam kegiatan yang ada ketika melakukan aktivitas didalamnya dan biaya masuk sesuai dengan manfaat yang ada sebesar 445 dengan menjawab setuju. Sedangkan untuk karakteristik perilaku sebagian besar mengatakan mereka mengunjungi destinasi TWA Gunung Pancar sebagai tujuan berwisata 79 % dan paling sedikit melakukan tujuan penelitian sekitar 4 % dan berbisnis 5 %, padahal seharusnya objek wisata ini bisa memanfaatkan lahan yang cukup luas outdoor dengan memperlihatkan pemandangan bukit yang indah dan asri, untuk meningkatkan peluang unit pengelola kepada wisatawan, hanya saja unit pengelola

mengutamakan indoor konvensi sebagai tujuan wisatawan untuk menyewa ruang dalam melakukan aktivitas berbisnis

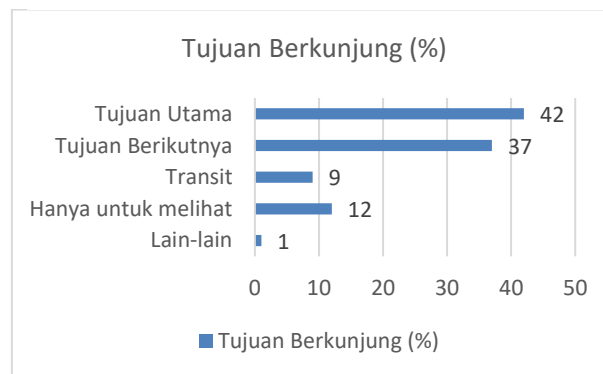
Faktor Kesadaran Akan Manfaat Perjalanan

Tabel 3 Faktor Kesadaran Akan Manfaat Perjalanan

Sub Indikator	STS	TS	CS	S	SS	Hasil
Mengunjungi Destinasi TWA Karena Aktivitas Kejadiannya Sesuai Apa Yang Saya Harapkan	-	8	87	216	115	426



Gambar 3 Informasi Destinasi Wisata



Gambar 4 Tujuan Memutuskan Berkunjung ke TWA

Berdasarkan faktor kesadaran akan manfaat perjalanan diketahui total nilai indikator seperti: pengetahuan terhadap destinasi dan citra objek destinasi (Anggriawan et al., 2018). Bahwa responden selanjutnya dengan jawaban mendominasi yaitu bahwa mereka mengunjungi destinasi TWA Gunung Pancar sebagai tujuan utama perjalanan mereka 41,8% dan sebagai tujuan berikutnya dalam perjalanan sebesar 36,4%. Lalu, untuk indikator citra destinasi jawaban responden mengenai TWA Gunung Pancar karena produk/kegiatan wisata sesuai harapan sebagian besar menjawab setuju sebesar 49,1% dengan total skor 426 sesuai dengan keinginan atau harapan bahwa, mereka senang ketika berkunjung ke destinasi tersebut. Untuk pengetahuan terhadap destinasi seperti informasi yang didapat ketika mengunjungi destinasi TWA Gunung Pancar. Selanjutnya yaitu pada gambar 3 dan 4 menunjukkan responden menjawab mendapatkan informasi lisan dari (keluarga, saudara, teman dan sekolah dll)

sebesar 54 % dibandingkan mereka mendapatkan informasi dari media elektronik dan media cetak yang belum diketahui oleh banyak responden dalam memutuskan mengunjungi destinasi wisata. Dan tujuan utama berkunjung ke TWA Gunung Pancar yaitu ke Hutan Pinus sebagian besar responden menjawab 36% dan Camping Ground sebesar 23% minat wisatawan berkunjung ke destinasi wisata alam Dan agenda kunjungan ke TWA sebagai tujuan utama sebesar 42%

Faktor Gambaran Perjalanan

Tabel 4 Faktor Gambar Perjalanan

Sub Indikator	STS	TS	CS	S	SS	Hasil
Saya merasakan perjalanan terlalu jauh menuju TWA	6	16	96	156	125	399
Saya ingin berlama-lama melakukan aktivitas yang ditawarkan TWA	-	30	84	200	110	414
Biaya yang saya keluarkan selama perjalanan menuju TWA terlalu Mahal (Konsumsi/Transport)	6	60	96	92	95	349
Mengunjungi TWA karena tidak ada hambatan kemacetan selama perjalanan	11	96	69	100	15	291
Mengunjungi TWA tawaran paket dari biro perjalanan	14	106	63	68	25	276

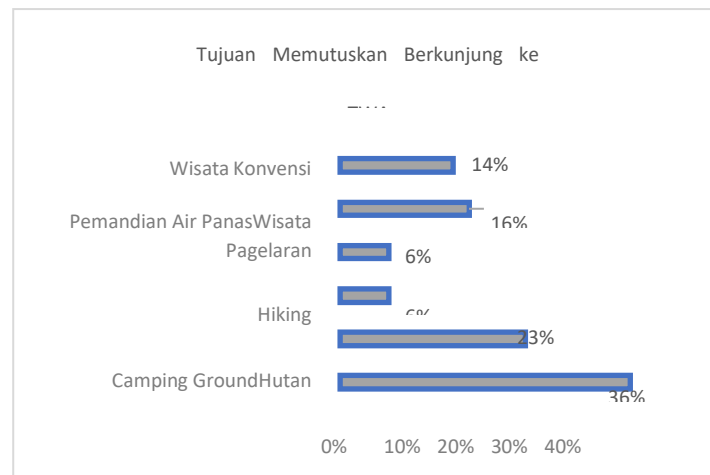
Berdasarkan tabel tanggapan wisatawan dari paparan sebelumnya dapat di ketahui total nilai dari indikator seperti : jarak, lama tinggal, kendala biaya/waktu, bayangan atau resiko ketidakpastian berwisata dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan. Untuk jarak terdapat 39 responden atau 35,5 % mengatakan setuju bahwa mereka merasakan terlalu jauh untuk mengunjungi destinasi tersebut dengan skor 399. Selanjutnya terdapat 50 responden atau 45,5 % dengan skor 414, mengatakan setuju bahwa mereka ingin berlama-lama melakukan aktivitas yang ada didalamnya tetapi dengan tujuan mendominasi pada aktivitas berfoto-foto di hutan pinus dan camping ground. Sedangkan untuk biaya transport dan konsumsi selama di perjalanan mengatakan tidak setuju menjadi alasan atau hambatan bagi mereka ketika berkunjung di TWA Gunung Pancar. Tapi yang menjadi kendala bagi responden yang menjawab tidak setuju sebesar 43,6% bahwa tidak ada kemacetan di daerah destinasi tersebut dengan skor sebesar 291. Dan selanjutnya responden menjawab bahwa mereka tidak ada tawaran dari biro perjalanan atau paket terkait wisata di destinasi TWA Gunung Pancar sebesar 48,2 % responden dengan skor paling minim di antara indikator lainnya sebanyak 276.

Faktor Keunggulan Daerah

Tabel 5 Faktor Keunggulan Daerah

Sub Indikator	STS	TS	CS	S	SS	Hasil
Kualitas layanan objek wisata	1	6	90	216	110	423
Kondisi fisik TWA terjaga dan terlindungi	2	34	93	172	85	386
Mengunjungi TWA karena tidak ada konflik atau masalah politik yang menghambat kegiatan wisata	2	8	60	212	155	437
Pengunjung Jalan objek wisata tersedia	1	36	102	168	75	382

Kualitas jalanobjek wisata TWA kondisi baik	13	88	78	80	45	304
Mengunjungi objek wisatakarena masyarakat ramah kepada wisatawan	-	12	87	156	180	435



Gambar 5 Tujuan memutuskan berkunjung ke TWA

Berdasarkan keunggulan daerah tarik tujuan wisata dapat diketahui total nilai indikator seperti : sifat atraksi, kualitas layanan, kondisi lingkungan, situasi politik, aksesibilitas dan perilaku masyarakat local. Diketahui responden mengatakan bahwa mereka lebih menyukai aktivitas berfoto- foto di hutan pinus dan camping ground sebagai daya tarik selama melakukan aktivitas di TWA Gunung Pancar padahal, di objek wisata ini memiliki banyak potensi kegiatan yang bisa dilakukan seperti hiking sebanyak 6% dan wisata pagelaran 6 % yang memiliki nilai terendah dalam pengetahuan objek wisata dipenelitian ini.

Kemudian responden mengatakan setuju pada kualitas layanan dan petunjuk arah objek wisata yang di sediakan di destinasi wisata ini terkelola dengan baik. Juga kondisi lingkungan fisik terjaga dan terlindungi dalam pengelolaan objek wisata dengan skor 386 yang artinya setuju dikelola dengan baik. Juga untuk kondisi politik dan masalah di daerah sekitar TWA Gunung Pancar setuju tidak menjadi hambatan wisatawan dalam melakukan aktivitas didalamnya dengan skor 437. Untuk Perilaku masyarakat lokal sebagian besar wisatawan yang mengunjungi merasakan keramahtamahan dari masyarakat lokal yang merasa senang kedatangan wisatawan (Handayani & Sari, 2021). Sedangkan yang menjadi kendala wisatawan yaitu pada kualitas jalan destinasi wisata ini responden menjawab perlu di perbaiki oleh pengelola destinasi wisata yang menjadi acuan peneliti dalam memberikan rekomendasi kepada pihak pengelola karena ketidaknyaman ketika melewati, mulai dari pintu masuk sampai ke objek wisata pemandian air panas dengan skor 304 yang merupakan skor terendah untuk faktor keunggulan objek wisata.

KESIMPULAN

Dalam kesimpulan penelitian ini pada aspek keputusan wisatawan terdapat 4 faktor yaitu: karakteristik wisatawan, kesadaran manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daya tarik wisata. Untuk sub indikator tertinggi berada pada faktor karakteristik wisatawan pada sub indikator biaya masuk sesuai dengan fasilitas dan manfaat yang ada pada nilai mean 4,04 atau skor 445 dengan motivasi tujuan untuk berwisata. Sedangkan untuk indikator terendah berada pada faktor gambaran perjalanan pada sub indikator tawaran paket biro perjalanandengan nilai mean 2,50 atau skor 276 yang memang belum dirasakan oleh wisatawan ketika mereka mengunjungi destinasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriawan, Y. N., Dewi, L. G. L. K., & Suardana, I. W. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Domestik untuk Berbelanja di Pusat Oleh-oleh Erlangga 2, Denpasar–Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata ISSN, 1410, 3729*. [Google Scholar](#)
- Handayani, F. A., & Sari, A. M. (2021). Karakteristik Wisatawan Asia Timur yang Berkunjung ke Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan, 5(1)*, 74–83. [Google Scholar](#)
- Nafila, O. (2013). Peran Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalitikum Gunung Padang. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota, 24(1)*, 65–80. [Google Scholar](#)
- Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya, Pub. L. No. 5, Direktorat Kehutanan (1990). [Google Scholar](#)
- Undang Undang tentang Kepariwisata, Pub. L. No. 10, Direktorat Jenderal Hukum dan HAM (2009). [Google Scholar](#)
- Prabhawati, A. (2019). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity, 2(2)*. [Google Scholar](#)
- Prayitno, D. (2008). Partisipasi Masyarakat dalam Implementasi Kebijakan Pemerintah. *Universitas Dipenogoro*. [Google Scholar](#)
- Roflin, E., & Liberty, I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran*. Penerbit NEM. [Google Scholar](#)
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia. [Google Scholar](#)
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta*. [Alfabeta](#). [Google Scholar](#)
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan tindakan*. [Google Scholar](#)
- Umar, H. (2005). Manajemen Strategi. *Erlangga. Jakarta*. [Google Scholar](#)

Usman, H., & Akbar, P. S. (2008). Metodologi Penelitian Sosial (Edisi 2). Jakarta. PT. Bumi Aksara. [Google Scholar](#)

Yoyo Sudaryo, S. E., MM, A., Efi, N. A. S., R Adam Medidjati, S. E., & Hadiana, A. (2019). *Metode Penelitian Survei Online dengan Google Forms*. Penerbit Andi. [Google Scholar](#)

Copyright holders:
Ade Tri Putra (2023)

First publication right:
Hawalah - Kajian Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Bisnis



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)