

Pengaruh Faktor Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Kota Banda Aceh)

Pusparani ✉

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancillary, keputusan berkunjung terhadap keputusan berkunjung di Banda Aceh. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke Kota Banda Aceh untuk menikmati wisata halal. Sedangkan populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Data diolah dengan program SPSS dengan menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya dua faktor daya tarik wisata halal yang mempunyai pengaruh bermakna secara individu yaitu faktor atraksi dan ancillary terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata halal dikota Banda Aceh memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan dengan atraksi wisata yang sangat beragam seperti wisata alam, budaya dan buatan yang ada di kota Banda Aceh.

Keywords : Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ancillary, Keputusan Berkunjung

Abstract

This study aims to determine the attractions, accessibility, amenities and ancillary, the decision to visit on the decision to visit in Banda Aceh. This type of research uses quantitative descriptive with multiple regression analysis method. The sampling technique used was accidental sampling. The population in this study were all visitors who came to Banda Aceh City to enjoy halal tourism. While the population in this study amounted to 100 respondents. The data was processed by the SPSS program using a Likert scale from 1 to 5. The results showed that only two factors of halal tourism attraction had a significant influence individually, namely attraction and ancillary factors on tourists' decisions to visit tourist attractions. This shows that the attraction of halal tourism in the city of Banda Aceh has its own charm for tourists with very diverse tourist attractions such as natural, cultural and artificial tourism in the city of Banda Aceh.

Keywords : Tourist Attraction, Hala Tourism, Visiting Decisions

Copyright (c) 2023 Pusparani

✉ Corresponding author :

Email Address : pusparani@stpтрisakti.ac.id

PENDAHULUAN

Wisata halal merupakan tuntutan pemenuhan kebutuhan bagi umat muslim untuk melepaskan diri dari segala kepenatan dan aktivitas rutin yang mereka jalani, saat ini populasi muslim sekitar 30 persen dari total populasi dunia (Subarkah, 2018).

Jumlah populasi muslim diperkirakan akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan pertumbuhan jumlah penduduk muslim akan berimplikasi pada meningkatnya kebutuhan akan wisata syariah (Satriana & Faridah, 2018).

Melihat peluang dan potensi yang ada Indonesia sebagai salah satu tempat tujuan wisata, mulai melirik akan kebutuhan destinasi halal bagi masyarakat muslim dunia (Suryani & Bustaman, 2021). Banda Aceh merupakan salah satu dari 13 daerah di Indonesia yang telah siap menjadi tujuan wisata halal, sebagai kota serambi mekah, Banda Aceh memiliki budaya Islam yang cukup kental dan kuat dibandingkan daerah lain (Santoso et al, 2021). Hal ini dapat dilihat dari penerapan sistem berbasis syariah yang sudah menjadi bagian dari gaya hidup (lifestyle) masyarakat sehari-hari (Muis, 2020). Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, Banda Aceh telah melakukan inovasi dalam segala aspek pendukung penerapan wisata halal, seperti biro perjalanan, hotel/penginapan, restoran/rumah makan, dan fasilitas-fasilitas lainnya (Saleh et al, 2022). Hal ini bertujuan untuk mewujudkan kota Banda Aceh sebagai tempat destinasi wisata halal terbaik dan mendunia yang mempunyai daya tarik khusus bagi wisatawan muslim (Irwansyah & Zaenuri, 2021). Data pada tabel 1. menunjukkan sebelum masa pandemi Covid 19, jumlah kunjungan wisata baik domestik maupun manca negara mengalami kenaikan.

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Banda Aceh Tahun 2018-2020

No.	Jenis Wisatawan	2018	2019	2020
1.	Domestik	372.503	477.189	217.097
2.	Mancanegara	20.897	26.803	24.429
	Jumlah	393.400	503.992	253.906

Sumber : BPS Kota Banda Aceh

Konsumen adalah fokus utama yang harus mendapat perhatian karena konsumen memegang peranan yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan suatu usaha (Ratnaningtyas et al, 2022). Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen maka tempat tujuan wisata akan mampu memasarkan produknya dengan baik bahkan mampu mempertahankan loyalitas konsumennya (Nurbaeti et al, 2021). Untuk mencapai tujuan tersebut harus dilakukan pemahaman faktor-faktor apa yang mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan dalam mengunjungi obyek wisata atau suatu destinasi (Amrullah et al, 2022). Dengan mengetahui faktor-faktor daya tarik wisata yang mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut diharapkan akan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperbesar kunjungan berulang (repeater) serta menambah lama tinggal wisatawan, dan meningkatkan belanja wisatawan di suatu destinasi yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Ratnaningtyas et al, 2022).

Daya tarik wisata merupakan suatu kekuatan atau pengaruh yang diberikan oleh suatu obyek atau lokasi wisata, yang dapat mempengaruhi wisatawan sehingga tertarik untuk mengunjungi dan menyenangi lokasi wisata tersebut (Ratnaningtyas, 2021). Besarnya kekuatan atau pengaruh daya tarik wisata suatu obyek akan mempengaruhi jumlah wisatawan yang datang berkunjung, daya tarik wisata dapat terdiri dari beberapa komponen yang pada akhirnya akan membentuk kekuatan untuk mempengaruhi wisatawan untuk datang (Nurbaeti et al, 2021). Suatu tempat dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata jika memenuhi 4 (empat)

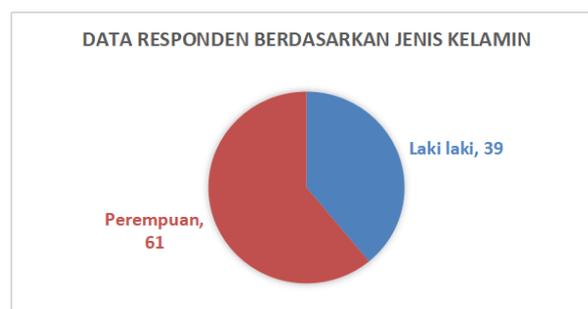
komponen kepariwisataan yang disebut 4A, yakni Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ancillary (Alfitriani et al, 2021).

Penelitian perilaku konsumen khususnya mengenai proses pengambilan keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata perlu dilakukan, hal ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ketertarikan wisatawan terhadap suatu obyek wisata. Keputusan seseorang untuk mengunjungi suatu obyek wisata tentu saja telah melalui proses yang sangat panjang. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang mengunjungi suatu obyek wisata terdiri atas faktor eksternal dan faktor internal. Pengaruh faktor internal adalah yang berasal dari dalam diri seorang calon konsumen, sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berada diluar calon konsumen. Pada saat seorang wisatawan memutuskan untuk mengunjungi suatu obyek wisata dapat diartikan bahwa wisatawan tersebut telah mengambil suatu keputusan untuk membeli suatu produk yang dalam hal ini adalah jasa pariwisata, atau menerima suatu proses inovasi yang telah dilakukan oleh pengelola obyek wisata.

METODOLOGI

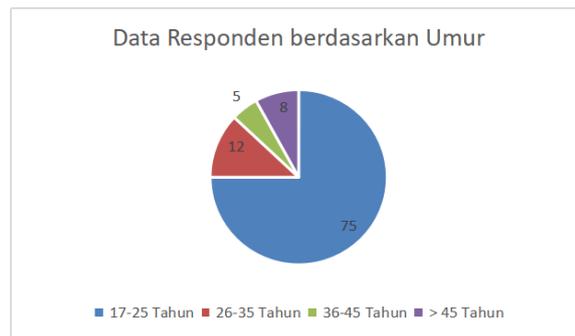
Jenis penelitian ini menggunakan deskriptip kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda. Lokasi penelitian di destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dengan google form. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan accidental sampling yaitu responden didapatkan dari kebetulan bertemu dengan peneliti di destinasi wisata. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke Kota Banda Aceh untuk menikmati wisata halal. Sedangkan populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Data diolah dengan program SPSS dengan menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 5

HASIL DAN PEMBAHASAN



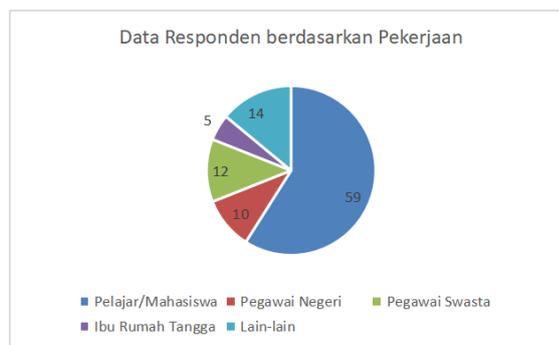
Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Data diolah (2022)

Dari jumlah responden sebanyak 100 orang jika dipilahkan menurut jenis kelamin maka persentase responden berjenis kelamin laki-laki adalah sebesar 39% dan sisanya 61 % berjenis kelamin perempuan.



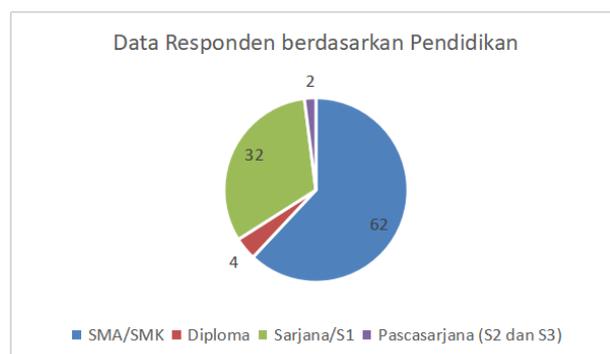
Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
Sumber: Data diolah (2022)

Jika dilihat dari rentang usia maka responden terbanyak berada pada usia 17 – 25 tahun sebesar 75%, disusul usia 26 – 35 tahun sebesar 12%, usia 36 – 45 tahun sebesar 5% dan terakhir > 45 tahun sebesar 8%.



Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Sumber: Data diolah (2022)

Jika responden dipilahkan berdasarkan pekerjaan maka persentase terbanyak adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 59%, disusul dengan lain-lain sebanyak 14%, kemudian pegawai swasta sebanyak 12%, pegawai negeri sebanyak 10% dan terakhir adalah ibu rumah tangga sebanyak 5%.



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan
Sumber: Data diolah (2022)

Jika dilihat dari jenis pendidikannya responden terbanyak berpendidikan SMA / SMK sebanyak 62%, disusul dengan Sarjana / S1 sebanyak 32%, kemudian Diploma sebanyak 4% dan terakhir adalah S2 sebanyak 2%.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel
Atraksi	X1.1	0,651	0,1966
	X1.2	0,745	0,1966
	X1.3	0,963	0,1966
	X1.4	0,852	0,1966
	X1.5	0,951	0,1966
Aksesibilitas	X2.1	0,753	0,1966
	X2.2	0,804	0,1966
	X2.3	0,777	0,1966
	X2.4	0,659	0,1966
	X2.5	0,722	0,1966
	X2.6	0,527	0,1966
Amenitas	X3.1	0,742	0,1966
	X3.2	0,668	0,1966
	X3.3	0,599	0,1966
	X3.4	0,669	0,1966
	X3.5	0,916	0,1966
	X3.6	0,607	0,1966
Ancillary	X4.1	0,736	0,1966
	X4.2	0,721	0,1966
	X4.3	0,549	0,1966
	X4.4	0,797	0,1966
	X4.5	0,665	0,1966
	X4.6	0,551	0,1966
	X4.7	0,590	0,1966
Keputusan Berkunjung	Y1	0,611	0,1966
	Y2	0,541	0,1966
	Y3	0,588	0,1966
	Y4	0,711	0,1966
	Y5	0,644	0,1966

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Uji validitas di atas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini adalah valid karena semua nilai r-hitung yang dimiliki semua pertanyaan pada variabel penelitian lebih besar dari t-tabel (0,1966).

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Alpha
Atraksi	0,762	0,60
Aksesibilitas	0,856	0,60
Amenitas	0,874	0,60
Ancillary	0,739	0,60
Keputusan berkunjung	0,698	0,60

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian adalah reliabel karena semua variabel penelitian memiliki cronbach alpha lebih besar dari nilai alpha (0,60).

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
.843 ^a	.710	.698	.3969	.710

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Uji koefisien determinasi di atas menunjukkan bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancillary sebesar 69,8%, sedangkan sisanya 30,2% diepengaruhi oleh factor-faktor lain diluar penelitian ini,

Tabel 4. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig
(Constant)	.151	.341		.442	.659
Atraksi	.390	.101	.298	3.851	.000
Aksesibilitas	.064	.096	.069	.666	.507
Amenitas	.142	.126	.126	1.119	.266
Ancillary	.415	.087	.457	4.760	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Uji hipotesis di atas menunjukkan bahwa variabel atraksi dan ancillary berpengaruh signifikan dengan keputusan berkunjung karena nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 (nilai signifikan variabel atraksi dan ancillary adalah 0,00). Sedangkan variabel aksesibilitas dan amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 (masing-masing nilai signifikan variabel aksesibilitas dan amenitas adalah 0,507 dan 0,266).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atraksi berpengaruh signifikan dengan keputusan berkunjung karena: (1) Banyaknya kuliner khas Kota Banda Aceh yang sangat halal karena banyak penduduk Kota Banda Aceh yang beragama Islam, sehingga mereka memberikan dan menyajikan makanan kepada wisatawan tentunya masakan khas Aceh yang halal dan berkualitas bercita rasa enak dan gurih, contoh makanan khas Aceh seperti Ayam Tangkap, Kuah Beulangong, Sie Reuboh, Mie Razali, Kue Bhoi, Rujak Aceh dan Eungkot Keumamah; (2) Banyaknya wisata alam di Kota Banda Aceh membuat para pengunjung sangat menakjubkan melihat keindahan alamnya, nyaman dan asri, contoh wisata alam di Kota Banda Aceh seperti pantai lampuuk, Pulau Tailana, Taman Sari, Pantai Ulee Lheue, Lapangan Blang Padang, Pantai Pasir Putih Lhkme, Taman Putroe Phang, Taman Sri Ratu Safiatuddin, Pantai Alue Naga, dan lain-lain; (3) Adanya wisata sejarah dan budaya di Kota Banda Aceh yang bertema Islam, ini merupakan ilmu pengetahuan tentang peninggalan sejarah budaya Islam di Banda Aceh, seperti Masjid Raya Baiturrahim, Museum Neferi Aceh, Benteng Indra Patra, Kerhoff dan Museum Tsunami Aceh. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurbaeti et al (2021) dan Fitroh et al (2017) bahwa atraksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ancillary berpengaruh signifikan dengan keputusan berkunjung karena pada setiap destinasi wisata di Kota Banda Aceh dari wisata kuliner, wisata alam, wisata sejarah dan budaya sangat baik dan ramah bagi wisatam muslim dan non muslim, karena jenis wisata tersebut telah tersertifikasi halal dan banyaknya pengelola destinasi wisata bekerjasama dengan Pihak Pemerintah Daerah Istimewa Aceh dan Pihak Swasta mempromosikan wisata Kota Banda Aceh melalui Website, Instagram, Facebook, Twitter Dan Youtube. Hal tersebut akan menarik minat wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Kota Banda Aceh. Penelitian ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtias et al (2021) dan Mogimpe & Bachri (2021) bahwa ancillary berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena memang Kota Banda Aceh adalah kota paling ujung Indonesia sangat jauh dari kota-kota besar di Indonesia terutama Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya. Sebagian infrastruktur jalan di Kota Banda Aceh belum berbeton dan beraspal dan sedikitnya transportasi umum di Kota Banda Aceh dan sebagian destinasi wisata di Kota Banda Aceh ada yang belum memiliki penunjuk jalan destinasi wisata. Hal tersebut menjadi kekurangan bagi aksesibilitas di Kota Banda Aceh, tetapi hal tersebut tidak menjadi hambatan dan rintangan bagi wisatawan domestik terutama wisatawan yang berasal dari Pulau Jawa, bahkan juga tidak menjadi rintangan dan hambatan bagi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Banda Aceh karena dengan kekurangan aksesibilitas tetap masih banyak sekali destinasi wisata di Kota Banda Aceh yang unik dan indah untuk dikunjungi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena di destinasi wisata Kota Banda Aceh, banyak yang tidak terdapat homestay yang dikelola oleh masyarakat Banda Aceh, paling banyak adalah hotel yang dikelola oleh pihak swasta. Kemudian pemandu wisata pun masih sedikit dan fasilitas lainnya seperti tempat pembelian souvenir/oleh-oleh belum dikelola oleh masyarakat Banda Aceh. Tetapi hal tersebut tidak menjadi masalah bagi wisatawan domestik dan mancanegara untuk berkunjung ke Aceh. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muharromah & Anwar (2020) bahwa amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

SIMPULAN

Dari hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa hanya dua faktor daya tarik wisata halal yang mempunyai pengaruh bermakna secara individu yaitu faktor atraksi dan ancillary terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata halal di Kota Banda Aceh memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan dengan atraksi wisata yang sangat beragam seperti wisata alam, budaya dan buatan yang ada di Kota Banda Aceh.

Pengelola obyek wisata diharapkan terus melakukan inovasi terhadap daya tarik wisata halal yang ada di Kota Banda Aceh dan juga meningkatkan fasilitas pendukung yang ada di objek wisata. Pengelola obyek wisata diharapkan mampu memperhatikan dan mengembangkan daya tarik wisata yang lebih baik yang akan ditawarkan kepada pengunjung agar pengunjung lebih merasakan kepuasan dan mau berkunjung kembali ke objek wisata yang ada di Kota Banda Aceh.

Perlu diupayakan adanya peningkatan daya tarik wisata halal baik dari unsur keunikan, keindahan dan keberagaman alam dan budaya; melakukan inovasi-inovasi baru di lokasi objek wisata, pemenuhan sarana dan prasarana yang baik agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan berkunjung ke Kota Banda Aceh.

Referensi :

- Alfitriani., Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *JAMB(Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis)*, 1(2): 66-77.
- Amrullah., Nurbaeti., Ratnaningtyas., Manumpak, D., Singh, M. R., & Budi, J. (2022). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap City Identity dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Jakarta, Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(2): 325-336.
- Fitroh, S. Y. K. A., Hamid, D., & Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi

- Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 42(2): 18-25.
- Irwansyah., & Zaenuri, M. (2021). Wisata Halal: Strategi dan Implementasinya di Kota Banda Aceh. *Journal of Governance and Social Policy*, 2(1): 41-55.
- Mogimpe, C. M., & Bachri, S. (2021). Pengaruh Komponen Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Air Terjun Saluopa Era Covid-19. *Jurnal SMART*, 1(2): 017-024.
- Muharromah, G.L., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Kh. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2): 152-164.
- Muis. (2020). Perkembangan Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Aceh. *Adabiya*, 22(1): 41-55.
- Ningtiyas, E. N., Alvianna., Hidayatullah, S., & Sutanto, D. H. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Berkunjung Wisatawan melalui Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1): 83-96.
- 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 Sosial dan Humaniora*, 10(2): 269-278.
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti., Asmaniati, F., & Amrullah. (2022). The Effect of 4p on The Decision to Visit Ampera 2 Tak Veteran's Restaurant Bintaro, Jakarta Selatan. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1): 149-159.
- Ratnaningtyas, H., Ingkadijaya, R., & Desafitri, L. (2022). The Effect of E-Wom and Tourism Product Attributes on Visiting Decisions in Lake Cipondoh Tourist Destination, Tangerang City, Banten Province. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2): 232-239.
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti., Asmaniati, F., & Bilqis, L. D. R. (2021). Berwisata Ke Jakarta dengan Kemacetannya. *JMPP: Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 4(2): 58-66.
- Saleh, M., Kamaruzzaman., & Desky, H. (2022). Pengembangan Wisata Islami: Strategi Pemasaran Wisata Halal di Bumi Syariah. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2): 1221-1238.
- Santoso, E. B., T=Rahmadanita, A., Rahmaniazar, L., Hidayat, E., & Alyani, N. (2021). Pengembangan Wisata Halal di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 47(2): 195-208.
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, 1(2): 32-43.
- Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sospol*, 4(2): 49-72.
- Suryani, S., & Bustaman, N. (2021). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2): 146-162.