

Pengaruh Harga dan Sarana Pariwisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat Kalimantan Tengah

Ahmad Mudzakir Hafidzi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

***Abstract.** This research was conducted at Tanjung Puting National Park which aims to analyze and explain the effect of tourism prices and facilities on the interest of visiting tourists who experience good conditions including the price of tour packages too expensive for local and foreign tourists and there are some tourism infrastructure that are less adequate. The research data was obtained through questionnaires and interviews. The sample used in the study was 88 respondents. The results of the study are expected to provide useful information for the manager and interest of visiting tourists. The data obtained is processed using descriptive analysis and quantitative statistical analysis. Quantitative analysis uses multiple regression analysis to determine the effect of independent variables on the dependent variable, model test, hypothesis test, and yet before the test is done, test the validity and reliability test first. The results of the regression analysis show that the increase in prices and tourism facilities for tourists visit. Then the results of the multiple regression analysis test showed a significant F value, with the determination correlation value adjusted R2 square of 0.605. This shows that all prices and tourism facilities significantly influence the interest of visiting tourists together with the closeness of the relationship of 60.5%. This shows that to increase the interest of visiting tourists there needs to be an increase in all competitive prices and good and comfortable tourism facilities.*

***Keywords:** Prices, Tourism Facilities, Tourist Interests Visit.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan pada Taman Nasional Tanjung Puting yang bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga dan sarana pariwisata terhadap minat wisatawan berkunjung yang mana mengalami kondisi kurang baik meliputi harga paket wisata terlalu mahal bagi wisatawan lokal maupun turis asing serta ada beberapa sarana prasarana pariwisata yang masih kurang memadai. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 88 responden. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pihak pengelola maupun minat wisatawan berkunjung. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, uji model, uji hipotesis, dan namun sebelum dilakukan uji tersebut dilakukan dahulu uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa peningkatan harga dan sarana pariwisata terhadap wisatawan berkunjung. Maka hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan nilai F yang signifikan, dengan nilai korelasi determinasi adjusted R2 square sebesar 0,605. Hal ini menunjukkan bahwa semua harga dan sarana pariwisata mempengaruhi secara nyata terhadap minat wisatawan berkunjung secara bersama-sama dengan keeratan hubungan

Received Maret 30, 2022; Revised April 2, 2022; Mei 22, 2022

* Ahmad Mudzakir Hafidzi

sebesar 60,5%. Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat wisatawan berkunjung perlu adanya peningkatan seluruh harga yang kompetitif dan sarana pariwisata yang baik dan nyaman.

Kata kunci: Harga, Sarana Pariwisata, Minat Wisatawan Berkunjung.

PENDAHULUAN

Peneliti juga melihat bahwa paket wisata yang ditawarkan di Taman Nasional Tanjung Puting memiliki harga yang sangat fantastis. Hampir semua biro perjalanan menawarkan harga yang sangat mahal untuk kantong wisatawan domestik oleh karena sasaran pasar mereka adalah wisatawan asing, mengingat hampir 90% pengunjung di Taman Nasional Tanjung Puting ini adalah wisatawan asing yang memang menyukai hal hal yang berbau dengan alam. Jika umumnya sebuah biro dapat menjual paket wisata 3 hari 2 Malam dengan harga 11 Juta, maka keuntungan yang diraih bisa sebesar 3- 4 Juta. Harga tersebut mungkin wajar untuk kalangan wisatawan asing, namun tidak untuk wisatawan domestik.

Wisatawan domestik mempunyai anggapan bahwa dengan harga tersebut mereka bisa gunakan untuk pergi ke luar negeri seperti ke negara tetangga, Malaysia, Singapore, atau Thailand. Padahal dengan harga tersebut, sebuah biro tentu tidak main main dalam memberikan pelayanan, mulai dari transportasi yang digunakan, menu makanan yang disediakan, hotel yang dipakai untuk menginap, dan pemandu yang ramah dan berkompeten dalam melayani wisatawan. Dalam mengunjungi suatu objek tentunya wisatawan membutuhkan dana yang tidak sedikit dan perincian harga yang sesuai dengan kemampuan finansialnya, wisatawan domestik khususnya akan memilah milah objek mana yang bisa dikunjungi tanpa harus mengeluarkan budget diatas rata rata. Di Taman Nasional Tanjung Puting sendiri semua yang dijual mulai dari sewa boat, hotel, makanan dan souvenir menggunakan harga yang biasa dikenakan untuk wisatawan asing karena Daya tarik wisata ini memang menjadikan wisatawan asing sebagai sasaran utama. Maka dari itu jumlah wisatawan domestik yang berkunjung hanya sedikit dibanding wisatawan asing. Masyarakat sekitar pun bahkan banyak yang belum pernah sama sekali mengunjunginya.

Melihat dari permasalahan yang ada, terlihat jelas bahwa alasan wisatawan domestik kurang berminat mengunjungi Taman Nasional Tanjung Puting yaitu karena harga jual paket wisata yang sangat mahal tidak sesuai dengan kemampuan mereka,

kemudian jarak tempuh yang memakan waktu cukup lama membuat mereka berpikir lagi untuk mengunjungi Taman Nasional Tanjung Puting, karena bagi wisatawan minat yang merupakan sumber motivasi bagi dirinya dapat digunakan sebagai pendorong untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Ketika wisatawan tersebut menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan bagi wisatawan. Namun sebaliknya ketika kepuasan wisatawan menurun maka minat juga akan menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah dan selalu berkaitan dengan kepuasan wisatawan. Berikut ini adalah data tabel kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara di Taman Nasional Tanjung Puting pada tahun 2017 dimana angka kunjungan wisatawan domestik cenderung lebih sedikit dibandingkan dengan wisatawan asing. Masalah lain yang ditemukan oleh peneliti adalah kualitas sarana yang kurang memadai untuk menunjang kenyamanan saat melakukan perjalanan. Sarana disini adalah transportasi dan segala kelengkapan di Taman Nasional Tanjung puting. Taman Nasional Tanjung Puting merupakan kawasan ekowisata yang jauh sekali dari pemukiman penduduk kota dan memerlukan waktu kurang lebih 4 jam untuk sampai disana. Dan itupun tidak ada pilihan lain selain menggunakan jalur sungai. Alat transportasi yang digunakan biasanya berupa kelotok atau kapal bermotor yang cukup untuk menampung sekitar 20 wisatawan.

Berdasarkan gambar diatas dijelaskan bahwa grafik bagian bawah menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara berjumlah 8.439 dan di grafik bagian atas menunjukkan jumlah wisatawan domestik sebanyak 4.916. Dalam gambar ini juga dijelaskan bahwa jumlah wisatawan domestik tidak pernah mengalami kenaikan secara berkala setiap bulannya. Jumlah wisatawan domestik tertinggi ada pada bulan Mei sebesar 705 wisatawan dan selanjutnya pada bulan bulan berikutnya mengalami penurunan.

Namun rata rata wisatawan hanya datang berdua atau hampir tidak pernah datang bersama rombongan sebanyak itu. Sarana lain yang dapat digunakan adalah speedboat, kapal bermotor yang hanya dapat menampung sekitar 5 orang dengan kecepatan yang lebih cepat dari pada kelotok. Jika menggunakan speedboat ini lama perjalanan akan ditempuh selama 1,5 jam. *Speedboat* biasanya hanya dapat digunakan selama sehari saja. Sedangkan kelotok dapat digunakan selama sehari-hari. Adapula tempat untuk menginap, membeli souvenir, makanan ringan, dan lain-lain. Namun sayangnya tidak

semua sarana di kawasan Taman Nasional Tanjung Puting ini memadai untuk digunakan. Hal itu membutuhkan kerjasama yang kuat antara para pelaku wisata dan masyarakat sekitar.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti terhadap minat kunjungan wisatawan domestik untuk mengunjungi daya tarik wisata tersebut, diketahui masih terdapat banyak alasan wisatawan yang kurang berminat mengunjungi daya tarik wisata ini yang ada kaitannya dengan penetapan harga yang sangat mahal, sarana dan prasarana daya tarik wisata seperti jauhnya akses menuju lokasi wisata dan hanya dapat ditempuh dengan jalur sungai.

Antara wisatawan mancanegara dan lokal sangat berbeda jauh karakternya, jika wisatawan mancanegara lebih menyukai alam dan mereka akan senang jika berwisata jauh dari polusi kendaraan bermotor, namun hal itu sebaliknya dengan yang dirasakan wisatawan lokal. Mereka menganggap bahwa perjalanan yang ditempuh sangat jauh sehingga membuat mereka bosan berlama-lama berada di kelotok. Itu yang menyebabkan Taman Nasional ini rata-rata hanya dikunjungi oleh wisatawan asing.

Kemudian pilihan menginap antara di hotel atau di kelotok. Biasanya ini yang menjadi dilema wisatawan. Pertimbangan keselamatan jika mereka memilih menginap di kelotok juga penting. Pertimbangan yang lain juga mengenai budget yang dikeluarkan jika memilih menginap di hotel, karena hotel di kawasan ini hanya ada satu dan menggunakan tarif wisatawan asing walaupun yang menginap adalah orang lokal.

KAJIAN TEORI

Harga

Menurut Kotler (2015) Harga merupakan variabel yang sangat strategis dan sangat penting karena harga mempengaruhi jumlah konsumen dan banyaknya uang yang diperoleh dalam artian laba yang di dapat. Secara sederhana istilah harga diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu untuk mendapatkan barang. Harga dapat diartikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (barang dan jasa lainnya), yang ditukarkan agar memperoleh nilai atas hak kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa (Tjiptono, 2015).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para

pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Sedangkan menurut Stanton (2013) mendefinisikan harga adalah “*price is the amount of money and or goods needed to acquire some combination of another goods and its accompanying service*”. Pengertian diatas mengandung arti bahwa harga adalah sejumlah uang dan atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang yang lain yang disertai dengan pemberian jasa. Menurut Stanton, ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai nominal yang harus ditukarkan oleh konsumen kepada produsen, untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan.

Sarana Pariwisata

Dalam hal pariwisata adalah fasilitas dan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Maju mundurnya sarana kepariwisataan tergantung pada jumlah kunjungan wisatawan. Sedangkan pengertian dari kualitas sarana pariwisata adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Syamsiar, 2013) Dapat disimpulkan bahwa kualitas sarana adalah perbedaan atau selisih antara harapan pelayanan yang akan diterima pengunjung atau wisatawan dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pelaku wisata. Sarana juga merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanannya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun daya tarik wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restaurant, dan rumah makan serta sarana prasarana pendukung lainnya. Tak semua obyek wisata memerlukan sarana yang sama atau

lengkap. Pengadaan saranawisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana

Dimensi Sarana Pariwisata

Menurut (Syamsiar, 2013) ada beberapa syarat sarana suatu destinasi wisata dikatakan baik yang dapat ditinjau sudut pandangnya dari segi berikut:

- a. Lokasi dan lingkungan
- b. Pintu masuk
- c. Peralatan
- d. Utilitas

METODE PENELITIAN

Penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif, dimana penyajiannya dalam bentuk angka yang secara sepiantas lebih mudah diketahui maupun satu dengan yang lainnya. Data yang telah diperoleh dapat digunakan untuk permintaan informasi yang bersifat menerangkan data dalam bentuk uraian, suatu penjabaran keadaan, proses, peristiwa-peristiwa tertentu, dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan desain penelitian regresi dan korelasi yang merupakan garis trend dari suatu kegiatan atau variabel yang terdiri dari 2 faktor atau lebih.

Korelasi yaitu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel Y (dependen) dengan variabel X (independen) dalam suatu kegiatan tertentu. Regresi yaitu mempelajari hubungan atau pengaruh antara variabel sehingga dari hubungan yang ada dapat ditaksir nilai variabel yang satu jika variabel lainnya diketahui.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2005). Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu data kunjungan wisatawan di Taman Nasional Tanjung Puting Kabupaten Kotawaringin Barat Kalimantan Tengah Semarang yang diambil rata-rata 3 bulan terakhir sebanyak 750 orang. Sampelnya yaitu 88 orang.

HASIL PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat

Uji hipotesis 1 Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap minat wisatawan berkunjung. Hal ini didukung dengan koefisien regresi harga sebesar 0,441 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap minat wisatawan berkunjung. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima. Dengan demikian harga menentukan minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat.

Berdasarkan hasil temuan di variabel harga, diantara 4 dimensi yang diteliti, dimensi kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan dengan rata-rata dimensi yaitu sebesar 4,47. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa yang ada pada Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat pada kenyataannya harga tiket masuk yang ditawarkan oleh pihak Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat tidak terlalu tinggi bagi wisatawan lokal, dan harga yang dicantumkan pada produk atau jasa sudah sesuai dengan keinginan wisatawan. Disamping itu didukung peningkatan minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting melalui dimensi minat sosial dengan rata-rata dimensi sebesar 4,37. Hal ini pada kenyataannya bahwa kebanyakan wisatawan yang berkunjung di daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat hanya untuk bertemu bersama keluarga, teman-teman, dan rekan bisnis.

Dimensi yang berpengaruh selanjutnya adalah dimensi daya saing dengan harga yang memiliki kontribusi rata-rata dimensi sebesar 4,34, sedangkan dimensi keterjangkauan harga memiliki kontribusi rata-rata sebesar 4,29 yang berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung. Hal ini menunjukkan dari beberapa dimensi yang ada pada variabel harga pada kenyataannya kontribusi harga kepada wisatawan yang sesuai dengan harapan baik produk atau jasa, serta Harga tiket masuk yang mahal di sediakan oleh pihak pengelola mempunyai kualitas pelayanan yang memadai, dan bersaing dengan daya tarik wisata lainnya. Disamping itu ada satu dimensi kesesuaian harga dan manfaat

merupakan dimensi yang memiliki skor yang paling rendah dengan rata-rata dimensi sebesar 4,13. Hal ini menunjukkan pada kenyataannya masih ada kritik dan saran mengenai ada beberapa Harga paket wisata yang belum sesuai dengan manfaat didapatkan wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat, serta Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat lebih bagus dari pada daya tarik wisata yang lainnya, meskipun ada beberapa yang belum sesuai dengan keinginan wisatawan, akan tetapi harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan kunjungan ulang pada periode berikutnya.

Menurut Kotler (2015) Harga merupakan variabel yang sangat strategis dan sangat penting karena harga mempengaruhi jumlah konsumen dan banyaknya uang yang diperoleh dalam artian laba yang di dapat. Secara sederhana istilah harga diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu untuk mendapatkan barang. Harga dapat diartikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (barang dan jasa lainnya), yang ditukarkan agar memperoleh nilai atas hak kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa (Tjiptono, 2014).

Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli, seperti yang dikemukakan oleh Albarq (2014) yang menyamakan bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen. Pengertian minat menurut Kotler dan Susanto (2015) bahwa minat sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif terhadap produk. Hal ini menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan harga dengan minat berkunjung wisatawan. Semakin baik tingkat harga yang komperatif dan manfaat diberikan kepada wisatawan maka akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan di daya tarik wisata tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga dan tidak sesuai harapan apa yang didapat oleh wisatawan maka akan berdampak penurunan minat berkunjung wisatawan tersebut.

Pengaruh Sarana Pariwisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat

Uji hipotesis 2 Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sarana pariwisata terhadap minat berkunjung wisatawan. Hal ini didukung dengan koefisien regresi sarana pariwisata sebesar 0,471 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

sarana wisata terhadap minat berkunjung wisatawan. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima. Dengan demikian sarana pariwisata menentukan minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting.

Berdasarkan hasil temuan di variabel sarana pariwisata, diantara 4 dimensi yang diteliti, dimensi peralatan merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung dengan rata-rata dimensi yaitu sebesar 4,54. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif dan setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan dimensi peralatan yang ada pada daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat pada kenyataannya tersedianya sarana transportasi yang nyaman bagi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat seperti *speed boat*, dan klotok dengan fasilitas eksklusif, dan tersedianya guest house dan hotel yang memadai bagi wisatawan menginap di daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat. Disamping itu hal ini didukung peningkatan minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting melalui dimensi minat sosial dengan rata-rata dimensi sebesar 4,37. Hal ini pada kenyataannya bahwa kebanyakan wisatawan yang berkunjung di daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat hanya untuk bertemu bersama keluarga, teman-teman, dan rekan bisnis.

Dimensi yang berpengaruh selanjutnya adalah dimensi pintu masuk yang memiliki kontribusi rata-rata dimensi sebesar 4,36 yang berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung. Hal ini menunjukkan dari beberapa dimensi sarana pariwisata pada kenyataannya Terdapat papan petunjuk yang jelas untuk menuju daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat, serta Jalan masuk dan keluar di daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat tidak mengganggu aktivitas wisatawan lainnya, dan Tersedianya pintu masuk dan keluar secara terpisah di daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat. Kondisi dinilai sudah tergolong cukup baik oleh beberapa wisatawan, akan tetapi harus tetap di pertahankan guna meningkatkan minat wisatawan berkunjung pada periode berikutnya. Disamping itu ada satu dimensi lokasi dan lingkungan dan utilitas merupakan dimensi yang memiliki skor yang paling rendah dengan rata-rata dimensi sebesar 4,30. Hal ini menunjukkan pada kenyataannya masih ada kritik dan saran mengenai kurang Tersedianya air yang bersih bagi wisatawan di daya tarik wisata, serta ketersedianya tenaga

lisrik yang kecil bagi wisatawan yang bermalam, akan tetapi lemahnya akses menuju daya tarik wisata hanya dilalui dengan menggunakan speed boat dan klotok sementara jalur darat dan udara masih belum ada meskipun ada akan tetapi akses jalan masih kurang memadai, daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat bebas dari pencemaran air dan udara, dan daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat bebas banjir dan pasangnyanya air laut. Kondisi ini harus tetap ditingkatkan guna meningkatkan minat wisatawan lokal maupun internasional guna meningkatkan kunjungan ulang periode berikutnya.

Dalam hal pariwisata adalah fasilitas dan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Maju mundurnya sarana kepariwisataan tergantung pada jumlah kunjungan wisatawan. Sedangkan pengertian dari kualitas sarana pariwisata adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Syamsiar, 2013) Dapat disimpulkan bahwa kualitas sarana adalah perbedaan atau selisih antara harapan pelayanan yang akan diterima pengunjung atau wisatawan dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pelaku wisata. Sarana juga merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanannya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun daya tarik wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restaurant, dan rumah makan serta sarana prasarana pendukung lainnya. Tak semua obyek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan saranawisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

Menurut Poerwadarminta (2009) minat yaitu perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu, keinginan. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan jika mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan kemudian mereka berminat dan mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, maka minat pun akan berkurang. Kunjung berarti kata sifat yang berarti datang atau hadir. Mendatangi adalah melihat dan memanfaatkan apa yang dilihat dan sebagainya. Mengunjungi juga diartikan

memanfaatkan fasilitas fasilitas yang di sediakan tempat yang di kunjungi, jadi minat kunjung adalah menghadirkan keinginan dari dalam jiwa untuk hadir pada tempat yang menarik dan di inginkan. Hal ini menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap minat berkunjung. Semakin strategis tingkat lokasi daya tarik wisata maka akan meningkat tingkat minat berkunjung wisatawan baik domestik maupun internasional, sebaliknya tidak strategis lokasi suatu daerah tujuan wisata maka akan berdampak pada penurunan minat berkunjung wisatawan baik domestik maupun internasional.

Pengaruh Harga Dan Sarana Pariwisata Secara Bersama-sama Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Di Taman Nasional Tanjung Puting

Uji hipotesis 3 Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan harga, dan sarana pariwisata secara bersama-sama terhadap minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat . Hal ini diperkuat dengan nilai F hitung $>$ F tabel, yaitu sebesar $65,207 > 3,10$, jadi simpulannya H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel harga dan sarana pariwisata secara bersama-sama terhadap minat wisatawan berkunjung. Dengan demikian semakin baik harga, dan sarana pariwisata yang baik dan memadai maka wisatawan akan merasa puas dan akan melakukan kunjungan ulang pada Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat.

Berdasarkan hasil perhitungan variabel harga dan sarana pariwisata, diantara 3 variabel yang diteliti. variabel harga dari dimensi kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa merupakan komponen yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan yaitu dengan rata-rata dimensi sebesar 4,47. Sedangkan variabel sarana pariwisata dengan dimensi peralatan berpengaruh dengan rata-rata dimensi sebesar 4,54, merupakan faktor penentu minat kunjungan wisatawan selanjutnya. Sebagai daya tarik wisata yang mempunyai harga yang kompetitif bagi pasar dan sarana pariwisata yang cukup baik, maka dalam hal ini agar tetap ditingkatkan baik itu dibidang pariwisata yang dipasarkan dan peningkatan kualitas pelayanan yang ada.

Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat

Variabel yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat adalah Variabel Sarana Pariwisata. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel sarana pariwisata paling besar

berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat diterima. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar variabel sarana pariwisata sebesar $0,471 >$ dibandingkan dengan sarana pariwisata sebesar $0,441$, Minat wisatawan kunjungan melihat suatu objek baik membeli produk atau jasa dapat dinilai dari tingkat pengelolaan baik harga, lokasi dan atraksi wisata yang menarik. Apabila tingkat pengelolaan harga dan sarana pariwisata baik maka wisatawan akan merasa puas, sebaliknya harga dan sarana pariwisata masih rendah maka wisatawan tidak merasa puas dan kecewa.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan khusus sebagai berikut:

1. Ada pengaruh harga terhadap minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat, semakin baik kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa yang diberikan kepada wisatawan, maka akan meningkatkan minat wisatawan berkunjung. sehingga hipotesis yang pertama diterima
2. Ada pengaruh sarana pariwisata terhadap minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat, semakin baik sarana parasarana pariwisata, maka akan meningkatkan minat wisatawan berkunjung pada periode berikutnya. sehingga hipotesis yang kedua diterima
3. Ada pengaruh harga dan sarana pariwisata secara bersama-sama terhadap minat wisatawan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat, sehingga hipotesis yang ketiga diterima.
4. Variabel sarana pariwisata paling besar pengaruhnya terhadap minat wisatawan berkunjung dibandingkan variabel harga di Taman Nasional Tanjung Puting. Sehingga yang hipotesis yang keempat diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat peneliti memberikan saran beberapa hal sebagai berikut:

Dari hasil penelitian didapat pada variabel harga yang memiliki skor indikator yang paling rendah. Dengan pernyataan Harga yang sesuai dengan manfaat didapatkan berkunjung di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat.

1. Maka disarankan bagi pihak-pihak pengelola agar selalu membuat program baru agar suatu pertunjukan di daya tarik wisata Taman Nasional Tanjung Puting berupa edukasi agar tidak monoton dan memberikan manfaat bagi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata tersebut.
2. Bagi Dinas Pariwisata maka disarankan agar selalu melakukan perencanaan dan pengembangan daya tarik wisata di Taman Nasional Tanjung Puting yang melalui program edukasi bagi wisatawan lokal, agar wisatawan lokal berkunjung mendapatkan edukasi mengenai tentang pentingnya ekosistem suatu daya tarik wisata yang perlu dijaga.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Yoeti, Oka. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Albarq, Abbas N. (2014). Industrial Purchase among Saudi Managers: Does Country of Origin Matter?. *International Journal of Marketing Studies*, 6 (1), 116- 126.
- Ana Laila Saufiah & Zuchdi. 2014. *Jurnal Penelitian dan Evaluasi*. Yogyakarta: UNY.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang Wahyudi, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ketiga. Bandung: Sulita.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2010. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut. 2016. *Perencanaan Ekowisata Dari Teori Diponegoro*.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hurlock, E.B. 2013. *Psikologi Perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan (edisi kelima)*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih, 2012. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata

Vol.18, No.2 Mei 2022

e-ISSN: 2774-8987; p-ISSN: 1411-5077, Hal 66-79

- Ghozali, H. Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Univerbit UNDIP.
- Kotler Philip, diterjemahkan oleh A.B. Susanto, 2008, *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2015. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Melenium yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Nyoman.S. Pendit. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita.
- Poerwadarminta W.J.S, 2009. *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga* Jakarta: Balai Pustaka.
- Sammeng, A.M., 2000, *Cakrawala Pariwisata*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Syamsiar, SR. 2013. *Sarana dan prasaran infrastruktur Pariwisata*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soekadijo. 2011. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia
- Stanton, William J (Swasta & Handoko). 2013. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen* <http://library.um.ac.id> (diakses tanggal 5 Januari 2018 pukul 08.00).
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, kuisener, dan Proses Analisis data perilaku Organisasional*. Yogyakarta : CAPS (Center Acadeic Publishing Service).
- Susantono, Bambang. 2013. *Langkah Kecil Yang Kita Lakukan Menuju Transportasi Yang Berkelanjutan*. Jakarta : Masyarakat Transportasi Indonesia
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal. 2014. *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan