

ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN MENGENAI PENURUNAN KUALITAS DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG

Disusun oleh:

Faikar Adam Wiradipoetra¹, Erlangga Brahmanto²

¹STP ARS Internasional, Faikaradam@gmail.com

²AKPAR BSI Bandung, Erlangga.egb@bsi.ac.id.

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif verifikatif yang dilaksanakan di Destinasi Wisata Ciwangun Indah *Camp*, Desa Cihanjuang Rahayu, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengkaji persepsi wisatawan mengenai penurunan kualitas daya tarik wisata serta pengaruhnya terhadap minat berkunjung. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan kualitas daya tarik wisata menurut persepsi wisatawan dalam kondisi yang rendah atau kurang menarik. Minat berkunjung wisatawan juga rendah. Penurunan kualitas daya tarik berpengaruh signifikan terhadap turunya minat berkunjung wisatawan. Kebaharuan dalam penelitian ini adalah faktor kerusakan fasilitas akibat kurangnya perawatan dinilai sebagai pemicu persepsi negatif wisatawan terhadap daya tarik wisata, sehingga berdampak pada kurangnya minat untuk berkunjung.

Kata kunci: daya tarik wisata, persepsi wisatawan, minat untuk berkunjung, wisata *outbond*

ABSTRACT

This research is a descriptive study conducted verification on Sightseeing Ciwangun Indah Camp, Cihanjuang Rahayu Village, District Parongpong, West Bandung regency, West Java. This study indicated to assess the perception of tourists about the decline in the quality of tourist attraction and its influence on interest in visiting. The research method used in this study is a simple linear regression analysis. The results showed that the quality of a tourist attraction as perceived by tourists in conditions of low or less attractive. Interest in visiting tourists too low. The decline in the quality of the appeal of a significant effect on the fall of the interest of visiting tourists. The new finding in this study is a factor of damage to facilities due to lack of maintenance assessed as a negative rating trigger perception of the tourist attraction, so the impact on the lack of interest to visit.

Keywords: tourism attraction, the perception of tourists, the interest to visit, outbound tourism

Naskah diterima : 22 Agustus 2016, Naskah dipublikasikan : 10 September 2016

PENDAHULUAN

Kabupaten Bandung Barat memiliki berbagai daya tarik wisata alam yang cukup berkembang pesat, misalnya wisata minat khusus berbasis petualangan alam, *outbond*, *camping* dan lain-lain. Kecenderungan wisatawan untuk kembali ke alam menyebabkan pengembangan wisata alam menjadi potensial (Oktaviani & Suryana, 2005).

Salah satu wisata *outbond* di Kabupaten Bandung Barat yang dahulu cukup terkenal adalah wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* yang berlokasi di jalan kolonel Mastruri, Kampung Ciwangun RT.03 Rw 15 Desa Cihanjuang Rahayu Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat. Akan tetapi, berdasarkan laporan pengelola sejak tahun 2011 kunjungan wisata di Ciwangun Indah *Camp* justru mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun.

Ciwangun Indah *Camp* memiliki atraksi wisata berupa pengalaman interaksi dengan hewan liar, mulai dari beberapa jenis ikan, burung, sampai monyet liar yang berada di area ini. Aktivitas wisata lain yang dapat dinikmati pada Ciwangun Indah *Camp* antara lain: *Shaking Bridge*, *Flying Fox*, *Tree In One*, *Paint Ball*, *Air Soft Gun*, Wisata Berkuda dan lain sebagainya (Marketing Ciwangun Indah *Camp*, 2016).

Di samping keanekaragaman aktifitas yang dimiliki, ternyata berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti ditemukan beberapa masalah yang diindikasikan menjadi penyebab menurunnya kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata *Outbond* Ciwangun Indah *Camp*, beberapa masalah yang ditemukan antara lain : Akses dari Gapura Ciwangun Indah *Camp* ke Pos Pembelian Tiket ada yang berlubang, tidak rata dikarenakan Truk dan Bus yang suka melewati jalan ini yang membawa beban berat, dan jalan tersebut tergerus oleh hujan; Kolam renang tidak ada air lagi karena bocor,

penyebab bocor adalah retaknya tanah; Toilet kurang memadai ditambahnya lampu toilet tidak ada penerangan; Jembatan irigasi baru yang kurang baik, dengan adanya beberapa jalan yang berbolong dengan tertutup kayu; Pengelolaan sampah yang buruk di Area *Camping*; serta akses dari Villa Istana Bunga ke Pos Pembelian Tiket ada yang berlubang.

Kerusakan daya tarik dan fasilitas wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* diatas, diduga sebagai faktor yang menyebabkan penurunan kunjungan wisata, mengingat penelitian terdahulu menyebutkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung seperti dalam penelitian Sopyan & Widiyanto (2015). Penelitian Purwanggono & Akiriningsih (2015), juga menyebutkan hal yang sama.

Kualitas dapat dipahami sebagai kesesuaian dengan spesifikasinya, dan juga sebagai bentuk kepatuhan dengan tujuannya. Model *Servqual* didasarkan pada pendekatan reliabilitas, kepastian, nyata, empati dan daya tanggap (Yuliansyah, 2014), dengan begitu kualitas suatu daya tarik wisata sangat penting untuk dilakukan pembenahan terus menerus untuk menjadi lebih baik lagi (Nasution, Nasution, & Damanik, 2009).

Keberagaman atraksi wisata yang dimiliki selalu diindikasikan sebagai tolok ukur dari kualitas sebuah destinasi wisata. Namun jika tidak diiringi dengan pemeliharaan yang baik, kualitas daya tarik atau atraksi wisata semakin lama akan semakin menurun (Soekadijo, 2000). Tentu penurunan kualitas daya tarik wisata di suatu destinasi wisata akan berdampak pada kunjungan wisata, mengingat daya tarik wisata merupakan faktor yang menentukan minat atau motivasi wisata untuk berkunjung (Sammeng, 2001); (Suryadana, 2015).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih jauh mengenai “Pengaruh Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata

Outbond terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Ciwangun Indah *Camp* Kabupaten Bandung Barat.”

Untuk itu perumusan masalah penelitian akan dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana kualitas daya tarik wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* Kabupaten Bandung Barat menurut persepsi wisatawan; Bagaimana minat Kunjungan Wisatawan di Ciwangun Indah *Camp* Kabupaten Bandung Barat; Bagaimana Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata *Outbond* terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan pada Ciwangun Indah *Camp* Kabupaten Bandung Barat?

KAJIAN PUSTAKA

Outbond

Zaman, dkk., (2010) mengemukakan bahwa “*outbond* merupakan sebagai pembebasan atas potensi dasar, pola pikir dan budaya keterbatasan.”

Dimensi daya tarik wisata dalam wisata *outbond* menurut Alvina (2013) sebagai berikut :

1. Fasilitas meliputi ketersediaan fasilitas
2. Keamanan meliputi prosedur keamanan wahana, keamanan wahana , keamanan peralatan
3. Pendanaan meliputi tingkat keterjangkauan harga tiket, tingkat keterjangkauan biaya penyewaan, tingkat keterjangkauan biaya penggunaan wahana *outbond*.
4. Ketenagakerjaan meliputi tingkat profesional, tingkat pengetahuan

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai yang menjadi motivasi wisatawan untuk mengunjunginya (Sammeng, 2001).

Dalam satu destinasi wisata dimungkinkan memiliki beragam destinasi wisata (Darsoprajitno, 2002).

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang harus ada, karena daya tarik merupakan unsur utama produk pariwisata seperti diungkapkan dalam (Pitana, 2009).

Minat Berkunjung

Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kualitas daya tarik menentukan minat berkunjung wisatawan (Sopyan & Widiyanto, 2015). Penelitian serupa dilakukan oleh Nasution et al., (2009) kepada wisatawan mancanegara dengan hasil yang sama.

Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli, seperti penelitian yang dilakukan oleh Albarq (2014) yang menyamakan bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen. Pengertian minat menurut Susanto & Kotler (2000) bahwa minat sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan (pernyataan minat untuk berkunjung ulang), dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk. Dalam penelitian faktor yang diindikasikan sebagai stimulus yang memotivasi niat beli adalah persepsi wisatawan sendiri terhadap kualitas daya tarik wisata.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah verifikatif dengan menggunakan analisis regresi sederhana.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung di Ciwangun Indah *Camp* yang dari hasil studi dokumen menunjukkan rata-rata kunjungan sebesar 50.788, seperti tabel berikut :

Tabel 2
Jumlah Kunjungan Wisatawan

Tahun	Jumlah Wisatawan
2011	71.222
2012	77.461
2013	36.400
2014	34.667
2015	34.192
Jumlah	253.942
Rata-Rata	50.788

Sumber: Data dokumentasi objek
Kemudian jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan metode slovin, dan hasilnya ditentukan sebanyak 100 responden, yang akan dipilih secara *acidental* (D. R. Sugiyono, 2006).

$$\frac{r_1}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan:

n= jumlah sampel

N= jumlah seluruh anggota populasi

E= {[e=0,1]}.

n=50.788/((1+50.788×0,1²))

n= 99,99

Sampel dibulatkan menjadi n=100.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan daya tarik wisata *outbond* sebagai variabel bebas (x) sedangkan variabel terikatnya adalah minat berkunjung wisatawan (y).

Intrumen penelitian

Data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder sebagai data pendukung dicari dengan studi ustaka, sedangkan data primer dicari dengan intrumen penelitian berupa angket berisi poin-poin pernyataan persetujuan sesuai indikator masing-masing variabel, dan diukur dengan skala likert

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2004), bahwa skala likert dianggap sebagai skala yang paling sesuai untuk mengukur persepsi.

Uji Validitas Instumen

Untuk Uji Validitas menggunakan teknik *korelasi product moment* dengan bantuan program SPSS Versi 17. Pengambilan keputusan bedasarkan nilai signifikasnsi masing-masing skor intrumen dengan skor totalnya. Hasil menunjukkan nilai valid karena nilai signifikansi masing-masing butir pertanyaan dibawah 0,05 (Alma, 2009).

Uji Reabilitas

Uji reabilitas menurut Alma (2009) dapat menggunakan rumus berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

r = Koefesien *Reability Croanchbach*

K = Banyaknya Variabel Eksogen

Si = Varians dari item ke- i

St = Varians Total

Sekumpulan *Item* dinyatakan *valid* atau *reliabel* jika nilai *alpha* tersebut lebih

besar dari 0,7. Pengujian Reabilitas menggunakan SPSS versi 17.

Tabel 1

Reabilitas Instrumen

Variabel	R (Alpha)	Hitung	R Tabel	Ket
Daya Tarik Wisata <i>Outbond</i> d(X)	0,753	0,70		Reliabel
Tingkat Kunjunga n Wisatawan n (Y)	0,763	0,70		Reliabel

Uji Normalitas Data

Untuk menggunakan analisis regresi linear, data yang digunakan harus berdistribusi normal. Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini digunakan *test kolmogrov sminorv* dengan alat bantu *software* SPSS 2017, mengacu teori yang dianjurkan (Santoso, 2016).

Kriteria uji adalah nilai *probabilitas* lebih besar dari 0,05 maka distribusi data dianggap normal, dan nilai *probabilitas* lebih kecil dari 0,05 maka distribusi dianggap tidak normal (Santoso, 2016).

Hasil uji *kolmogrov sminorv* yang telah dilakukan menunjukkan nilai *assymp Sig* masing-masing variabel > signifikansi (0,05).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam analisis regresi telah memenuhi syarat yaitu berdistribusi normal.

Uji Regresi Linier Sederhana

Rumus regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Sumber: Santoso (2016)

Keterangan:

Y = Subjek/ nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan, Y= Tingkat Kunjungan Wisatawan

a = Konstanta

b = Angka arah atau koefesien regresi

X =Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu Daya Tarik Wisata *Outbond*

Uji Hipotesis

Adapun hipotesis yang akan diuji pada uji penelitian ini sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh variabel daya tarik wisata outbond terhadap variabel minat kunjungan wisatawan

Ha : Terdapat pengaruh variabel daya tarik wisata outbond terhadap variabel tingkat kunjungan wisatawan

Hipotesis diuji dengan menggunakan persamaan rumus uji T sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2006)

Keterangan:

r = koefisien relasi

n = jumlah sampel yang diteliti

Apabila t hitung > t tabel dan signifikansi hitung < (0,05), maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, bermakna Ha diterima dan Ho ditolak. Sebaliknya jika nilai t hitung < t tabel maka variabel bebas secara individual tidak mempengaruhi variabel terikat, yang bermakna Ho diterima dan Ha ditolak .

PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Ciwangun Indah *Camp* merupakan destinasi wisata minat khusus yang bergerak di bidang petualangan wisata alam *outbond* dan kemah atau *camping*, dibangun untuk memenuhi minat wisatawan terhadap alam yang akhir akhir ini menjadi tren (Oktaviani & Suryana, 2005).

Secara administratif Destinasi Wisata Ciwangun Indah *Camp* terletak di Kampung Ciwangun RT 03, RW 15, Desa Cihanjuang, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat (Camp, 2016).

Sedangkan secara profil geografis Ciwangun Indah *Camp* terletak pada ketinggian 1000 meter diatas permukaan laut, dengan suhu rata-rata 17 derajat sampai 25 derajat celcius.

Ciwangun Indah *Camp* merupakan destinasi wisata minat khusus petualangan alam *outbond* yang dikembangkan dari sebuah

perkampungan kecil Ciwangun kemudian dijadikan sebuah destinasi wisata *outbond*.

Pengembangan Ciwangun Indah *Camp* diinisiasi oleh Haji Kosasih selaku tokoh masyarakat setempat yang terinspirasi ketika melihat potensi desa berupa beberapa air terjun yang cukup unik, tidak kalah dengan air terjun yang ada di destinasi wisata lainnya yang lebih dahulu ada.

Misi utama dari pengembangan Ciwangun Indah *Camp* adalah pemberdayaan sosial masyarakat dan mengembangkan Desa Ciwangun menjadi lebih baik melalui pariwisata (Kosasih, data wawancara 2016).

Dalam pengembangan destinasi wisata Ciwangun Indah *Camp* mengandalkan daya tarik berupa potensi alam yang dimiliki yang dikemas menjadi paket wisata petualangan alam *outbond*, misalnya melihat satwa liar seperti kera, ikan. Melihat flora lokal dan pertanian warga sekitar misalnya, melihat keindahan hutan pinus, pertanian strobery, teh, persawahan. Selain itu juga ada petualangan alam yang bisa dinikmati contohnya air terjun, goa, aliran sungai di Situ Lembang serta danau buatan.

Selain pengemasan atraksi alam, dalam Ciwangun Indah *Camp* juga dilakukan pembangunan fasilitas pendukung wisata seperti toilet, kolam renang, gapura dan lain sebagainya.

Akan tetapi, seiring perjalanan pengembangan pariwisata masih ditemukan beberapa masalah akibat kerusakan dan pengelolaan yang kurang maksimal antara lain : Akses dari Gapura Ciwangun Indah *Camp* ke Pos Pembelian Tiket ada yang rusak, tidak rata dikarenakan Truk dan Bus yang suka melewati jalan ini yang membawa beban berat, dan jalan tersebut tergerus oleh hujan; Fasilitas wisata kolam renang tidak ada air lagi karena bocor, penyebab bocor adalah retaknya tanah; Toilet yang kurang memadai, ditambahnya lampu toilet tidak ada penerangan; Jembatan irigasi biru yang

kurang baik, dengan adanya beberapa jalan yang berbolong dengan tertutup kayu; Pengelolaan sampah yang buruk di Area *Camping*; Akses dari Villa Istana Bunga ke Pos Pembelian Tiket ada yang berlubang, tidak rata dikarenakan mobil-mobil melewati jalan tersebut dan jalan tersebut tergerus oleh hujan.

Analisis Kualitas Daya Tarik Wisata Outbond Berdasarkan Persepsi Wisatawan Secara Keseluruhan

Berdasarkan tabulasi dan analisis data diperoleh skor total variabel kualitas daya tarik wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* diperoleh skor total sebesar 2.9

Bedasarkan interval skor di atas, hasil perhitungan skor total variabel kualitas daya tarik wisata *outbond* menurut persepsi wisatawan sebesar 2.96, termasuk ke dalam kategori “rendah.”

Kualitas daya tarik yang rendah diduga diakibatkan oleh banyaknya kerusakan objek akibat kurangnya pemeliharaan.

Kualitas daya tarik destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* dikaji berdasarkan teori Sammeng (2001), bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai yang menjadi motivasi wisatawan untuk mengunjunginya. Maka terlihat bahwa destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* kurang memiliki daya keunikan, walaupun mengandalkan daya tarik alam aktifitas *outbond* yang ditawarkan masih berupa aktifitas umum seperti pada destinasi wisata alam *outbond* lainnya, seperti: menyusuri alam, game, melihat pemandangan dan sebagainya.

Ditinjau dari aspek keindahan atau estetika, terlihat jelas bahwa dari hasil observasi menunjukkan daya tarik wisata *Outbond* Ciwangun Indah *Camp* kurang indah dipandang karena terlihat dengan jelas bahwa kondisi daya tarik yang ditawarkan rusak atau kurang terawat, contoh : kolam renang yang bocor, jalan belubang, lampu mati, kamar mandi kotor dan lain sebagainya.

Kualitas daya tarik wisata ditinjau dari sisi keaslian, *Outbond* Ciwangun Indah *Camp* merupakan bentuk wisata alam namun dengan unsur binaan, kemungkinan dapat terjadi penilaian negatif karena kurangnya pengelolaan sampah yang baik, terbukti berdasarkan data observasi ditemukan sampah di berbagai sisi.

Tinjauan terhadap aspek ketiga mengenai nilai, *Outbond* Ciwangun Indah *Camp* yang mengusung konsep wisata alam masih kurang menunjukkan nilai yang kurang begitu baik, beberapa wisatawan kecewa terhadap kondisi lingkungan yang ada serta fasilitas yang ditawarkan.

Kualitas daya tarik wisata yang rendah sedikit susah untuk berkembang. Daya tarik wisata yang rendah berarti cenderung kurang menarik. Maka untuk meningkatkan minat kunjungan wisata hendaknya diperlukan penambahan sarana-prasarana wisata yang berkualitas.

Kasus yang terjadi di destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp*, selain kurangnya keunggulan dalam hal daya tarik wisata, studi observasi awal peneliti menemukan bahwa kualitas sarana-prasarana wisata juga saat ini banyak yang dalam kondisi rusak. Contohnya, akses jalan yang berlubang, toilet yang rusak dan tidak ada lampunya, kolam renang yang rusak karena kebocoran dan lain sebagainya.

Kondisi diatas jelas tentu merupakan sebuah fakta yang menunjukkan indikasi penurunan kualitas daya tarik wisata di destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp*.

Analisis Minat Kunjungan Wisatawan Secara Keseluruhan

Skor total variabel tingkat kunjungan wisatawan sebesar 2.948, yang berarti bahwa minat kunjungan wisatawan secara keseluruhan termasuk ke dalam kategori “rendah,” atau rata-rata wisatawan kurang setuju untuk berkunjung kembali ke *Outbond* Ciwangun Indah *Camp*.

Hasil observasi lapangan menunjukkan banyak kerusakan objek, serta indikasi perawatan infrastuktur wisatanya yang kurang, diduga hal ini yang memicu rendahnya wisatawan untuk berkunjung di destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* sebenarnya kurang baik.

Hal ini sebaiknya menjadi perhatian pengelola, karena wisatawan yang kurang berminat cenderung tidak akan berkunjung ulang, dampaknya terlihat dari tahun ke tahun tingkat kunjungan wisata juga mengalami penurunan yang cukup signifikan. Yaitu pada tahun awal terdata tahun 2011 sebesar 71.222 kunjungan, sedangkan pada periode akhir tahun 2015 hanya sebesar 34.192 kunjungan wisatawan.

Pengelola sebaiknya memperbaiki kualitas daya tarik destinasi wisata

outbond Ciwangun Indah *Camp* Pengelolaan dapat melibatkan masyarakat sekitar dengan mengusung konsep pariwisata berbasis masyarakat yang telah terbukti efektif, mampu memberikan rasa memiliki, serta dukungan masyarakat dalam bentuk non materi (Hermawan, 2016).

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kunjungan Wisata

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh atraksi wisata terhadap daya tarik wisata maka dapat digunakan uji regresi linear sederhana dengan menggunakan alat bantu olah data berupa *software SPSS 17*.

Adapun hasil uji regresi linier ditemukan data sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Analisis Korelasi

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.554 ^a	.307	.300	3.742	1.831

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai R menunjukkan sebesar 0,554, hal ini bermakna bahwa kualitas daya tarik wisata berhubungan secara positif dengan kekuatan sedang terhadap minat berkunjung wisatawan. Hal ini juga dapat dimaknai bahwa semakin

Menurun kualitas daya tarik wisata minat berkunjung wisatawan juga akan

semakin menurun. Ataupun sebaliknya semakin baik kualitas daya tarik wisata minat berkunjung wisatawan juga akan semakin bertambah.

R Square menunjukkan bahwa kualitas daya tarik wisata berpengaruh sebesar 30,7 persen dalam menentukan minat berkunjung wisatawan.

Standar error estimate menunjukkan nilai 3.472.

Tabel 5
Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	Vip
(Constant)		16.016	2.066		7.797	.000	
a Tarik Wisata Outbond	.337		.051	.554	6.583	.000	1.000

Berdasarkan analisis output SPSS pada tabel 5 menunjukkan hasil uji regresi linier sederhana.

Nilai *constant* sebesar 16.016 dengan standar kesalahan atau *error* 2,066, hal ini berarti tanpa daya tarik wisata minat

berkunjung wisatawan (variabel Y) adalah sebesar 16.016.

Variabel X atau kualitas daya tarik wisata sebesar 0.337, dengan standar kesalahan 0.051, menunjukkan bahwa setiap penambahan kualitas daya tarik wisata sebanyak satu satuan akan memberikan pengaruh perubahan terhadap variable Y atau minat berkunjung wisatawan sebesar 0,337 .

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = 16.016 + 0554x$$

Nilai signifikansi sebesar 0,000 jauh lebih kecil daripada taraf kesalahan maksimal yang ditolerir dalam statistika sosial sebesar 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp*.

Sebelumnya telah diketahui bahwa daya tarik wisata di Ciwangun Indah *Camp* dalam kondisi rusak, sehingga kualitas daya tarik dalam persepsi wisatawan diduga sebagai faktor utama penurunan minat berkunjung, juga berdampak pada menurunnya kunjungan wisatawan keseluruhan dari tahun ke tahun wisatawan ke Ciwangun Indah *Camp* menurut.

Untuk itu perlu segera dilakukan tindakan berupa revitalisasi fasilitas fasilitas yang ada guna menarik minat wisatawan. Dengan begitu diharapkan kunjungan wisata di Ciwangun Indah *Camp* akan segera membaik.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa kualitas daya tarik wisata di destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* menurut persepsi responden dalam kondisi yang rendah. Tidak adanya keunikan, keindahan, keaslian dan nilai dari daya tarik yang ditawarkan diduga sebagai penyebab rendahnya persepsi wisatawan terhadap kualitas daya tarik wisata *Outbond* Ciwangun Indah *Camp*. Melalui

obeservasi juga terlihat objek dalam kondisi yang rusak.

Minat berkunjung wisatawan di destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* relatif kecil atau kurang.

Melalui analisis regresi ditemukan bahwa kualitas daya tarik destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* berhubungan secara positif dengan tingkat kekuatan yang sedang terhadap minat berkunjung wisatawan, dimaknai bahwa semakin menurun kualitas destinasi wisata semakin menurun juga minat wisatawan untuk berkunjung di destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp*.

Kualitas daya tarik destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* terbukti signifikan dalam mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung.

Pengelola sebaiknya memperbaiki kualitas daya tarik destinasi wisata *outbond* Ciwangun Indah *Camp* karena hasil penelitian membuktikan bahwa menurunnya kualitas daya tarik wisata sebagai penyebab menurunnya minat wisatawan untuk berkunjung. Sehingga secara akumulatif terjadi penurunan tingkat kunjungan wisata yang cukup signifikan dari tahun ke tahun seperti apa yang terjadi saat ini. Pengelolaan dapat melibatkan masyarakat sekitar dengan mengusung konsep pariwisata berbasis masyarakat yang telah terbukti efektif, mampu memberikan rasa memiliki dan dukungan masyarakat dalam bentuk non materi.

Untuk penelitian selanjutnya dapat mengkaji faktor-faktor lain yang juga secara teoritis diindikasikan mempengaruhi minat kunjungan, seperti aksesibilitas, sarana-prasarana, pemasaran dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Albarq, A. N. (2014). Measuring The Impacts Of Online Word-Of-Mouth On Tourists' Attitude And Intentions To Visit Jordan: An Empirical Study. *International Business Research*, 7(1), 14.

- Alma, B. (2009). *Pengantar Statistika*. Alfabeta, Bandung. *Indonesia, 10(2)*.
- Alvina, I. (2013). *Manajemen Pengelolaan Fasilitas Outbond Objek Wisata Linggo Asri Sebagai Wahana Pendidikan Rekreasi Di Kabupaten Pekalongan*. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang.
- Camp, M. C. I. (2016). *Wisata Outbond Ciwangun Indah Camp*.
- Darsoprajitno, S. (2002). *Ekologi Pariwisata*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Sosial Budaya Masyarakat Lokal. In *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri Pertama Tahun 2016* (Vol. 1, Pp. 426–435). Sniptek Nusa Mandiri.
- Nasution, S., Nasution, M. A., & Damanik, J. (2009). Persepsi Wisatawan Mancanegara Terhadap Kualitas Objek Dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Sumatera Utara.
- Oktaviani, R. W., & Suryana, R. N. (2005). Analisis Kepuasan Pengunjung Dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro. *Jurnal Agro Ekonomi, 24(1)*, 41–58.
- Pitana, I. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Purwanggono, D., & Akiriningsih, T. (2015). PENGARUH POTENSI EKOWISATA, LINGKUNGAN, AKOMODASI, PEMANDU WISATA TERHADAP MINAT WISATAWAN UNTUK BERKUNJUNG KEMBALI (Studi Kasus Pada Kawasan Wisata Di Desa Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul). *Jurnal Pariwisata*.
- Saeful Zaman, Dyan Helmi, G. (2010). *Games Kreatif Pilihan Untuk Meningkatkan Potensi Diri Dan Kelompok*. Jakarta: Gagas Media.
- Sammeng, A. M. (2001). *Cakrawala Pariwisata*. Balai Pustaka.
- Santoso. (2016). *Statistika Hospitalitas*. Yogyakarta: Deepublish.
- Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sopyan, S., & Widiyanto, I. (2015). Analisa Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu). Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Sugiyono, D. R. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, M. P. B. (2004). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryadana, M. V. O. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta. Bandung Indonesia: Alfabeta.
- Susanto, A. B., & Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Salemba.

BIODATA PENULIS

Faikar Adam W, adalah mahasiswa STP ARS Internasional yang lulus di tahun 2016.

Erlangga Brahmanto, dilahirkan di Kota Magelang, 11 Mei 1982, dan sekarang menjadi dosen di AKPAR BSI Bandung dan STP ARS Internasional. Keahlian dalam bidang Perhotelan dan Bartending.