

**PENGARUH PERILAKU PENGUNJUNG TERHADAP JUMLAH KUNJUNGAN
DI TAMAN WISATA ALAM PUNTI KAYU PALEMBANG
(Visitor Behavior Effect on Number of Visits in Punt Kayu Recreational Park
Palembang)*)**

Oleh/By :

B. Tejo Premono¹ dan/and Adi Kunarso²

Balai Penelitian Kehutanan Palembang

Jl. Kol. H. Burlian Km. 6,5 Punt Kayu PO. BOX. 179 Telp./Fax. 414864 Palembang e-mail : tembesu@telkom.net.

¹e-mail : btejoprem@yahoo.com; ²e-mail : adikunarso@yahoo.com

*) Diterima : 27 Desember 2007; Disetujui : 22 Juli 2008

ABSTRACT

Recreation is an activity to give pleasure and to refresh the people mentality. Punt Kayu Recreational Park (PKRP) is not only a natural recreation place in Palembang City but also popular for citizens. In spite of, the number of visits to PKRP is decrease every years. The aim study is to obtain information that determine visitors behavior factors at PKRP. The information can be used to improve the number of visits in the future. Collecting and processing data used likerts scale method. Data was analyzed by multiple regression model. The results show that the visitors behavior is influenced by promotion, product, price, and psychology factors but education and income factors don't influence visitor behavior. In those factors psychology is the dominant factor.

Keywords: Ecotourism, Punt Kayu Recreation Park, visitor behavior

ABSTRAK

Rekreasi adalah suatu aktivitas untuk memberikan kesenangan dan sebagai sarana untuk mengembalikan kesegaran pada sikap mental. Taman Wisata Alam (TWA) Punt Kayu merupakan satu-satunya tempat rekreasi bernuansa alam yang ada di kota Palembang dan primadona bagi masyarakat. Namun pada kenyataannya jumlah kunjungan TWA mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penelitian ini bertujuan mendapatkan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengunjung dalam kunjungan ke TWA Punt Kayu. Untuk itu perlu diperoleh informasi mengenai perilaku pengunjung TWA Punt Kayu untuk meningkatkan jumlah pengunjung di masa mendatang. Pengumpulan dan pengolahan data menggunakan pengukuran Skala Likert kemudian dilakukan analisis dengan model regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor promosi, harga, produk, dan psikologis mempengaruhi perilaku pengunjung dan faktor psikologis merupakan faktor yang paling dominan. Faktor pendidikan dan pendapatan tidak mempengaruhi perilaku pengunjung.

Kata kunci: Ekowisata, perilaku pengunjung, Taman Wisata Alam Punt Kayu

I. PENDAHULUAN

Indonesia diakui dunia sebagai negara yang memiliki kekayaan alam dan keanekaragaman hayati terbesar setelah Brasil dan Zaire. Bentuk keanekaragaman hayati berupa keindahan bentang alam, gejala alam, peninggalan sejarah/budaya secara optimal dapat dimanfaatkan untuk kegiatan wisata alam guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Saat ini perkembangan kegiatan wisata telah mengalami pergeseran, dari kegiatan wisata

massal (*mass tourism*) ke wisata minat (*nicetourism*) (Dawi, 2003). Salah satu kegiatan wisata minat yang banyak dibicarakan akhir-akhir ini yaitu berkembangnya kegiatan ekowisata (*ecotourism*). Ekowisata didefinisikan oleh *The Ecotourism Society* sebagai suatu bentuk perjalanan wisata yang bertanggung jawab ke kawasan alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat (Dirawan, 2003).

Perkembangan kegiatan ekowisata di Indonesia lebih mengarah pada kawasan-kawasan yang dilindungi (kawasan hutan konservasi) karena obyek daya tarik wisata alamnya yang lebih tinggi. Salah satu lokasi tujuan kegiatan ekowisata yaitu kawasan Taman Wisata Alam (TWA). Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistemnya, Taman Wisata Alam adalah kawasan pelestarian alam dengan tujuan utama untuk kepentingan pariwisata dan rekreasi alam. Pengembangan usaha ekowisata dalam kawasan TWA, menuntut pengetahuan mengenai minat pengunjung dan segmen pasar karena keberadaannya pada daerah konservasi yang dilindungi undang-undang. Menurut Fandeli dan Mukhlison (2000), pada dasarnya setiap usaha bisnis, termasuk juga ekowisata harus memilih segmen pasar yang dijadikan sasaran bisnisnya. Pertimbangan yang digunakan, yaitu : (a) obyek yang dijual, (b) cocok untuk segmen pasar, misalnya jika obyek sangat menarik akan tetapi lokasi jauh dan memerlukan biaya mahal, maka harus mengambil sasaran segmen pasar orang-orang kaya saja. Namun apabila menarik, letak dekat dan biaya berwisata murah, dapat memilih segmen pasar kelas ekonomi bawah sampai atas.

Menurut Douglas (1969) ada lima faktor dasar yang mempengaruhi permintaan untuk rekreasi alam terbuka yaitu : (a) orang (manusia) yang terdiri dari jumlah populasi suatu daerah, lokasi tempat tinggal (urban, sub-urban, ex-urban, regional), umur, dan pendidikan, (b) uang yang terdiri dari pendapatan dan kemewahan, (c) waktu yang terdiri dari pekerjaan dan perpindahan (mobilitas), (d) komunikasi yang terdiri dari media (status sosial, iklan, penerangan) dan pribadi (keenakan), dan (e) permintaan yang terdiri dari prasarana dan aksesibilitas.

Choy (1997) dalam Fandeli dan Mukhlison (2000) menjelaskan bahwa ada lima aspek utama berkembangnya ekowisata, yaitu: (a) adanya keaslian

alam dan budaya, (b) keberadaan dan dukungan masyarakat, (c) pendidikan dan pengalaman, (d) keberlanjutan, dan (e) kemampuan manajemen pengelolaan ekowisata. Demikian pula yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (1991), empat peubah yang umum dipakai sebagai alat segmentasi pasar konsumen yaitu geografis, demografis, psikografis, dan perilaku (*behaviouristic*). Konsumen atau pengunjung akan memiliki motivasi yang berbeda untuk memilih bentuk rekreasi apa yang diinginkan. Rekreasi merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan terakhir, yakni kebutuhan akan aktualisasi diri dalam teori motivasi Maslow (Kotler, 1997). Adapun hirarki kebutuhan berdasarkan tingkat kepentingannya menurut Maslow terdiri dari kebutuhan fisik, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri.

Untuk mengetahui perilaku pengunjung dalam melakukan kegiatan rekreasi alam (ekowisata) dapat didekati dengan suatu pendekatan pemasaran (Assael, 1987). Ada tiga faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, yaitu : (a) faktor individual konsumen yang meliputi pendidikan dan penghasilan konsumen serta psikologis, (b) pengaruh lingkungan, dan (c) strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan variabel yang dapat dikontrol oleh pemasar dalam usaha memberi informasi dan mempengaruhi konsumen. Variabel ini meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi.

Perilaku konsumen sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan membeli, menghabiskan atau mengambil sesuatu. Tahapnya dimulai dengan pengenalan masalah, diikuti dengan mencari informasi yang dilanjutkan dengan evaluasi alternatif, berupa penyeleksian. Terakhir adalah tahap pengambilan keputusan pembelian, yang tergantung dengan tingkat kepuasan yang didapat dari produk atau jasa tersebut. Hal ini sejalan dengan penilaian perilaku pengunjung dan ting-

kat kepuasan pengunjung untuk melakukan kunjungan ke suatu obyek wisata.

Jumlah kunjungan dapat dijadikan salah satu parameter untuk menilai perilaku pengunjung. Untuk mendapatkan informasi/gambaran mengenai perilaku pengunjung yang mempengaruhi tingkat kunjungan pada suatu kawasan TWA, maka dilakukan penelitian tentang perilaku pengunjung di TWA Punti Kayu. TWA Punti Kayu memiliki potensi vegetasi dan satwa liar sebagai obyek daya tarik wisata alam bagi pengunjung, sehingga sangat potensial untuk dijadikan obyek wisata alam. Namun demikian, jumlah kunjungan di TWA Punti Kayu dari tahun ke tahun mengalami penurunan yang cukup signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengunjung dalam kunjungan ke TWA Punti Kayu.

Berdasarkan permasalahan di atas didapatkan hipotesis, bahwa : (a) faktor pendidikan, pendapatan, psikologis, promosi, harga, dan produk berpengaruh terhadap jumlah kunjungan, (b) faktor harga dan produk merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi jumlah kunjungan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak pengelola TWA sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan pengelolaan TWA Punti Kayu, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan memberikan kepuasan bagi pengunjung.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di TWA Punti Kayu Palembang yang secara administratif terletak di Kecamatan Sukarame, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Secara geografis lokasi penelitian ini terletak antara 103°11'-103°40" BT dan 3°11'-3°12' LS, dengan ketinggian antara 3-20 m dpl. Topografi lokasi penelitian sebagian besar datar sampai landai

(0-15%). Curah hujan bulanan berkisar antara 42-442 mm, dengan angka curah hujan tahunan sebesar 2.385 mm. Suhu rata-rata bulanan berkisar antara 26,0°C-27,0°C dengan kelembaban udara tahunan sebesar 86 % (Balai Konservasi Sumberdaya Alam Sumatera Selatan, 2003).

Penelitian ini dilakukan antara bulan Agustus sampai dengan September 2007 dan terbagi dalam dua tahapan. Tahap pertama berlangsung pada bulan Agustus 2007, meliputi penelitian awal untuk menguji kuesioner terhadap beberapa responden. Tahap kedua berlangsung pada bulan September 2007, meliputi kegiatan wawancara terhadap pengunjung TWA Punti Kayu dan pengumpulan data sekunder.

B. Pengumpulan Data

Pengumpulan data meliputi data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer menggunakan teknik *incidental sampling* (responden merupakan seseorang yang kebetulan dijumpai atau ditemui saat itu), dengan jumlah responden sebanyak 110 responden melalui wawancara dengan bantuan kuesioner. Data sekunder diperoleh dari PT. Indosuma Putra Citra sebagai pengelola TWA Punti Kayu, Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Sumatera Selatan, dan instansi terkait lainnya. Data ini meliputi karakteristik obyek rekreasi seperti letak, luas, keadaan biologis, potensi wisata, fasilitas rekreasi. dan jumlah kunjungan setiap tahun.

C. Analisis Data

Berdasarkan pokok permasalahan dan rumusan hipotesis, variabel penelitian dikelompokkan menjadi dua (Umar, 1999), yaitu :

1. Variabel terikat (*dependent variable* = Y), yaitu tingkat kepuasan pengunjung TWA Punti Kayu.
2. Variabel bebas (*independent variable* = X), terdiri X₁ (pendidikan), X₂ (pendapatan), X₃ (promosi), X₄ (harga), X₅ (produk), X₆ (psikologis).

Variabel bebas (X) yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam kunjungan ke TWA Pundi Kayu, dirinci menjadi enam variabel yang meliputi :

- a. Faktor pendidikan (X_1) adalah penilaian terhadap pendidikan dari responden, yang indikatornya adalah pendidikan formal terakhir yang mereka miliki.
- b. Faktor pendapatan/uang saku (X_2) adalah penghasilan bersih per bulan yang diterima oleh responden dan dikelompokkan menjadi lima kelompok serta diukur menurut Skala *Likert*. Lima kelompok penghasilan tersebut adalah sebagai berikut:
 - 1) < Rp 500.000,- mendapat nilai 1.
 - 2) Rp 500.000,- - < Rp 800.000,- mendapat nilai 2.
 - 3) Rp 800.000,- - < Rp 1.100.000,- mendapat nilai 3.
 - 4) Rp 1.100.000,- - < Rp 1.400.000,- mendapat nilai 4.
 - 5) >Rp 1.400.000,- mendapat nilai 5.
- c. Faktor promosi (X_3) adalah tanggapan responden terhadap promosi TWA dengan indikator :
 - 1) Promosi TWA Pundi Kayu secara umum.
 - 2) Promosi mengenai atraksi wisata yang diselenggarakan pada saat-saat tertentu.
- d. Faktor harga (X_4) adalah tanggapan responden terhadap harga dengan indikator :
 - 1) Harga tiket masuk.
 - 2) Harga menjadi pertimbangan yang menentukan.
 - 3) Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan rekreasi ke TWA.
- e. Faktor produk (X_5) adalah tanggapan responden mengenai produk (TWA) dengan indikator :
 - 1) Aksesibilitas menuju TWA Pundi Kayu.
 - 2) Alternatif tempat rekreasi lainnya di Kota Palembang.
 - 3) Kondisi sarana dan prasarana (fasilitas) saat ini.

- 4) Penambahan dan perbaikan sarana dan prasarana.
 - 5) Penambahan atraksi wisata di TWA Pundi Kayu.
- f. Faktor psikologis (X_6) adalah tanggapan psikologis responden dengan indikator :
- 1) Kenyamanan dan keamanan dalam berekreasi.
 - 2) Suasana kawasan TWA Pundi Kayu yang mendukung.

Pengukuran Skala *Likert* digunakan dalam pemrosesan data dari kuesioner. Skala *Likert* adalah skala yang berdasarkan atas penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau faktor yang sedang diukur. Skor yang digunakan terhadap tanggapan konsumen adalah satu sampai lima untuk faktor bebas. Pemberian skor sebagai berikut : (a) jawaban sangat setuju diberi nilai 5, (b) jawaban setuju diberi nilai 4, (c) jawaban ragu-ragu diberi nilai 3, (d) jawaban tidak setuju diberi nilai 2, dan (e) jawaban sangat tidak setuju diberi nilai 1.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda, yaitu :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan (*Remark*):

Y = Perilaku konsumen; b_0 = Intersep; b_1 - b_6 = Koefisien regresi yang akan dihitung; X_1 = Pendidikan; X_2 = Pendapatan; X_3 = Promosi; X_4 = Harga; X_5 = Produk; X_6 = Psikologis; e = Variabel pengganggu.

Model analisis ini dipilih untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas terhadap perilaku pengunjung TWA Pundi Kayu secara bersama-sama maupun secara parsial. Agar model analisis regresi linier berganda menghasilkan *Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)*, maka dilakukan evaluasi ekonometrik. Evaluasi ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah penggunaan model regresi linier berganda sebagai alat analisis telah memenuhi beberapa asumsi klasik, yaitu uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Potensi dan Pengunjung TWA Punt Kayu

Taman Wisata Alam (TWA) Punt Kayu merupakan satu-satunya lokasi wisata alam di Kota Palembang, dan pengusahaannya dilakukan oleh pihak ketiga, yakni PT. Indosuma Putra Citra sesuai dengan Keputusan Menteri Kehutanan dan Perkebunan No. 735/Kpts-II/1999 tanggal 22 September 1999. Pengelolaan TWA ini di bawah Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Sumatera Selatan.

Pada awal pembentukan, TWA ini digunakan sebagai hutan percobaan jenis *Pinus merkusii* Jungh. et de Vriese. TWA Punt Kayu memiliki potensi vegetasi dan satwa liar sebagai obyek daya tarik wisata alam bagi pengunjung. Dari segi aksesibilitas, TWA Punt Kayu memiliki letak sangat strategis, karena dapat dijangkau dengan transportasi umum maupun pribadi, sehingga memudahkan pengunjung dari kalangan mana pun untuk menjangkau lokasi.

Jumlah pengunjung TWA Punt Kayu tergolong cukup besar dengan segmen pengunjung yang sangat beragam. Namun demikian, jumlah kunjungan wisatawan ke TWA Punt Kayu dalam lima tahun terakhir menunjukkan kecenderungan yang semakin menurun (Tabel 1). Penurunan jumlah kunjungan ini dapat disebabkan oleh perubahan perilaku pengunjung, dalam hal ini kepuasan pengunjung terhadap TWA Punt Kayu, baik dari segi sarana dan prasarana (produk), harga, promosi, dan psikologis pengunjung itu sendiri.

B. Karakteristik Responden

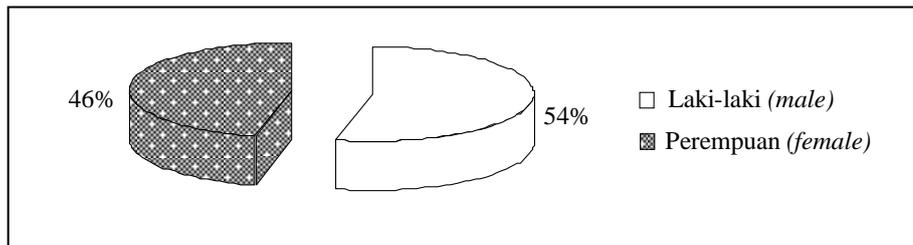
1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Komposisi pengunjung TWA Punt Kayu berdasarkan jenis kelamin memiliki proporsi yang hampir seimbang antara laki-laki (54%) dan perempuan (46%) (Gambar 1). Berdasarkan hal ini, dapat diperoleh gambaran bahwa antara laki-laki dan perempuan memiliki kecenderungan yang sama dalam kebutuhan rekreasi.

Tabel (Table) 1. Jumlah kunjungan di TWA Punt Kayu tahun 2001-2005 (*Number of visits in Punt Kayu Recreational Park in year 2001-2005*)

No. (Number)	Bulan (Month)	Jumlah pengunjung (<i>Number of visitors</i>)				
		2001 Jiwa (Person)	2002 Jiwa (Person)	2003 Jiwa (Person)	2004 Jiwa (Person)	2005 Jiwa (Person)
1.	Januari	8.471	8.179	6.244	3.796	3.848
2.	Pebruari	6.813	7.948	0	3.318	2.696
3.	Maret	7.873	7.209	4.437	3.178	2.708
4.	April	7.135	6.842	4.374	3.339	2.694
5.	Mei	7.335	6.393	3.974	2.936	2.352
6.	Juni	8.919	6.933	5.029	4.131	2.682
7.	Juli	7.236	5.004	3.769	3.138	2.546
8.	Agustus	9.414	6.552	4.639	5.346	4.043
9.	September	7.203	6.426	3.495	3.978	0
10.	Oktober	7.317	6.383	2.806	2.833	0
11.	November	5.817	3.474	3.464	4.138	0
12.	Desember	9.695	6.587	3.470	3.453	0
	Total	93.228	77.930	45.701	43.584	23.569

Sumber (*Sources*): Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Sumatera Selatan (*South Sumatera Natural Resources Conservation Institute*), 2003.



Gambar (Figure) 1. Komposisi pengunjung berdasarkan jenis kelamin (*Visitor composition based on sex*)

2. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan

Komposisi pengunjung pada TWA Pundi Kayu berdasarkan tingkat pendidikannya sangat jelas perbedaannya. Sebagian besar memiliki pendidikan SMA (48%), diploma (25%), SMP (22%), sisanya jenjang strata 1 dan strata 2 (Gambar 2). Kondisi tersebut menggambarkan bahwa TWA Pundi Kayu memiliki segmen pasar yang beragam, sehingga dalam pengelolaan dan pengembangan lebih lanjut, pengelolaan harus mengakomodasi segmen pasar yang beragam tersebut.

3. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Komposisi pengunjung TWA Pundi Kayu berdasarkan jenis pekerjaan cukup beragam, mulai dari pelajar (23%), mahasiswa (18%), wiraswata (16%), dan lain-lain seperti disajikan pada Gambar 3. Dari komposisi pengunjung ini, terlihat bahwa rekreasi pada dasarnya dibutuhkan semua orang untuk melepaskan kejenuhan dalam beraktivitas sehari-hari.

4. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan

Komposisi pengunjung berdasarkan pendapatan diperoleh hasil bahwa pengunjung dengan pendapatan Rp 500.000,- - Rp 800.000,- memiliki proporsi terbesar (35%). Hal ini mengindikasikan bahwa TWA Pundi Kayu merupakan jenis rekreasi untuk kalangan kelas ekonomi menengah ke bawah. Taman Wisata Alam Pundi Kayu menjadi jenis rekreasi dengan biaya yang murah dibandingkan dengan jenis rekreasi lain, sepe-

ti belanja (*shopping*). Komposisi pengunjung disajikan pada Gambar 4.

5. Karakteristik Responden Menurut Cara Kunjungan

Berdasarkan cara kunjungan yang dilakukan, sebagian besar pengunjung melakukan kunjungan dengan kerabat atau teman (57%), rombongan (38%), dan sendiri (5%). Komposisi pengunjung disajikan pada Gambar 5.

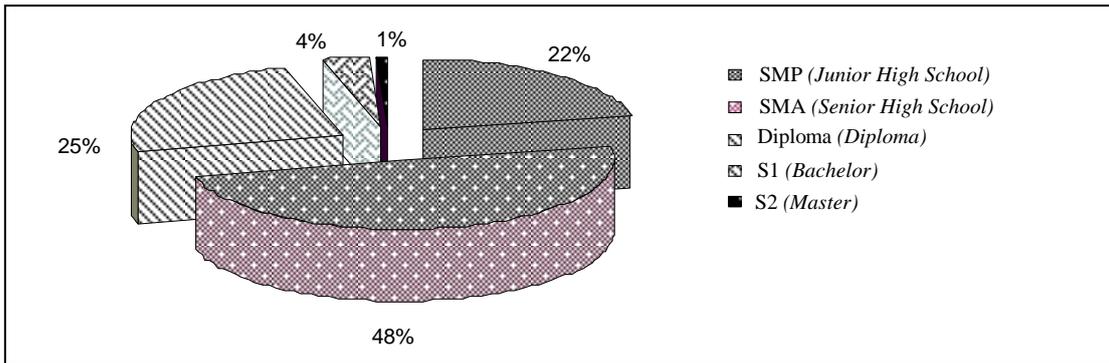
6. Karakteristik Responden Menurut Transportasi yang Digunakan

Taman Wisata Alam Pundi Kayu memiliki aksesibilitas yang tinggi, karena dapat dicapai dengan kendaraan umum dan kendaraan pribadi, baik roda dua maupun roda empat. Berdasarkan komposisi transportasi yang digunakan, sebagian besar pengunjung menggunakan transportasi umum (44%), sepeda motor (26%), dan kendaraan lainnya seperti pada Gambar 6.

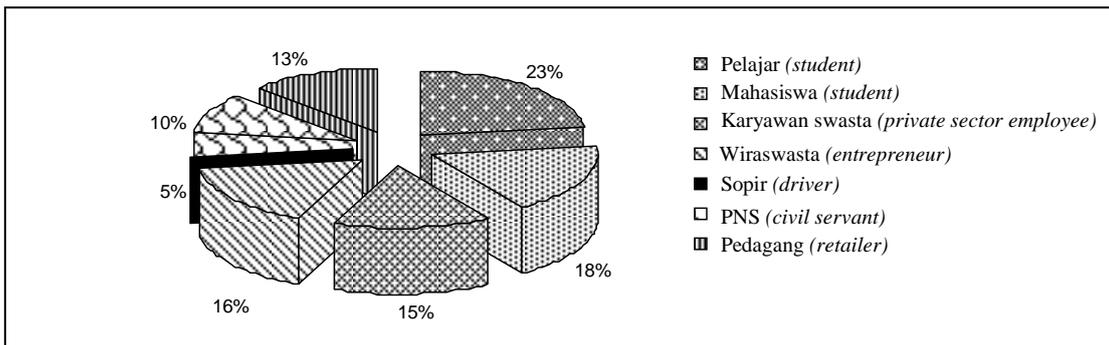
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengunjung TWA Pundi Kayu

Untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengunjung TWA Pundi Kayu, digunakan analisis regresi linier berganda dengan hasil disajikan pada Tabel 2.

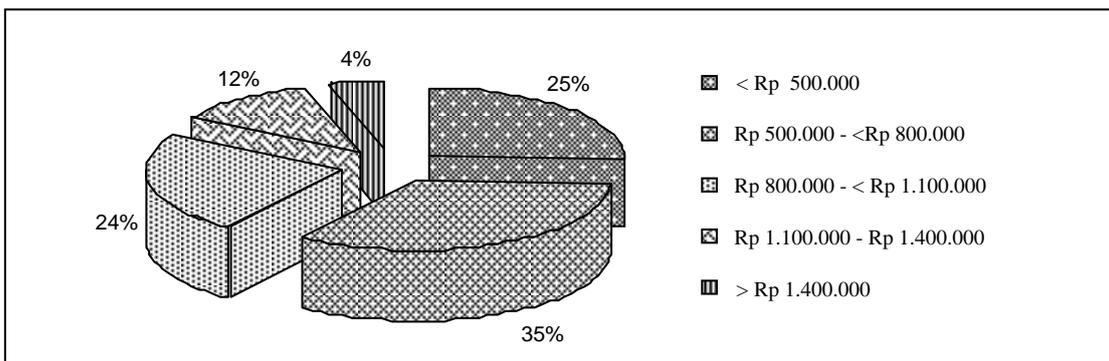
Dari hasil regresi pada Tabel 2 diketahui bahwa variabel-variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari $F_{hitung} = 3,749$ lebih besar dari $F_{tabel} = 2,482$. Hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat menunjukkan



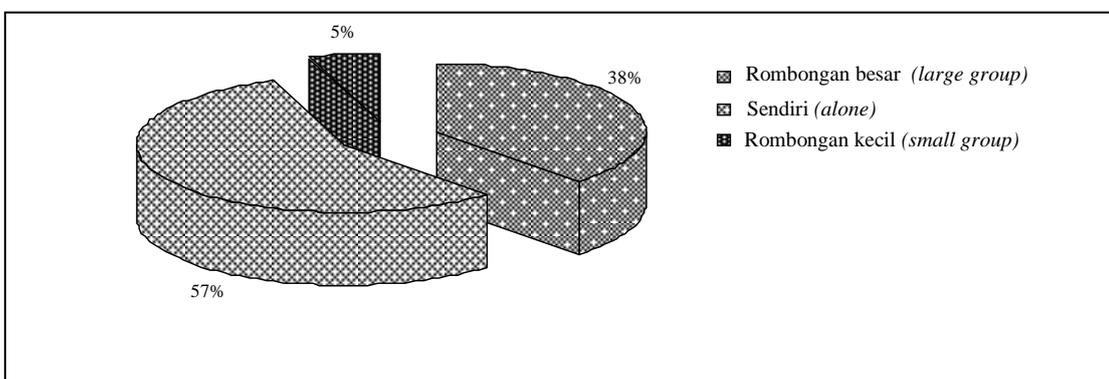
Gambar (Figure) 2. Komposisi pengunjung berdasarkan pendidikan (Visitor composition based on education)



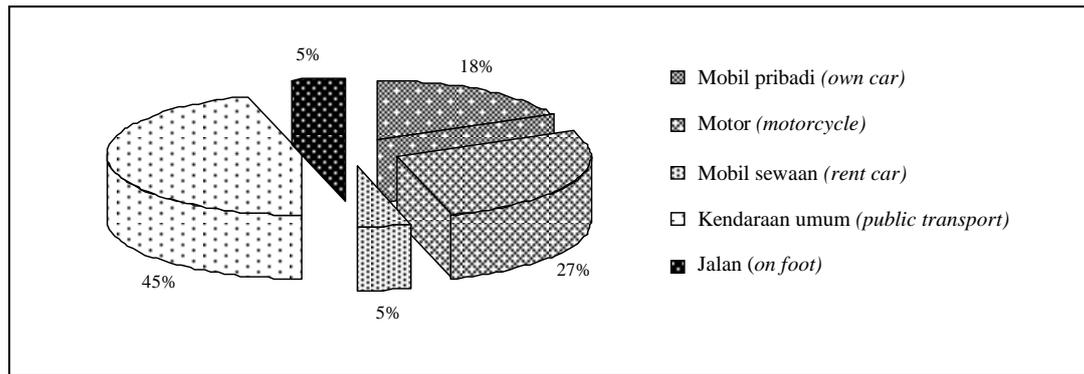
Gambar (Figure) 3. Komposisi pengunjung berdasarkan jenis pekerjaan (Visitor composition based on occupation)



Gambar (Figure) 4. Komposisi pengunjung berdasarkan pendapatan (Visitor composition based on income)



Gambar (Figure) 5. Komposisi pengunjung berdasarkan jumlah kunjungan (Visitor composition based on quantity of visit)



Gambar (Figure) 6. Komposisi pengunjung berdasarkan transportasi yang digunakan (Visitor composition based on transportation used)

Tabel (Table) 2. Tabulasi hasil analisis regresi (Tabulation of regression analyses result)

Variabel terikat (Dependent variable)	Variabel bebas (Independents variable)	Koefisien regresi (Regression coefficient)	F Hitung (F Calc.)	F Tabel (F Table)	R2 Partial	Tolerance	VIF
Perilaku pengunjung (Visitors behavior)	X ₁	0,040	0,303 ^{ns}	1,658	0,030	0,587	1,704
	X ₂	0,060	0,655 ^{ns}	1,658	0,064	0,570	1,753
	X ₃	-0,098	-1,690*	1,658	-1,680	0,988	1,012
	X ₄	-1,480	-1,944*	1,658	-0,188	0,958	1,044
	X ₅	1,550	2,137*	1,658	0,206	0,950	1,052
	X ₆	-2,360	-2,245*	1,658	-0,216	0,935	1,078

Keterangan (Remark) : ^{ns} = Tidak nyata (Non significant); * = Nyata (Significant)

R Squared = 0,179 F Hitung = 3,749

Adjusted R square = 0,131 F Tabel = 2,482

Multiple R = 0,423^d DW = 2,260

Constanta = 8,193 á = 0,05

Hasil persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = 8,193 + 0,040 X_1 + 0,060X_2 - 1,690X_3 - 1,944X_4 + 2,137X_5 - 2,245X_6.$$

hubungan yang cukup erat (42,3%). Keenam faktor bebas yang mempengaruhi perilaku pengunjung TWA, yaitu faktor promosi, harga, produk, dan psikologis memiliki pengaruh nyata terhadap perilaku pengunjung, sedangkan faktor pendidikan dan pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap perilaku pengunjung. Faktor promosi, harga, dan psikologis memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku pengunjung, sedangkan faktor produk memiliki pengaruh positif. Selain faktor-faktor dalam model tersebut, perilaku pengunjung dipengaruhi juga oleh faktor sosial dan budaya, waktu, tempat tinggal serta umur.

D. Pengaruh Faktor Promosi, Harga, Produk, dan Psikologis Terhadap Perilaku Pengunjung

1. Faktor Promosi

Hasil pengolahan data menunjukkan t hitung untuk faktor promosi = -1,690 lebih besar dari F tabel = 1,659, berarti faktor promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengunjung. Pengaruh faktor promosi memiliki pengaruh yang negatif atau berlawanan, artinya penambahan promosi TWA Pundi Kayu tidak secara langsung akan mempengaruhi pengunjung. Adanya promosi terhadap TWA Pundi Kayu dan atraksi wisata alam yang ada di TWA Pundi Kayu akan mem-

pengaruhi pengunjung, baik langsung maupun tidak langsung. Promosi menggunakan media cetak maupun elektronik dapat menjadi media yang efektif dalam memberikan informasi kepada konsumen.

2. Faktor Harga

Hasil pengolahan data didapatkan F hitung faktor harga = -1,944 lebih besar dari F tabel = 1,659, berarti faktor harga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengunjung. Pengaruh faktor harga ini bersifat negatif atau berlawanan. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukar konsumen yang mengambil manfaat dari memiliki atau menggunakan sesuatu produk atau jasa yang nilainya ditetapkan penjual untuk harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar, 1999). Harga tiket, biaya perjalanan, dan biaya rekreasi akan mempengaruhi pengunjung dalam melakukan rekreasi. Hal ini karena rekreasi bukan pilihan utama dalam pemenuhan kebutuhan. Harga yang harus dikeluarkan dalam rekreasi akan menjadi pertimbangan utama, rekreasi dengan biaya yang murah akan menjadi pilihan utama.

3. Faktor Produk

Hasil pengolahan data F hitung faktor produk = 2,137 lebih besar dari F tabel = 1,659, berarti faktor produk memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengunjung. Pengaruh faktor produk ini bersifat positif atau searah. Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan (Umar, 1999). Produk dari TWA Pundi Kayu adalah potensi biologis dan atraksi wisata alam.

4. Faktor Psikologis

Hasil pengolahan data F hitung faktor psikologis = -2,245 lebih besar dari F tabel = 1,659, berarti faktor psikologis memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengunjung TWA Pundi Kayu. Pengaruh ini bersifat negatif atau berlawanan. Faktor psikologis ini akan mempengaruhi perilaku pengunjung secara tidak

langsung karena terkait dengan motivasi, persepsi, pengetahuan serta keyakinan dan pendirian yang dimilikinya. Faktor psikologis menjadi faktor yang dominan yang mempengaruhi perilaku pengunjung karena faktor psikologis menjadi pertimbangan akhir dalam pengambilan keputusan.

E. Upaya-Upaya Peningkatan Jumlah Pengunjung

Hasil analisis regresi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengunjung TWA Pundi Kayu memperlihatkan bahwa faktor promosi, harga, produk, dan psikologis berpengaruh nyata terhadap jumlah kunjungan. Sementara berdasarkan data yang diperoleh dari BKSDA Sumatera Selatan diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke TWA Pundi Kayu dalam lima tahun terakhir (2001-2005) menunjukkan kecenderungan yang semakin menurun. Untuk mengantisipasi hal tersebut, beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan antara lain :

1. Pembenahan strategi pemasaran melalui upaya promosi, baik di media cetak maupun media elektronik. Program *Visit Musi 2008* yang dicanangkan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan sebagai tahun kunjungan wisata ke Sumatera Selatan, dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi pihak pengelola TWA Pundi Kayu.
2. Peningkatan kualitas produk, dalam hal ini kawasan TWA Pundi Kayu itu sendiri beserta obyek daya tarik wisata di dalamnya. Hal ini dapat dilakukan melalui : (a) penataan ulang kawasan, khususnya arena wisata, agar semakin menarik minat pengunjung, (b) penambahan obyek daya tarik wisata, (c) penambahan jumlah dan variasi atraksi wisata, dan (d) perbaikan dan penambahan sarana dan prasarana pendukung untuk kenyamanan pengunjung.

3. Peningkatan kenyamanan dan keamanan kepada para pengunjung, sehingga dapat menciptakan suasana yang kondusif bagi pengunjung selama melakukan kegiatan wisata alam. Hal ini karena faktor psikologis pengunjung mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap perilaku pengunjung ke TWA Punt Kayu.

Diharapkan dengan upaya-upaya tersebut maka jumlah pengunjung akan meningkat. Dengan demikian pendapatan daerah dari sektor TWA Punt Kayu juga akan meningkat.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Karakteristik pengunjung Taman Wisata Alam (TWA) Punt Kayu didominasi kalangan pelajar. Proporsi pendapatan pengunjung TWA Punt Kayu terbesar antara Rp.500.000,- - Rp. 800.000,-/bulan. Pengunjung umumnya datang secara berombongan bersama dengan kerabat atau teman. Transportasi yang dominan digunakan adalah jenis transportasi umum.
2. Perilaku pengunjung TWA Punt Kayu dipengaruhi secara bersama-sama oleh faktor promosi, harga, produk, dan psikologis. Hal ini dapat dilihat dari $F_{hitung} = 3,749$ lebih tinggi dari $F_{tabel} = 2,482$ dengan koefisien korelasi sebesar 0,42 dan koefisien determinasi berganda sebesar 0,179.
3. Faktor psikologis memiliki pengaruh yang paling besar terhadap perilaku pengunjung TWA Punt Kayu.

B. Saran

Untuk meningkatkan jumlah kunjungan di TWA Punt Kayu, maka upaya yang dapat dilakukan pihak pengelola, antara lain:

1. Pembenahan strategi pemasaran melalui promosi, baik di media cetak maupun media elektronik.

2. Perbaikan dan penambahan sarana prasarana, sehingga memberikan kenyamanan bagi pengunjung.
3. Penambahan jumlah obyek daya tarik wisata serta atraksi yang ada.
4. Peningkatan keamanan dan kenyamanan berwisata bagi pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Assael, H. 1987. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Fourth Edition PWS. Kent Publishing Company. Boston.

Balai Konservasi Sumberdaya Alam Sumatera Selatan. 2003. *Rencana Pengelolaan Taman Wisata Alam Punt Kayu Periode Tahun 2004-2028* Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan. Tidak dipublikasikan.

Dawi. 2003. *Model Pengelolaan Ekowisata DAS Mai'ting Kabupaten Tana Toraja*. http://www.pascaunhas.net/jurnal_pdf/analisis-eko-pemb/dawi-4.pdf. Diakses tanggal 1 Agustus 2007.

Dirawan, G. D. 2003. *Analisis Sosio-Ekonomi Dalam Pengembangan Ekoturisme Pada Kawasan Suaka Marga Satwa Mampie Lampoko*. http://www.Tomautou/gufran_dd.pdf. Diakses tanggal 1 Agustus 2007.

Douglass, R.W. 1969. *Forest Recreation*. Pergamon Press. Oxford.

Fandeli, C. dan Mukhlison. 2000. *Pengusahaan Ekowisata*. Fakultas Kehutanan Universitas Kehutanan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

Keputusan Menteri Kehutanan dan Perkebunan No. 735/Kpts-II/1999 Tentang Pemberian Izin Pengusahaan Pariwisata Alam Kepada PT. Indosuma Putra Citra Pada Areal Taman Wisata Punt Kayu, tanggal 22 September 1999.

Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prehallindo. Jakarta.

Kotler, P. and G. Amstrong. 1991. Principles of Marketing. Fifth Ed. Prentice-Hall.

Umar, H. 1999. Metodologi Penelitian : Aplikasi Dalam Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Undang-Undang No. 5 Tahun 1990 Tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya.