

Pengaruh Fasilitas dan Harga Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Waroeng Semawis Pecinan Semarang

Inneke Setyaningrum
STIEPARI Semarang

Nina Mistriani
STIEPARI Semarang

Djoko Koestanto
STIEPARI Semarang

***Abstract.** There are several factors that influence the interest of tourists visiting. In this study limited to Facility, and Price to the interest in visiting will bring progress to the organizer. The purpose of this research is to explain the influence of facility to the interest of tourists visiting in Semarang Stalls Semawis Pecinan, explaining the effect of Price to the interest of visiting in Semarang Stalls Semawis Pecinan. Explaining the effect of facility and price together toward the interest of visiting the Semawang Stalls Semawis Pecinan. The research was conducted by quantitative method. Samples were 70 respondent. Data collection techniques use questionnaire, observation, and literature study. Quantitative analysis using multiple regression analysis to determine the effect of independent variables to dependent variable, model test, hypothesis test before the test is done first test the validity and reliability. The result of regression analysis shows that accessibility has positive and significant effect on the interest of visiting Semarang Stalls Semawis Pecinan, Price have negative effect on the interest of visiting Semarang Stalls Semawis Pecinan. Facility and Price together have a positive and significant influence on the interest of visiting Semarang Stalls Semawis Pecinan.*

***Keywords:** Facility, Price, and Visitor Interest.*

Abstrak. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan. Dalam penelitian ini dibatasi pada Fasilitas, dan Harga terhadap Minat Kunjungan karena meningkatnya minat kunjungan membawa kemajuan bagi pengelola. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh Fasilitas terhadap Minat Kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Pecinan Semarang, menjelaskan pengaruh Harga terhadap Minat Kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Pecinan Semarang. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif. Sampel sebanyak 70 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, uji model, uji hipotesis sebelum dilakukan uji tersebut dilakukan dahulu uji validitas dan reliabilitas. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ke Waroeng Semawis Pecinan Semarang, harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat kunjungan ke Waroeng Semawis Pecinan Semarang. Fasilitas dan Harga bersama-sama berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ke Waroeng Semawis Pecinan Semarang.

Kata kunci: Fasilitas, Harga, dan Minat Kunjungan.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat dalam menyediakan lapangan pekerjaan. Pariwisata juga sebagai pengembang sosial budaya dan mempromosikan citra bangsa di luar negeri. Pariwisata juga sebagai sumber pendapatan kedua setelah migas. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang mudah berkembang, sektor ini yang di harapkan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu.

Harapan pemerintah menjadikan sektor pariwisata menjadi penghasil devisa nomor satu dan sebagai sumber pendapatan negara, di imbangi dengan usaha pemerintah dalam pengembangan dan perbaikan sektor pariwisata dari waktu ke waktu yaitu tujuan untuk melestarikan destinasi wisata yang ada serta meningkatkan pariwisata untuk menarik minat wisatawan berkunjung dan menikmati fasilitas wisata yang disajikan. Selain itu pemerintah melakukan promosi baik secara langsung ataupun tidak langsung. Promosi secara langsung yang dilakukan pemerintah misalnya, dengan mengirimkan dan menyelenggarakan misi kebudayaan di luar negeri, pameran khusus benda-benda atau hasil kebudayaan, dan mengadakan festival kuliner di luar negeri. Sedangkan promosi yang dilakukan pemerintah secara tidak langsung misalnya memberikan informasi dalam bentuk penyebaran *leaflet*, iklan media cetak ataupun elektronik. Adapun promosi yang sangat efektif dan efisien yaitu melalui antar personal.

Daya tarik wisata yang dimiliki Indonesia dapat dijadikan sebagai sarana pemicu minat wisatawan domestik ataupun mancanegara untuk berkunjung. Daya tarik wisata tersebut tersebar di seluruh tanah air dengan berbagai macam perbedaan kebudayaan dan keunikan yang dimiliki tiap-tiap daerah, salah satunya yaitu Wisata Kuliner Nusantara. Ribuan suku dan kearifan lokal masing-masing daerah membuat Indonesia memiliki harta karun terpendam soal kuliner. Kreativitas penduduk yang dikolaborasikan dengan bahan baku khas menimbulkan cita rasa autentik yang khas. Namun kuliner Indonesia yang lezat dan unik masih terpendam di daerahnya masing-masing.

Kuliner Indonesia masih butuh waktu untuk bisa bersinar. Namun perlahan tapi pasti, semenjak rendang mendapat pengakuan CNN sebagai salah satu makanan terlezat dunia, kuliner Indonesia mulai bangkit di mata dunia. Untuk bisa makin mengembangkan potensi wisata gastronomi, pemerintah Indonesia memperkenalkan tiga konsep gastronomi yang disebut *triangle concept*. *Triangle Concept* adalah filosofi gastronomi berporos pada tiga tungku segitiga. Ketiganya adalah, makanan (*food*), budaya (*culture*) dan sejarah (*history*). Konsep ini menjelaskan bahwa antara ketiganya terdapat hubungan yang tak terpisahkan satu sama lain. Makanan dan sejarah dihubungkan oleh adanya rempah-rempah. Tak dimungkiri bahwa sejarah Indonesia di masa lalu dikenal sebagai negara penghasil rempah-rempah yang terkenal di dunia.

Jawa Tengah adalah salah satu provinsi di Indonesia yang padat penduduk, dengan berbagai kebudayaan yang tercipta, di dalam nya tentu banyak sekali tercipta makanan khas daerah-daerah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah yang sangat menarik untuk di promosikan. Pariwisata Jawa Tengah saat ini tumbuh sangat pesat, ini di buktikan dengan bertambahnya minat kunjungan wisatawan nusantara (wisnu) dan wisatawan mancanegara (wisman) ke Jawa Tengah.

Semarang merupakan ibukota provinsi Jawa Tengah, sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia sesudah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Kota Semarang memiliki beberapa julukan yang sudah sering di dengar anata lain yaitu, Venetie van Java, Kota Lumpia, Kota Atlas, The Port of Java, dan Semarang Pesona Asia.

Sebutan Semarang sebagai The Port of Java menggambarkan potensi Semarang sebagai tempat singgah untuk kapal kapal domestik maupun kapal asing. Hal tersebut bisa membuka peluang untuk menjual sektor kepariwisataan yang ada di Kota Semarang. Berbagai jenis daya tarik wisata dikembangkan di wilayah ini, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata edukasi, bahkan wisata kuliner. Semarang memang minim destinasi wisata , namun tidak halnya dengan kuliner yang ada di Kota Semarang, sangatlah beranekaragam jenisnya.

Potensi wisata yang menarik untuk di kembangkan dan menjadi agenda bagi pemerintah setempat yaitu wisata kuliner. Wisata jenis ini memiliki potensi dan dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Wisata kuliner sangat berbeda dengan wisata umumnya, karena wisata ini lebih mengunggulkan makanan, kepuasan rasa dan kekhasan suatu makanan atau sajian. Terlepas dari keindahan alam atau pernah-pernik lainnya.

Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa potensi wisata kuliner sebagai daya tarik wisata baru. Jadi wisata kuliner masih sangat perlu perhatian dan pengembangan dari pemerintah maupun pihak-pihak pengelola yang berada dibidang tersebut. Baik dari segi sarana, pelayanan, pengembangan, dan promosi terhadap wisatawan. Perubahan kondisi tersebut menyebabkan semakin ketatnya persaingan di segala bidang. Persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari apa yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar, menurut Atmawati dan Wahyudi (2007).

TINJAUAN PUSTAKA

Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut.. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dalam bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menjadikan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan pendapatan perusahaan. Sedangkan menurut Kotler (2005) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Harga

Harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut. Biaya-biaya tersebut dapat berupa waktu yang harus dikorbankan untuk mendapat jasa, upaya fisik (energi yang dikeluarkan untuk mendapat

jasa), beban mental (stres), dan pengorbanan yang terkait dengan pancaindera (suara bising, panas, dan sebagainya), menurut Lupiyoadi (2013)

Dalam konteks pemasaran jasa, secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan/ atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa, Tjiptono (2007). Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga adalah sejumlah uang dan/ atau aspek lain (nonmoneter) yang digunakan untuk mendapatkan suatu produk barang atau jasa. Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut, menurut Kotler dan Armstrong (2012).

Minat Kunjungan

Minat menurut bahasa Indonesia adalah kecenderungan yang menetap dalam diri subyek untuk perasaan tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang tersebut. Untuk pengertian kunjungan itu sendiri adalah aktifitas seseorang yang melakukan kunjungan kegiatan atau mengunjungi suatu tempat atau daya tarik wisata tertentu. Sedangkan pengertian wisatawan adalah kecenderungan yang menetap dalam diri subyek untuk perasaan tertarik pada bidang atau berkunjung sebagaimana cara orang tersebut berkunjung kesuatu daya tarik wisata. Usaha untuk memikat minat wisata menurut Suwantoro (2004) adalah promosi, aksesibilitas, kawasan pariwisata dan produk wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini di lakukan pada Waroeng Semawis Gg. Warung, Kota Semarang, Jawa Tengah. Penelitian ini di lakukan dalam waktu bulan dari bulan September sampai dengan Desember 2018. Metode ini menggunakan metode Kuantitatif . Suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka (score nilai) atau pernyataan-pernyataan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik. Penelitian kuantitatif biasanya digunakan untuk membuktikan dan menolak suatu teori. Karena penelitian ini biasanya bertolak dari suatu teori yang kemudian diteliti, di hasilkan data, kemudian di bahas dan diambil kesimpulan.

Sesuai dengan tujuan penelitian maka, data yang telah dikumpulkan akan diolah secara asosiatif regresi linear berganda secara arisial dan simultan koefisien dengan sarana bantu program SPSS.

Beberapa uji yang harus di lakukan antara lain : Uji Regresi Linear Berganda, Uji Model (Uji F (ANOVA) dan Koefisien Beta standart) dan Uji Hipotesis (Uji t parsial dan Uji F test).

HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis diatas dimana variabel bebas (Fasilitas dan Harga) memiliki nilai signifikan terhadap variabel terikat (Minat Kunjungan). Maka dapat diartikan Minat Kunjungan memiliki keterkaitan secara linier dengan Fasilitas dan Harga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Minat Kunjungan akan banyak bergantung pada Fasilitas yang di sediakan dan Harga yang terjangkau untuk para wisatawan agar wisatawan berminat untuk berkunjung, hal ini dapat dilihat dari segi Fasilitas dan Harga yang diberikan oleh pengelola.

Pengaruh Variabel Fasilitas terhadap Minat Kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Semarang

Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel fasilitas terhadap minat kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Semarang. Artinya Fasilitas yang disediakan oleh pengelola Waroeng Semawis mulai dari fasilitas fisik maupun fasilitas non fisik sudah baik sehingga wisatawan berminat untuk berkunjung ke Waroeng Semawis Pecinan Semarang.

Pengaruh Variabel Harga terhadap Minat Kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Semarang

Hasil uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan variabel harga terhadap minat kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Semarang. Artinya harga yang dipatok oleh pengelola dan penjual di Waroeng Semawis cukup dapat di jangkau oleh wisatawan yang berkunjung ke Waroeng Semawis, sehingga dapat meningkatkan minat berkunjung.

Pengaruh variabel Fasilitas dan harga terhadap Minat Kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Semarang

Hasil Uji hipotesis 3 menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama variabel Fasilitas dan Harga terhadap Minat Kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Semarang. Artinya Fasilitas dan Harga yang baik akan berpengaruh yang baik juga terhadap Minat Kunjungan wisatawan. Sebaliknya, apabila Fasilitas dan Harga kurang baik maka dapat berpengaruh kurang baik pada Minat Kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Semarang.

Variabel Fasilitas yang paling berpengaruh terhadap Minat Kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis

Uji hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel Fasilitas memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap Minat kunjungan wisatawan dari pada variabel Harga. Hal ini dikarenakan wisatawan senang, dan puas pada fasilitas seperti toilet, tempat makan, dan lain lainnya. Dan fasilitas non fisik yang di berikan berupa pelayanan penjual, pelayanan informasi dari para pengelola dan penjual.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang ada, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

- a. Ada pengaruh variabel Fasilitas terhadap Minat Kunjungan di Waroeng Semawis.
- b. Ada pengaruh variabel Harga terhadap Minat Kunjungan di Waroeng Semawis.
- c. Ada pengaruh variabel Fasilitas dan Harga secara bersama-sama terhadap Minat Kunjungan di Waroeng Semawis.
- d. Variabel Fasilitas paling besar pengaruhnya terhadap Minat Kunjungan di Waroeng Semawis di banding variabel Harga.

SARAN

1. Khususnya variabel Fasilitas diambil dari rata-rata dimensi terendah yaitu dimensi Fasilitas Non Fisik untuk lebih mendapatkan fasilitas informasi dan pelayanan yang lengkap dan informatif, disarankan untuk para pengelola agar memberikan informasi tentang produk yang di jual secara detail seperti contoh informasi produk makanan -

- makanan yang halal dan non halal, informasi tentang fasilitas yang dapat di gunakan wisatawan.
2. Sedangkan untuk variabel Harga diambil dari dimensi terendah keterjangkauan harga peneliti menyarankan kepada pengelola agar pengelola mematok harga yang lebih terjangkau untuk para wisatawan sehingga wisatawan tidak merasa terlalu mahal dan wisatawan lebih bisa melakukan kunjungan yang berkelanjutan seperti contoh yang disarankan peneliti untuk tidak mematok harga pajak yang terlalu tinggi untuk para penjual sehingga penjual pun akan mematok harga yang sesuai untuk wisatawan.
 3. Dan variabel Minat Kunjungan di ambil dari dimensi terendah yaitu dimensi motif tentang cara penjualan yang menarik di Waroeng Semawis, peneliti menyarankan kepada pengelola untuk menciptakan inovasi baru dalam cara pemasaran yang lebih identik lagi dengan Waroeng Semawis, sehingga para wisatawan memiliki pengalaman yang tidak terlupakan setelah berkunjung di Waroeng Semawis contoh saran yang dari peneliti untuk pengelola memberikan inovasi baru untuk para penjual di salah satu malam , katakanlah malam minggu yang lebih ramai wisatawan untuk mengenakan baju khas cina agar wisatawan lebih merasa *atmosfer* ada di Waroeng Semawis yang terkenal sebagai daerah masyarakat keturunan Tionghoa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT Rineka Cipta.*
- Bagyono. 2007. Pariwisata dan Perhotelan. Cetakan kedua. Bandung: Alfabeta.*
- Crow D.Leater & Crow, Alite. 1982. Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: Nur Cahaya.*
- Ghozali, Imam. 2002. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS (4thed). Semarang: Badan Penerbit- Undip.*
- [http://dimasapurnama25.blogspot.com/2016/09/ekonomi.html/pengertian-harga-dan-dimensi-harga.](http://dimasapurnama25.blogspot.com/2016/09/ekonomi.html/pengertian-harga-dan-dimensi-harga)
- [http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/931.](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/931)
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, jilid 1. Jakarta: Indeks kelompok GRAMEDIA.*
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.*
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.*
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.*

- _____ 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. *Jakarta: Salemba Empat.*
- Nyoman S.Pendit. 2006. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Edisi terbaru. Jakarta: PT Pradaya Pramita.*
- Slameto. 2010. Belajar dan Faktor yang Mempengaruhi. Jakarta: Rineka Cipta.*
- Sugiyono. 2003. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.*
- _____ 2008. Metode Penelitian Pendidikan. *Bandung: Alfabeta.*
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi.*
- Tjiptono, Fandy. 2006. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.*
- Yoeti, Oka A. 2003. Tours and Travel Marketing. Jakarta: Pradnya Paramita.*