

PENGARUH KONTEN EDUKASI DAN KONTEN REKREASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Dewi Nurbaiti^{1*}, Siti Nurjanah²

Manajemen, Fakultas Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Indonesia

*Email-Korespondensi : dewi.nurbaiti@kalbis.ac.id

Informasi Artikel

Draft awal: 14 Aug 2018
Revisi: 12 Sep 2018
Diterima : 22 Sep 2018
Available online: 15 Okt 2018

Keywords: *education content, recreation content, visiting decision, visiting interest*

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Fakultas
Ekonomi Universitas Islam
Attahiriyah

ABSTRACT

One of kind base human life needed is healthy, between the supporting healthy factors either sports are filling the happiness so that can create the healthy of body and soul. In order to fill life needs for the comfortness and freshness is going to some recreation place. One of innovation that is developing is the combination of education and recreation. This study aims are to analyze the regression of educational content and recreational content on the interest of visiting and the effect on the visiting decision. By the results of this study found that the educational content and recreational content are have significants affect on the interest of visiting, and the educational content also directly affect on the visiting decision, without going through by the process of the visiting interest. People can directly decide to visit because there are provide some educational content that has same neededs of their needed.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan tubuh untuk kenyamanan dan kesegaran adalah dengan berwisata. Salah satu inovasi yang tengah berkembang adalah wisata edukasi yakni menggabungkan unsur edukasi dan rekreasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh faktor sikap konten edukasi dan sikap konten rekreasi terhadap minat berkunjung serta dampaknya terhadap keputusan berkunjung rombongan sekolah ke sebuah tempat wisata edukasi. Dari hasil penelitian diketahui bahwa konten edukasi dan konten rekreasi berpengaruh terhadap minat berkunjung, serta konten edukasi juga secara langsung berpengaruh terhadap keputusan berkunjung tanpa melalui proses tumbuhnya minat untuk berkunjung. Pengunjung dapat secara langsung memutuskan untuk berkunjung dikarenakan terdapat konten edukasi yang sesuai dengan kebutuhan anak didiknya.

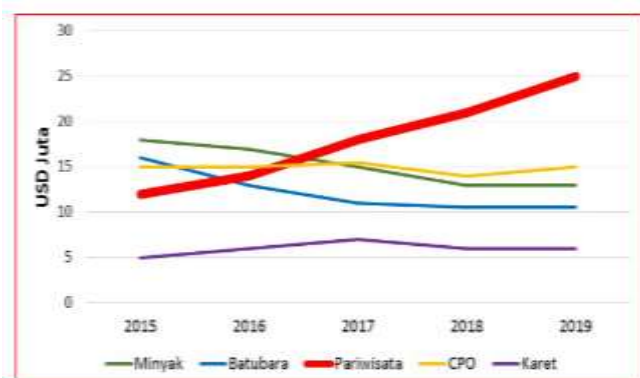
Pedoman Sitasi: Dewi Nurbaiti & Siti Nurjanah (2018). Pengaruh Konten Edukasi Dan Konten Rekreasi Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung . *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(S1), 233 - 242

Journal homepage: <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>

1. Pendahuluan

Keberlangsungan sektor pariwisata untuk menjadi *core economy* negara Indonesia tidak hanya menjadi tanggung jawab segenap insan Kementerian Pariwisata saja tetapi kita semua sebagai penduduk negara kepulauan ini. Bukan tidak mungkin dalam beberapa tahun ke depan Indonesia menjadi negara besar yang ekonominya kokoh karena ditopang dan didukung oleh sektor pariwisata. Seluruh pemangku bisnis dalam industri pariwisata ini harus mampu membentuk positioning, differentiation dan branding bagi bisnisnya, dimana tiga hal tersebut dapat menentukan posisi negara Indonesia dalam kancah dunia di berbagai bidang pariwisatanya.

Mengutip artikel yang berjudul CEO Message #18 Pariwisata Sebagai Core Economy Negara yang diterbitkan pada 12 Januari 2017 di www.kemenpar.go.id, dalam artikel tersebut dikatakan pernyataan Presiden sejalan dengan pendekatan strategi bersaing yang terdapat di Harvard Business Review (1996). Pada artikel yang berjudul "What Is Strategy?" Prof. Michael Porter, pencipta konsep tersebut menyimpulkan bahwa esensi dari sebuah strategi adalah positioning dan differentiation: "Strategy is the creation of a unique and valuable position, involving a different set of activities". Berikut ini grafik pergerakan industri pariwisata :



Gambar 1. Grafik Pergerakan IndustriPariwisata

Sumber www.kemenpar.go.id

Sesuai informasi pada grafik pergerakan industri pariwisata, pada tahun 2019 industri pariwisata diproyeksikan menjadi penghasil devisa terbesar di Indonesia yaitu USD 24 miliar, melampaui sektor Migas, Batubara dan Minyak Kelapa Sawit. Persaingan bisnis yang semakin ketat mengharuskan setiap perusahaan memiliki positioning dan keunikan tersendiri agar dapat mempertahankan para konsumen atau pelanggannya melalui kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Dengan telah memiliki posisi tersendiri di hati konsumen maka suatu perusahaan telah siap dalam menghadapi persaingan karena telah memiliki pelanggannya sendiri.

Selanjutnya bentuk diferensiasi suatu bisnis yang memiliki keunikan tersendiri karena mengikuti perkembangan zaman dan juga kebutuhan konsumen dari industri pariwisata adalah memadukan konsep rekreasi dengan edukasi. Selama ini pemberian suatu ilmu pengetahuan umumnya dilakukan oleh lembaga pendidikan formal. Sebagai contoh pembentukan diferensiasi industri pariwisata yang saat ini telah dilakukan adalah adanya beberapa bisnis bidang rekreasi yang dipadukan dengan edukasi yaitu museum.

Kondisi museum yang pada akhirnya juga menjadi arena rekreasi hadir dari para pengunjung itu sendiri yang memanfaatkan lingkungan sekitar sebagai tempat rekreasi keluarga. Tidak hanya itu kawasan wisata terpadu terbesar di Asia Tenggara Ancol pun mendeklarasikan dirinya sebagai tempat wisata edukasi. Ancol tidak hanya membenahi bangunan gedung, infrastuktur lainnya dan sisi hiburannya saja tetapi juga menggulirkan aneka wahana terkini yang sarat akan pendidikan. Contoh lainnya adalah hadirnya Pinisi Edutainment Park yang digawangi oleh PT

Pasaraya Tosersajaya yang merupakan pengelola pusat perbelanjaan Pasar Raya Blok M, Jakarta Selatan. Berikutnya ada wahana bermain yang juga mengusung konsep edutainment yaitu Kidzania, dimana wahana ini ingin menambah pengetahuan anak-anak tentang suatu profesi.

Seiring dengan berkembangnya zaman saat ini para individu maupun keluarga menginginkan beberapa kebutuhannya terpenuhi sekaligus, begitu juga dengan kebutuhan untuk berekreasi dan mendapatkan edukasi. Di mana dua kebutuhan ini dipandang oleh apra orang tua adalah hal yang sangat menarik apabila bisa diperoleh secara langsung di satu tempat bagi para putra putrinya. Lokasi wisata yang mampu menyajikan kedua hal tersebut dengan komposisi yang tepat maka bukan tidak mungkin akan menjadi lokasi yang disukai oleh para keluarga, karena pemenuhan kenyamanan dan kesenangan dalam rekreasi merupakan hal utama yang dicari, begitu juga dengan mendapatkan wawasan atau tambahan suatu ilmu pengetahuan juga tidak kalah pentingnya.

PT Rekreasindo Global Utama (RGU) melihat adanya peluang yang baik dari kondisi ini dan membuat inovasi baru berupa wahana yang menggabungkan konsep edukasi dan rekreasi bertema antariksa dengan nama SKYWORLD Indonesia. Wahana ini tidak semata-mata obyek bisnis yang mencari sebesar-besar keuntungan materiil, namun merupakan sebuah wahana hiburan yang kental dengan edukasi ilmu astronomi.

Pengunjung wahana ini pada periode Maret, April, Mei 2017 berjumlah 50.721 pengunjung, dan sebesar 68,57% merupakan pengunjung yang berasal dari rombongan sekolah. Oleh karena itu penelitian ini berfokus sikap terhadap konten edukasi dan sikap terhadap konten rekreasi dari koordinator rombongan sekolah terhadap minat dan keputusannya untuk berkunjung ke SKYWORLD Indonesia. Di mana yang dimaksud dengan koordinator rombongan sekolah adalah para kepala sekolah ataupun salah satu dari dewan guru yang sudah pernah hadir di SKYWORLD Indonesia dalam memenuhi undangan untuk bersama-sama menikmati wahana edukasi dan wahana rekreasi ini.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) apakah terdapat pengaruh positif dari konten edukasi terhadap minat berkunjung?; (2) apakah terdapat pengaruh positif dari konten rekreasi terhadap minat berkunjung?; (3) apakah terdapat pengaruh positif dari konten edukasi terhadap keputusan berkunjung?; (4) apakah terdapat pengaruh positif dari konten rekreasi terhadap keputusan berkunjung?; dan (5) apakah terdapat pengaruh positif dari minat berkunjung terhadap keputusan berkunjung?.

Artikel ini terdiri dari enam bagian, yaitu pertama pendahuluan yang menjelaskan latar belakang penelitian, kemudian dilanjutkan dengan kajian pustaka dan hipotesis. Bagian ketiga adalah metode penelitian untuk memberikan gambaran mengenai desain, pengukuran dan teknik analisis. Bagian ke-empat adalah hasil dan pembahasan, kemudian dilanjutkan dengan keterbatasan studi. Artikel ditutup dengan kesimpulan dan implikasi berdasarkan temuan penelitian.

2. Kajian Pustaka

2.1. Jasa Pariwisata

Pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan. (Damanik & Helmut Weber, 2006). Pariwisata juga dikatakan sebagai kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi di luar tempat tinggal dan tempat kerjanya, melaksanakan kegiatan selama di destinasi serta penyiapan fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka. (Pitana dan Gayatri, 2005).

Berdasarkan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela, serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata termasuk

pengusahaan obyek dan daya tarik wisata tersebut. Pariwisata mencakup tiga unsur utama yaitu *a dynamic element* (perjalanan ke suatu tempat tujuan wisata), *a static element* (yaitu singgah di daerah tujuan), *a consequential element* atau akibat dari dua hal yang disebutkan sebelumnya khususnya terhadap masyarakat lokal yang meliputi dampak ekonomi, sosial dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan. (Pitana dan Diarta, 2009).

Jenis-jenis pariwisata berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*), Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*), Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*), jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat-istiadat, kelembagaan, dan cara hidup masyarakat yang berbeda-beda, mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan masa lalu, pusat-pusat kesenian dan keagamaan, festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain. Berikutnya adalah pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*), pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*), dan pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*). (Spillane, 1987).

2.2. Pariwisata Kebudayaan (Wisata Edukasi)

Pada pembahasan sebelumnya telah dijabarkan jenis pariwisata yang bertujuan untuk kebudayaan atau mempelajari suatu ilmu pengetahuan. Jenis pariwisata yang dengan kata lain dapat disebut dengan wisata edukasi ini di dalamnya terdapat motivasi seseorang untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset. Wisata edukasi adalah sebuah program di mana seseorang berkunjung ke suatu lokasi wisata secara berkelompok dengan tujuan untuk mendapatkan pengalaman pembelajaran secara langsung di lokasi wisata tersebut. (*Educational Tourism: Strategy for Sustainable Tourism Development with reference of Hadauti and Shekhawati Regions of Rajasthan, India. Vol 5, issue 4, September 2015.* Anukrati Sharma. India Rodger, 1998)

2.3. Perilaku, Sikap, dan Minat Konsumen

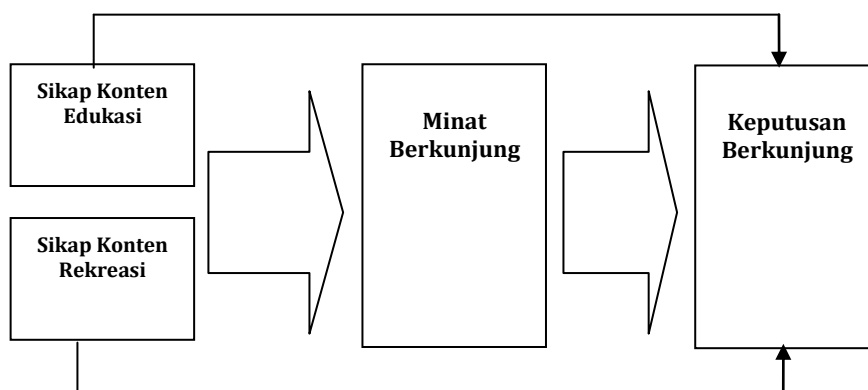
Sebelum dapat memahami perilaku konsumen perlu dipahami terlebih dahulu mengenai Theory of Reasoned Action (TRA). Teori ini disusun atas dasar sikap kewajaran manusia dalam berperilaku secara sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Ajzen menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku menentukan apakah akan dilakukan atau tidak perilaku tersebut. Niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut dikatakan Ajzen dipengaruhi oleh dua hal sebagai penentu yang paling mendasar, yang pertama terkait dengan sikap (*attitude towards behavior*), yang ke dua berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subjektif (*subjective norms*). (Daniel. O'Keefe, 2015 dan Ajzen, 1980)

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya. (Sudaryono, 2014).

Sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan pada suatu obyek baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten. (Hartono Sastro Wijoyo, 2005). Sikap juga di definisikan sebagai kondisi mental atau akal budi tertentu yang mencerminkan suatu pandangan pribadi yang negatif atau positif mengenai suatu obyek atau konsep, atau suatu keadaan acuh tak acuh yang menunjukkan titik tengah (*mid point*) diantara dua titik ataupun dua pokok yang saling berlawanan.

Minat beli adalah suatu model sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa atau merek tertentu. (Schifman dan Kanuk, 2007). Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian selain dipengaruhi oleh karakteristik konsumen, dapat juga dipengaruhi oleh rangsangan perusahaan yang mencakup produk, harga, tempat dan promosi. (Kotler, 2008).

Setelah tumbuh suatu minat untuk membeli dalam diri seseorang, tahap berikutnya adalah keputusan, apakah akan melakukan pembelian atau sebaliknya tidak melakukan pembelian. Tahapan dalam proses lahirnya suatu keputusan pembelian akan melalui lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, konsumsi pasca pembelian dan Evaluasi. (Sudaryono, 2014).



Gambar 2. Kerangka Model Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Winart (2016) dijelaskan beberapa hal terkait wisata edukasi. Diantaranya adalah penjelasan tentang wisata yang merupakan kebutuhan sekunder bagi setiap orang, di mana kecenderungan orang melakukan kegiatan wisata kebanyakan hanya berfokus pada menghilangkan kejenuhan saja, namun saat ini banyak terdapat tempat wisata yang tidak saja memiliki nilai hiburan saja tetapi juga memiliki nilai-nilai pembelajaran atau edukasi untuk para wisatawan yang berkunjung. Selain itu, artikel ini juga menjelaskan bahwa karya wisata atau cara mengajar dengan membawa siswa ke suatu tempat atau objek tertentu di luar sekolah untuk mempelajari atau menyelidiki sesuatu sangat bermanfaat. Penjelasan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara konten edukasi dari suatu objek wisata dengan minat berkunjung wisatawan, karena hal ini sejalan dengan kebutuhan wisatawan untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman langsung dari objek di lapangan.

Kirom et al., (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat 6 faktor yang dipertimbangkan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Buharu Bahri Asali Fadhoilir Rohmah yaitu faktor budaya, keunikan, promosi, keramah tamahan, biaya dan kualitas layanan. Dari hasil penelitiannya disimpulkan bahwa terbukti faktor budaya sebagai penentu wisatawan berkunjung ke objek wisata budaya, dan pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Seorang pemandu wisata merupakan salah satu faktor penting yang perlu ada dalam sebuah objek wisata. Selain faktor-faktor lain seperti biaya, promosi dan lain sebagainya, pemandu wisata juga menjadi faktor yang dibutuhkan oleh pengunjung untuk mencapai tingkat kepuasan.

Dengan adanya pemandu wisata maka dapat memberikan informasi yang lebih detil kepada wisatawan tentang sejarah, petunjuk perjalanan dan juga informasi lainnya dari objek wisata terkait. Seorang pemandu wisata merupakan salah satu unsur produk dalam sebuah bisnis pariwisata dan yang diambil atau dikonsumsi oleh pengunjung adalah jasa dari pemandu wisata tersebut. Namun ternyata pemandu wisata bukanlah suatu faktor yang mendominasi akan pertimbangan individu untuk berkunjung atau tidak ke lokasi wisata tersebut. Di sini terlihat adanya hubungan positif antara produk suatu objek wisata yang bersifat budaya atau dapat dikatakan bersifat mendidik (edukatif) terhadap kepuasan pengunjung. Terlebih lagi jika dikolaborasikan dengan harapan pengunjung akan keberadaan pemandu wisata, maka akan semakin lengkap mengenai budaya atau edukasi yang disajikan dan petugas yang akan menjelaskan

setiap isi edukasinya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara produk atau sikap konten edukasi terhadap daya tarik untuk menumbuhkan minat beli atau minat berkunjung, dan juga terdapat pengaruh yang positif antara sikap konten edukasi terhadap keputusan berkunjung, karena kepuasan terhadap suatu barang atau jasa dapat timbul setelah seseorang memutuskan untuk membeli atau berkunjung.

Susanti (2014) disebutkan bahwa atraksi merupakan sesuatu yang berwujud, sedangkan daya tarik wisata adalah kekuatan atau sifat yang dimiliki oleh atraksi yang dibuktikan dengan kedatangan wisatawan. Dalam hal ini daya tarik Pacu Jawi dilihat dari aspek keunikan dan keindahan, arena keunikan merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam melihat daya tarik atraksi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara produk yang bersifat hiburan atau rekreasi terhadap minat berkunjung, serta keputusan berkunjung yang telah dilakukan oleh konsumen atau masyarakat.

Terkait adanya pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian juga dipaparkan dalam penelitian Mariaji (2015) yang hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli *compact disc*. Pengujian faktor psikologis menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen untuk membeli *compact disc*, karena faktor psikologis seseorang juga dapat membentuk keyakinan dan sikap yang dapat membentuk citra suatu produk atau jasa, dan selanjutnya seseorang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Sikap konsumen merupakan evaluasi dari perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

Mendukung paparan-paparan di atas, Anikina et al., (2014) menjelaskan bahwa edukasi dan rekreasi yang digabungkan sebagai sebuah teknologi baru untuk pembelajaran, dianggap sebagai inovasi teknologi modern yang menggunakan perpaduan seperti komputer, permainan, video, film, musik, dan lain sebagainya. Sistem *edutainment* dapat memberikan kebebasan kepada siapa saja untuk mencoba metode pengajaran yang lebih interaktif dan menghibur. Penelitian ini menggunakan pendekatan berbasis kompetensi dengan mengalokasikan tiga tahap yang berhubungan dengan pengenalan kategori ini ke dalam penelitian ilmiah, penggunaan kategori kompetensi dalam teori dan praktik pengajaran bahasa dan komunikasi dan mengenai kompetensi sebagai hasil pendidikan. Menurut penelitian ini analisis literatur ilmiah dan sumber lainnya menunjukkan bahwa sejumlah keunggulan dan metodologi teknologi *Edutainment* saat ini masih kurang diteliti, walaupun sebenarnya hal ini dapat menjadi alat yang efektif untuk pengembangan kompetensi.

3. Metode Penelitian

3.1. Desain Penelitian dan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini mengacu pada teknik *probability sampling* jenis area sampling, dimana populasi dikelompokkan berdasarkan letak geografisnya. Area sampling yang telah dikelompokkan oleh penulis adalah area Jakarta 24 sekolah, dan Bekasi 16 sekolah. Data tersebut dihasilkan dari proses undi terhadap 134 rombongan sekolah. Sedangkan kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah lokasi sekolah berada di wilayah Jakarta atau Bekasi, jenis kelamin pria atau wanita, usia 20 s.d. 50 tahun, dan memiliki jabatan sebagai Kepala Sekolah atau guru. Pengambilan data ini melalui kuisioner dengan menggunakan skala likert.

3.2. Pengukuran

Pengukuran variabel diuraikan dalam Tabel berikut ini :

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator
Sikap Konten Edukasi	Konten edukasi adalah penambahan pengetahuan dan kemampuan seseorang maupun kelompok melalui praktik belajar ataupun yang disajikan dalam bentuk data, disain, fakta ataupun bentuk observasi lainnya berdasarkan pengalaman atau hasil pemikiran manusia. (Craven dan Hirnle, 1996 dalam Sulih, 2002, Hymen (1973)	<ul style="list-style-type: none"> • Data/Fakta • Disain • Observasi • Praktik Belajar 	Data/Fakta : <i>Classroom, Educator</i> Disain : <i>Exebithion room, Rocketarium</i> Observasi : <i>Planetarium</i> Praktik Belajar : <i>Praktik roket air</i>
Sikap Konten Rekreasi	Konten rekreasi adalah suatu konsep, ide, hasil pengalaman ataupun hasil pemikiran manusia yang disajikan dengan tujuan untuk menyegarkan diri dari keletihan dan kelelahan, dan dilakukan di suatu tempat yang menjamin tujuan rekreasi di mana menawarkan kenikmatan yang diperlukan. (Hymen 1973, James J.Spillane 1987)	<ul style="list-style-type: none"> • Istirahat/Kenikmatan/Kenyamanan • Kesegaran 	Istirahat : <i>Taman bermain</i> Kesegaran : <i>rock climbing, Trampolin</i>
Minat Berkunjung (Minat Beli)	Minat beli adalah suatu proses psikologis seseorang dalam kaitannya melakukan rencana pembelian suatu barang atau jasa, terkait jumlah produk atau satuan jasa yang akan dibeli, serta terkait periode tertentu sesuai dengan kebutuhan calon pembeli tersebut. (Schifman dan Kanuk 2007, Howard yang dikutip oleh Durianto dan Liana 2004)	<ul style="list-style-type: none"> • Minat Transaksional • Minat Refrensial • Minat Preferensial • Minat Eksploratif 	Minat Transaksional : <i>Waktu kunjungan</i> Minat Referensial : <i>Mereferensikan kepada orang lain.</i> Minat Preferensial : <i>Sebagai pilihan utama.</i> Minat Eksploratif : <i>Survey sebelum berkunjung.</i>
Keputusan Berkunjung (keputusan beli)	keputusan pembelian akan muncul dari seseorang setelah melalui proses pertimbangan beberapa faktor yaitu perhatian, minat dan keinginan, lalu selanjutnya adalah keputusan pembelian. (Kotler 2002 & 2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Sosial • Psikologis 	Faktor Sosial : <i>Lokasi wahana dan Image wahana</i> Faktor Psikologis : <i>Sesuai kebutuhan</i>

Sumber: diolah (2018)

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis pertama adalah melakukan uji normalitas terhadap instrumen-instrumen di dalam kuisioner, yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang telah didapat peneliti memiliki sebaran yang normal atau tidak. Dari hasil uji normalitas didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi kolmogorov yaitu 0,052 lebih besar dari 0,05 maka disimpulkan data yang didapatkan oleh peneliti adalah normal. Selanjutnya peneliti juga melakukan uji heterokedistisitas yang hasilnya adalah nilai uji heterokedistisitas untuk setiap variabel adalah lebih besar dari 0,05 maka disimpulkan tidak terjadi heterokedistisitas pada data penelitian ini. Di mana penelitian yang baik adalah penelitian yang datanya tidak terjadi heterokedistisitas. Pengujian berikutnya adalah uji multikolinearitas di mana angka tolerance lebih dari 0,10 dan angka VIF lebih kecil dari 10,00 maka berarti disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Saat melakukan pengambilan data peneliti mendapatkan informasi tambahan dari responden yaitu tentang adanya ketetapan dari Dinas Pendidikan mengenai tema darmawisata yang harus dilaksanakan oleh sekolah-sekolah setiap tahunnya. SKYWORLD Indonesia yang

mengangkat tema antariksa dilihat cukup sejalan dengan ketentuan dari Dinas Pendidikan mengenai tema alam semesta. Itulah mengapa para koordinator rombongan sekolah tidak membutuhkan daya tarik yang khusus dari sebuah sikap konten rekreasi untuk mereka memutuskan SKYWORLD Indonesia sebagai lokasi yang dituju, karena yang menjadi pertimbangan mereka lebih kepada sikap konten edukasinya.

Sikap konten edukasi juga terbukti mempengaruhi tumbuhnya minat bagi para koordinator rombongan sekolah. Setelah mereka mengetahui sikap konten edukasi yang disajikan maka secara bersamaan muncul minat atau ketertarikan dalam diri mereka. Demikian pula setelah para koordinator rombongan mengetahui sikap konten rekreasi yang dimiliki maka tumbuh minat atau ketertarikan juga. Hal ini sesuai dengan hasil uji regresi yang telah dilakukan yaitu terdapat pengaruh antara sikap konten rekreasi terhadap minat berkunjung.

Tabel 2. Hasil Analisis Struktural 1 Hubungan Langsung (Direct Effect)

Hubungan	Koefisien Beta	T hitung	Sig
X1 → Y	0,546	4.070	0.000
X2 → Y	0,308	2.296	0.27

Sumber: diolah dengan SPSS

Berbeda dengan tiga hubungan sebelumnya yang dinyatakan berpengaruh, melalui uji regresi ini didapatkan hasil lainnya yaitu tidak terdapat pengaruh antara sikap konten rekreasi terhadap keputusan berkunjung, demikian pula dengan minat berkunjung yang tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hasil pengujian ini sejalan dengan pembahasan sebelumnya terkait ketentuan Dinas Pendidikan tentang tema tertentu bagi para sekolah dalam melaksanakan darmawisata. Maka tidak adanya pengaruh antara minat dengan keputusan berkunjung dikarenakan sekolah-sekolah diharuskan mengikuti tema-tema tertentu yang hanya ada di tempat-tempat wisata tertentu walaupun sebenarnya mereka tidak berminat. Tetapi dikarenakan ada himbauan dari Dinas Pendidikan maka kegiatan dengan tema yang telah ditentukan harus tetap dijalankan. Demikian pula kenyataannya rombongan sekolah tidak memperdulikan terkait rekreasi yang mampu membuat suatu keputusan.

Tabel 3. Hasil Analisis Model Struktural 2 Hubungan Langsung (Direct Effect)

Hubungan	Koefisien Beta	T hitung	Sig
X1 → Z	0.160	3.833	0.000
X2 → Z	0.179	1.249	0.220
Y → Z	0.049	1.193	0.241

Sumber: diolah dengan SPSS

Pengujian berikutnya adalah uji koefisien atau uji t, dan hasil uji tersebut didapatkan hasil yang sama dengan hasil uji regresi linear. Faktor penyebabnya diperkirakan adanya ketentuan dari Dinas Pendidikan mengenai tema-tema khusus yang wajib dijalankan oleh sekolah-sekolah dalam kegiatan darmawisata. Sehingga uji t juga membuktikan bahwa rombongan sekolah yang telah mengetahui konten edukasi dan konten rekreasi seperti yang disajikan maka akan tumbuh minat untuk berkunjung dalam diri mereka. Selain itu terbukti juga bahwa jika rombongan sekolah telah mengetahui konten edukasi yang tersedia, selain tumbuh minat, hal ini juga bisa langsung melahirkan suatu keputusan untuk berkunjung.

Demikian pula dengan hasil uji t yang menunjukkan pengaruh yang positif namun tidak signifikan antara minat berkunjung dengan keputusan berkunjung, serta adanya pengaruh yang juga positif namun tidak signifikan antara sikap konten rekreasi terhadap keputusan berkunjung.

Hal ini berarti tidak dibutuhkan suatu minat pengetahuan tentang sikap konten rekreasi untuk bisa mengambil keputusan berkunjung bagi suatu rombongan sekolah dikarenakan ketentuan tema yang diturunkan dari pemerintah.

Pengujian terakhir adalah uji jalur di mana didapatkan hasil bahwa hasil uji jalur untuk pengaruh langsung sikap konten edukasi terhadap keputusan berkunjung berpengaruh lebih signifikan dibandingkan dengan uji jalur sikap konten edukasi terhadap melalui minat berkunjung, terhadap keputusan berkunjung. Demikian pula untuk uji jalur sikap konten rekreasi terhadap keputusan berkunjung lebih berpengaruh lebih signifikan bila dibandingkan dengan uji jalur sikap konten rekreasi melalui minat berkunjung, terhadap keputusan berkunjung.

5. Keterbatasan Studi

Responden dalam penelitian ini cukup terbatas yaitu hanya rombongan sekolah yang berkunjung pada bulan Maret, April, Mei 2017. Di mana grafik kunjungan rombongan sekolah hanya tinggi pada waktu-waktu tertentu saja yaitu menjelang tahun ajaran baru dan juga libur semester. Saran untuk penelitian ini adalah memperpanjang periode kunjungan rombongan sekolah yang diambil datanyaserta dianalisa untuk dijadikan masukan bagi manajemen wahana Skyworld Indonesia.

6. Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menganalisa bagaimana hubungan antar variabel maka disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap konten edukasi terhadap minat berkunjung. Selain itu juga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap konten rekreasi terhadap minat berkunjung. Berikutnya terdapat pula pengaruh positif namun tidak signifikan antara minat berkunjung terhadap keputusan berkunjung, serta terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap konten edukasi terhadap keputusan berkunjung. Terakhir adalah terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara sikap konten rekreasi terhadap keputusan berkunjung.

Beberapa hal yang perlu dilakukan oleh manajemen pengelola wahana yaitu mempertahankan keunggulan konten edukasi yang saat ini sudah dimiliki dengan melakukan perawatan fisik konten dan fasilitas pendukung wahana lainnya terkait penunjang keberadaan konten edukasi. Meningkatkan keunggulan konten edukasi dari yang saat ini sudah dimiliki dengan melakukan pembaharuan dan pengayaan ilmu serta pengetahuan bidang astronomi, melakukan peningkatan kualitas pengetahuan seluruh staff wahana melalui pelatihan-pelatihan berkala, sekaligus untuk melakukan pemutakhiran ilmu juga menjadi hal penting yang perlu mendapat perhatian dari manajemen wahana. Staf wahana juga dipandang perlu secara terus menerus melakukan penelitian mandiri untuk pemutakhiran modul pengajaran dan menggelar program-program terkait pendidikan astronomi. Dari sisi strategi pemasaran, pengelola wahana ini juga penting untuk membuat program potongan harga di waktu-waktu tertentu, dan juga bekerjasama dengan pengelola lokasi wisata lainnya untuk pembentukan "Paket Hemat *Trip* Jakarta Timur".

Dalam hal strategi jangka panjang, berkunjung ke lembaga-lembaga penyelenggara bidang astronomi untuk menjalin hubungan yang berguna bagi kemajuan SKYWORLD Indonesia saat ini dan di masa depan adalah salah satu hal penting yang perlu diagendakan. Terkait dengan temuan lapangan oleh penulis mengenai informasi adanya ketentuan dari pemerintah mengenai tema yang ditetapkan setiap tahunnya bagi sekolah-sekolah untuk melakukan *study tour*, maka konten edukasi jelas menjadi hal penting yang perlu dijual dengan maksimal oleh SKYWORLD Indonesia.

Daftar Pustaka

Anikina, O. V., & Yakimenko, E. V. (2015). Edutainment as a modern technology of education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 166, 475-479

- Anukrati Sharma. (2015). "Strategy for Sustainable Tourism Development with reference of Hadauti and Shekhawati Regions of Rajasthan, India". Vol 5, Issue 4. September 2015.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2011). "Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi ke Empat". Jakarta: PR Gramedia Pustaka Utama.
- Daniel J. O'Keefe. (2015). *Persuasion: Theory and Research, Third dition*". SAGE Publications.
- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut. (2006). "Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi". Yogyakarta: PUSPAR UGM.
- Kirom, N. R., Sudarmiatin, S., & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(3), 536-546.
- Kotler, Philip. (2008). "Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Milenium". Jakarta: Prehallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). "Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek), Edisi Pertama". Jakarta: Salemba Empat.
- Mariaji, W. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Compact Disc (CD) di Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(8).
- Peter, Olson. (2005). "Consumer Behaviour and Marketing Strategy". New York: Mc. Graw Hill.
- Pitana, I Gede dan Gayatri Putu G. (2005). "Sosiologi Pariwisata". Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I Gede dan Surya Diarta, I Ketut. (2009). "Pengantar Ilmu Pariwisata". Yogyakarta: Andi.
- Schifman dan Kanuk. (2007). "Perilaku Konsumen Edisi Kedua". Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Spillane, James J.(1987). "Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya". Jakarta: Kanisius.
- Simanjuntak Bungaran, Antonius. (2014). "Korelasi kebudayaan dan pendidikan". Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sagala, Syaiful. (2013). "Etika dan Moralitas Pendidikan". Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. (2014). "Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran". Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Suroso, Rendra. (2004). "Material dan Metode Edukasi dari Perspektif Sains Kognitif". Bandung: Fe Institute.
- Suzanti, P. (2014). Daya Tarik Pacu Jawi Sebagai Atraksi Wisata Budaya Di Kabupaten Tanah Datar. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 6(1), 1-7.
- Tjiptono, Fandy. (2014). "Pemasaran Jasa Edisi 1". Yogyakarta: Andi.
- Winarto, (2016). Pengembangan Model Wisata Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal Dengan Pendekatan Saintifik Di Brebes Selatan Sebagai Alternatif Model Belajar Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Peradaban*. Diakses tgl 2 September 2018 pada journal.peradaban.ac.id

Profil Penulis

Dewi Nurbaiti adalah dosen Prodi Manajemen Fakultas Bisnis Kalbis Institutedengan pengalaman mengajar bidang manajemen dan industri kreatif di tingkat sarjana. Penulis memiliki ketertarikan pada penelitian manajemen edukasi dan proses pengembangan inovasi produk maupun jasa. Koresponden penulis dapat dihubungi di: dewi.nurbaiti@kalbis.ac.id

Siti Nurjanah adalah Kepala Program Studi Magister Manajemen Fakultas Bisnis Kalbis Institutedengan pengalaman mengajar berbagai bidang manajemen pada tingkat sarjana dan pascasarjana.