

ANALISIS DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI MUSEUM KAYU TUAH HIMBA KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

Ariansyah

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara
Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda,
Email: ariwahyu120@gmail.com

Abstract

This study aims to determine whether or not the influence of interest visiting factors, namely tourist attraction and promotion, on the interest of tourist visits to the Kayu tuah himba Kutai Kartanegara museum. The subjects in this study were tourists who came or had visited the Kayu Tuah Himba Museum, with a total sampling of 100 respondents. The results of this study indicate if there is an influence between attractiveness and interest in tourist visits at the KTH Museum, Kutai Kartanegara Regency with a standardized regression value of 0.734. The t test results show t count 8.920 with a significance value of 0.000 using the confidence level $\alpha = 95\%$ (0.05). Then other results found that there is no influence between promotion and interest in visiting is explained by the value of the promotion variable coefficient from the standardized regression equation of (0.098). The t test results show t count (1.189) with a significance value of 0, 237. By using $\alpha = 95\%$ (0.05). And then the results of all variables when tested together get the results. Based on the F test, it is obtained that F count is 45.131 with a significance level of 0.000. Therefore the probability is much smaller than (0.000 < 0.05) and F count is greater than F table (45.131 > 3.09) which means that there is a significant influence between attractiveness and promotion on interest in visits, with the coefficient results. shows a figure of 0.471 which can be interpreted if the attractiveness and promotion variables contribute 47.1% to the interest of tourist visits at the KTH Museum, Kutai Kartanegara Regency and the remaining 52.9% of the contribution is given by variables or other factors outside of this study.

Keywords: *Visiting Interest, Attraction, Promotion, Museum.*

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang memiliki beberapa destinasi yang dianugrahi *United Nations Educational UNESCO* setidaknya ada 8 (delapan) situs warisan dunia dan salah satu warisan dunia yaitu Situs Candi Borobudur dan Kawasan Cagar alam di Pulau Komodo. Oleh karena itu pariwisata Indonesia perlu adanya perhatian khusus dari pemerintah karena merupakan salah satu sektor pendapatan yang cukup besar bagi Indonesia. Sektor pariwisata sangat potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan bagi negara Indonesia. Pertumbuhan industri pariwisata tentu akan sangat berarti bagi negara- negara berkembang oleh karenanya program pengembangan industri pariwisata daerah akan sangat diharapkan untuk dapat memberikan sumbangan bagi pendapatan suatu negara.

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan sesuatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata (Paramansyah, 2017). Pengembangan industri pariwisata akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa, saat wisatawan berwisata, mereka akan melakukan kegiatan-kegiatan pembelian barang maupun jasa sehingga menimbulkan permintaan pasar, hal ini juga akan berakibat pada besarnya permintaan barang, modal dan bahan baku produksi untuk memenuhi permintaan pasar. Negara Indonesia sendiri memiliki banyak daerah tujuan wisata yang menarik, salah satunya di Provinsi Kalimantan Timur.

Provinsi Kalimantan Timur yang merupakan salah satu tujuan wisata potensial yang berada di Indonesia dan juga memiliki daya tarik wisata yang tak kalah menarik dari tempat lainnya yang ada di Indonesia (Wahyuni, 2019). Salah satu Kabupaten yang memiliki potensi wisata yang menarik itu adalah Kabupaten Kutai Kartanegara, di Kabupaten Kutai Kartanegara memiliki potensi daya tarik wisata yang cukup lengkap, dari wisata budaya, wisata alam dan wisata buatan yang berjumlah 36 daya tarik wisata dan salah satu daya tarik wisata yang memiliki kekhasannya tersendiri dari segi edukasi dan budayanya ialah museum.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun (2015) “Museum adalah sebuah lembaga yang berfungsi untuk melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat” salah satu museum yang memiliki daya tarik wisata budaya yang khas dan memiliki potensi yang sangat bagus ialah Museum Kayu Tuah Himba (KTH).

Museum KTH berada dikawasan daya tarik wisata Waduk Panji Sukarame Tenggarong. Museum ini dibuat tahun 1990-1991 dan telah diresmikan serta menggunakan bahan dasar utama kayu dengan desain rumah panggung. Museum KTH memiliki koleksi dari berbagai jenis kayu yang hidup di pulau Kalimantan yang mencapai 220 jenis kayu, berbagai jenis dedaunan, dan kerajinan yang terbuat dari kayu serta yang paling unik dan

menjadi *icon* dari museum ini ialah terdapatnya dua mumi buaya pemakan manusia yang ditemukan di Sangatta dan Muara Badak.

Museum KTH saat ini dihadapkan pada tantangan untuk menarik kembali minat wisatawan agar mau berkunjung ke museum untuk sekedar menikmati koleksi, edukasi maupun keindahan alam sekitarnya. Menurut data kunjungan pariwisata Indonesia terus mengalami peningkatan tapi berbeda dengan Museum Kayu Tuah Himba sendiri yang mengalami penurunan dalam tiga tahun terakhir. Hal ini diperkuat dengan adanya data yang diterbitkan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kutai Kartanegara Tahun 2019 yang menunjukkan adanya penurunan jumlah kunjungan di Museum Kayu Tuah Himba.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Museum Kayu Tuah Himba

No	Nama Daya Tarik Wisata	Tahun				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Museum Kayu Tuah Himba	17.879	18.691	7.025	6.687	6.425

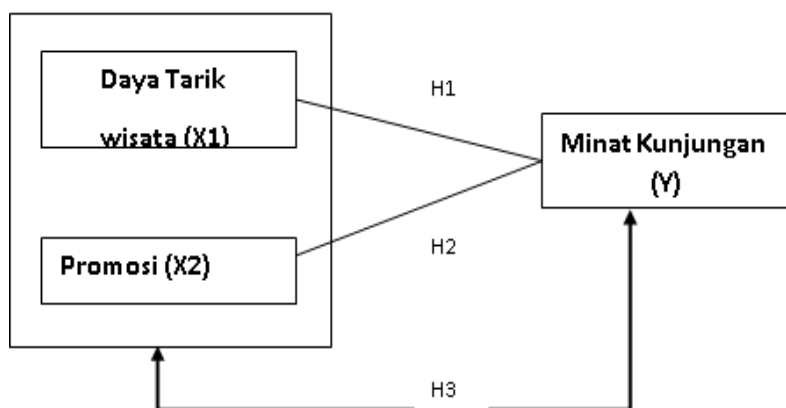
sumber: Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kab. Kukar, 2020

Museum KTH Sesungguhnya telah memiliki unsur pokok produk wisata yakni kualitas daya tarik wisata dan promosinya. Daya tarik wisata adalah keunikan, keindahan, dan kekayaan alam dan budaya yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung, karenanya kualitas daya tarik merupakan unsur dasar dari sebuah wisata yang harus ada (Rakib, 2017). Sedangkan promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan tentang produk/jasa yang ditawarkan agar menarik perhatian dan minat wisatawan, promosi idealnya dilakukan secara terus-menerus baik media sosial, cetak, dan elektronik pada pasar yang ingin dituju (Wolah, 2016).

Terdapat dua masalah utama yang penulis temukan selama melakukan observasi dilapangan yakni masalah daya tarik wisata dan promosi. Pertama promosi yang dilakukan pihak terkait untuk museum KTH sangat kurang dan menyebabkan pengetahuan calon wisatawan mengenai museum KTH sangat minim, akibatnya membuat calon wisatawan enggan untuk berkunjung. Kedua kualitas daya tarik wisata yang diberikan museum kepada wisatawan tergolong sangat buruk seperti atraksi, amenitas dan aksesibilitasnya sehingga berdampak pada keinginan calon wisatawan untuk berkunjung ke museum KTH. Dengan adanya dua masalah ini sangat lebih dari cukup untuk mempengaruhi minat berkunjung wisatawan, karena tentu saja mereka akan berfikir kembali jika ingin berwisata ke museum KTH. Dengan dikembangkannya suatu daya tarik wisata, hal tersebut tentu akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke museum KTH dan berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut.

Metode

Metode penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian ini merupakan usaha yang ditempuh untuk menemukan dan mengembangkan serta menguji kebenaran pengetahuan. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Minat Kunjungan (Y) wisatawan di museum Kayu Tuah Himba Kutai Kertanegara dengan variabel bebas yaitu Daya Tarik (X1) dan Promosi (X2). Subyek penelitian ini dipilih dari populasi wisatawan museum dan juga yang pernah berkunjung ke museum KTH. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini kuesioner yang berisi pernyataan. Kuesioner disusun dengan memberikan kode terhadap setiap jawaban dengan menggunakan skala likert. Sebelum skala ukur digunakan untuk menganalisis data, terlebih dahulu skala tersebut diuji validitas serta reliabilitasnya. Selanjutnya untuk menentukan teknik analisis apa yang akan digunakan, dilakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas dan uji heterokedastitas. Setelah uji prasyarat dilakukan, ditemukan hasil jika data berdistribusi normal yang artinya analisis data selanjutnya akan dilakukan dengan menggunakan statistik parametrik dengan uji regresi linier berganda.



Gambar 1. Model Hipotesis

sumber: data diolah, 2021

Hasil dan Pembahasan

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel minat kunjungan dapat dijelaskan oleh variabel daya tarik wisata dan promosi. Pada penelitian ini juga dijelaskan bahwa responden yang digunakan adalah pengunjung museum KTH dengan jumlah 100 orang responden. Responden diklasifikasikan berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan dan jumlah kunjungannya.

Pada tabel 2 diketahui bahwa nilai koefisien variabel daya tarik wisata dari persamaan regresi yaitu 0,734 dan t hitung 8,920 dengan nilai signifikansi 0,000 dengan menggunakan tingkat kepercayaan 0,05. Hasil ini menunjukkan secara parsial Daya Tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan wisatawan, artinya semakin tinggi tingkat daya tarik wisata maka

semakin tinggi minat kunjungan wisatawan berkunjung ke museum KTH. Oleh sebab itu, H1 penelitian “diduga terdapat pengaruh signifikan secara parsial Daya Tarik wisata terhadap Minat Kunjungan” diterima dan H0 ditolak.

Tabel 2. Uji T Parsial

Variabel Penelitian	t hitung	signifikasi
Daya Tarik Wisata (X1)	8,920	0,000
Promosi (X2)	1,189	0,237

sumber: data diolah, 2021

Hasil ini semakin diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Sondakh (2016), Wiradiputra & Brahmanto (2016). Penelitian terdahulu yang dilakukan menunjukkan jika terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik dengan minat kunjungan wisatawan. Lalu ditemukan juga jika pengaruh diantara keduanya bersifat positif, yang artinya semakin tinggi daya tarik wisata, maka semakin tinggi pula minat kunjungan wisatawan untuk berkunjung. Sebaliknya, makin rendah DTW, maka semakin rendah pula minat kunjungan wisatawan.

Berdasarkan hasil Uji t variabel Promosi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Kunjungan dan hasil ini dapat dielaskan dari nilai koefisien variabel Promosi dari persamaan regresi yaitu 0,098 dan t hitung 1,189 dengan nilai signifikansi 0,237 dengan menggunakan tingkat kepercayaan 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat Kunjungan wisatawan. H1 penelitian menyatakan “diduga terdapat pengaruh signifikan secara parsial Promosi terhadap Minat Kunjungan” ditolak dan H0 diterima.

Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Shalamah & Indrawari (2019) yang hasil penelitiannya mendapatkan hasil jika promosi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya oleh peneliti lain dimungkinkan karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhi atau menjadi kendala dalam penelitian ini. sebelumnya, promosi merupakan hal yang paling wajib dilakukan agar orang-orang dapat mengetahui daya tarik wisata apa saja yang terdapat di suatu daerah, maka kurangnya promosi merupakan kelemahan yang sangat penting untuk ditanggulagi.

Tabel 3. Uji F Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	316,603	2	158,302	45,131	,000
Residual	340,237	97	3,508		

sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3 Uji F diperoleh F hitung 45,131 dengan signifikansi 0,000. Karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 (0,000 lebih kecil dari 0,05) dan F hitung lebih besar dari F tabel (45,131 lebih besar dari 3,09) maka dinyatakan bahwa variabel independen meliputi daya tarik wisata (X1) dan promosi (X2) secara simultan mempengaruhi minat kunjungan (Y) secara signifikan. Oleh karena itu, H1 penelitian yang menyatakan “diduga terdapat pengaruh signifikan secara simultan daya tarik wisata dan promosi terhadap minat kunjungan” diterima dan H0 ditolak.

Simpulan

Daya Tarik wisata berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Kunjungan di Museum KTH, ini berarti daya tarik wisata mempengaruhi minat kunjungan museum. Promosi wisata tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Kunjungan wisata di museum Kayu Tuah Himba. Kemajuan teknologi dapat membantu proses promosi dengan cara menyebarluaskan baik di media sosial maupun cetak agar mampu mempromosikan wisata dengan lebih baik. Museum KTH sebaiknya dapat menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah terdekat untuk secara rutin *study tour*, dapat pula menyediakan *tour guide* akan menambah keinginan wisatawan dalam berkunjung.

Daftar Pustaka

- Paramansyah, A. (2017). Teknik Promosi Pengembangan Potensi Pariwisata. *Jurnal Ilmiah “DUNIA ILMU” VOL*, 3(1).
- Rakib, M. (2017). Strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal sebagai penunjang daya tarik wisata. *Jurnal Kepariwisata*, 1(2), 54-69.
- Shalamah, U. H., & Indrawati, F. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Kunjungan Ulang di Balai Kesehatan Masyarakat. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 5(1), 145-157.
- Sondakh, P. M. N. (2016). Pelayanan, Keamanan dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- Wahyuni, S. (2019). Analisis Pariwisata Budaya dalam Pengembangan Aset Lokal Perayaan Upacara Adat Dahau di Kabupaten Kutai Barat Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 3(1).
- Wiradiputra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis persepsi wisatawan mengenai penurunan kualitas daya tarik wisata terhadap minat berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 129-137.
- Wolah, F. F. C. (2016). Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Poso. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 5(2).