

Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta

Leylita Novita Rossadi
STIE “Pariwisata API” Yogyakarta

Endang Widayati
STIE “Pariwisata API” Yogyakarta
endang_widygy@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of marketing mix on purchasing decisions at PT. Tunas Indonesia Tours & Travel Yogyakarta branch. Marketing mix variables consist of 4 sub variables namely: Price (X1), Product (X2), Promotion (X3), and Place (X4). The population in this study is consumers who make purchases at PT. Tunas Tours & Travel Yogyakarta in 2016. Using non-random sampling method with purposive sampling technique with a sample of 100 respondents. In this study using is descriptive and quantitative using multiple linear regression method. The results showed that price and location / distribution variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. This is shown from the results of multiple linear regression test where both variables have P value <of 5% and t arithmetic> t table. While the product and promotion variables have an insignificant effect on purchasing decisions. This is shown from the results of multiple linear regression test of these variables have a value of P value> of 5% significant. The test results simultaneously, show the marketing mix has a significant influence in purchasing decisions where the test results proved P value <of 0.05 or 5%

Keywords: product, price, place, promotion, purchasing decision

ABSTRAK

Balong Waterpark merupakan wahana permainan air berbasis taman air yang pertama di Yogyakarta merupakan salah satu inovasi terbaru dari sebuah kolam renang yang dikembangkan dan di kemas lebih menarik dan berbeda Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh aksesibilitas, amenitas, dan atraksi wisata terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan metode survey dengan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Populasi dalam penelitian ini melibatkan 100 responden menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *non probability sample* /sampling aksidental. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen (aksesibilitas, amenitas, dan atraksi wisata) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark, hal ini terbukti dengan tingkat alpha ($\alpha= 0,05$) pada uji F menunjukkan signifikansi 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05. Dan secara parsial variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark, terbukti ($\alpha= 10\%$) dan variabel amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark, terbukti ($\alpha= 5\%$). Sedangkan variabel atraksi wisata nilainya positif sebesar 0,768 akan tetapi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark

Kata Kunci : Balong Waterpark, Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi wisata, Minat.

PENDAHULUAN

Balong Waterpark merupakan salah satu wahana air Waterpark di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta, yang terletak di jalan Pleret Km 1,5 Kecamatan Banguntapan. Balong Waterpark adalah salah satu inovasi terbaru dari sebuah kolam renang yang dikembangkan dan di kemas lebih menarik serta berbeda. Dengan slogan “*Full of Splash and Fun*” diharapkan pengunjung dapat dengan senang hati menikmati wahana permainan air yang ada di Balong Waterpark.

Balong Waterpark merupakan wahana air Waterpark yang masih terbilang belum terlalu besar dibandingkan dengan *Galaxy Waterpark* dan *Grand Puri Waterpark*. Akan tetapi hal tersebut tidak membuat *Balong waterpark* tidak di minati oleh pengunjung. Dari awal beroperasi pada tahun 2010 hingga saat ini, *Balong Waterpark* masih menjadi salah satu pilihan untuk dijadikan tempat berlibur. Selain itu Balong Waterpak masih dipercaya oleh para konsumennya sebagai tempat kunjungan *study tour*. Adapun fasilitas yang di sediakan oleh pihak pengelola untuk memenuhi kebutuhan pengunjung yang berupa tempat parkir yang luas, mushola, kamar mandi dan toilet, tempat bilas, loker penyimpanan barang, *gazebo*, *food court*, penyewaan ban atau pelampung, penyewaan kaca mata berenang dan lain-lain. Selain itu atraksi wisata yang ada di *Balong Waterpark* adalah berupa wahana permainan air yang di desain sedemikian rupa sehingga dapat dengan aman dan nyaman dinikmati oleh pengunjung *Balong Waterpark*. Meskipun begitu wahana permainan air yang ada di *Balong Waterpark* terbilang belum cukup beragam dibandingkan dengan Waterpark lainnya yang ada di Bantul. Wahana permainan yang ada di *Balong Waterpark* berupa ember tumpah, air mancur kecil, *water slide anak*, *water coaster*, *speed slide*, serta kolam renang anak dan kolam renang dewasa.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Balong Waterpark Tahun 2012-2016

No	Bulan	Tahun				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	Januari	4.720	7.352	8.464	7.335	9.450
2	Februari	3.041	3.899	2.497	5.612	5.511
3	Maret	3.886	6.474	6.709	6.003	5.180
4	April	4.868	4.808	6.216	5.410	6.999
5	Mei	4.364	6.079	8.890	6.997	8.613
6	Juni	4.911	5.853	7.658	5.306	3.098
7	Juli	6.913	5.241	3.460	7.200	11.602
8	Agustus	6.415	8.384	8.608	6.058	5.514
9	September	4.438	5.215	5.506	6.292	5.436
10	Oktober	4.481	5.103	6.134	7.165	6.924
11	November	4.953	5.175	5.829	6.865	5.803
12	Desember	8.263	7.146	7.305	11.569	11.315
Total		61.253	70.729	77.276	81.812	85.445

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung di *Balong waterpark* setiap tahunnya mengalami peningkatan. Tetapi pada bulan februari tahun 2014 *Balong waterpark* mengalami penurunan kunjungan wisatawan, hal tersebut terjadi dapat di sebabkan karena pada bulan februari 2014 termasuk bulan *low season* yang mengakibatkan tempat wisata mengalami penurunan kunjungan. Pada tahun 2016 jumlah kunjungan wisatawan di *Balong Waterpark* mengalami kenaikan dengan jumlah kunjungan sebesar 85.445 pengunjung, dibandingkan dengan tahun 2015 dengan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 81.812 pengunjung. Adanya kenaikan terhadap jumlah kunjungan dengan prosentase kenaikan sebesar 4,4%, tentu tidak terlepas dari komponen atau unsur-unsur pariwisata yang diterapkan.

TINJAUAN LITERATUR

Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah suatu alat yang dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang akan melakukan perjalanan. Untuk melakukan perjalanan tersebut dibutuhkan suatu alat transportasi. Dengan adanya kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai macam alat transportasi sudah tersedia beragam jenisnya dan menjadi salah satu pendukung serta pendorong kemajuan pariwisata (Sammeng, 2000).

Yoeti (2000) dalam Suryatna (2010) pengertian aksesibilitas adalah merupakan unsur-unsur kemudahan yang disediakan bagi wisatawan yang berkunjung ke suatu tempat dan untuk itu mereka harus membayar dengan harga yang wajar. Sedangkan definisi aksesibilitas menurut Trihatmodjo dalam Yoeti (1997) yang dikutip oleh Ahmad (2014) bahwa aksesibilitas adalah suatu kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara jarak geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi menuju lokasi tujuan tersebut.

Soekadjo (2003) persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat wisata serta harus ada akhir dari tempat suatu perjalanan. Oleh karena itu harus selalu ada:

1. Akses informasi. Dengan adanya kemajuan, manusia untuk menyalurkan segala bentuk keinginannya telah menjadikan dunia ini sebagai suatu tempat tanpa batas.
2. Akses kondisi jalan menuju objek wisata, dan akses jalan tersebut harus berhubungan dengan prasarana umum.
3. Akses tempat akhir perjalanan (tempat parkir).

Amenitas

Amenitas merupakan berbagai rangkaian fasilitas yang disediakan oleh suatu tempat tujuan wisata yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung atau wisatawan yang datang. Sedangkan Fasilitas adalah suatu alat yang disediakan oleh pihak pengelola tempat wisata guna memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk menikmatinya, fasilitas dapat berupa penginapan, tempat parkir, tempat belanja, ruang pengelola, kamar mandi, dan toilet (Spillane, 2000).

Amenitas adalah segala bentuk fasilitas pendukung yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya. Amenitas berkaitan dengan sarana akomodasi, restoran, toilet umum, rest

area, souvenir shop, tempat parkir, tempat ibadah dan lain-lain yang sebaiknya harus ada di suatu destinasi wisata (Rusvitasari dan Solihin, 2014).

Sedangkan menurut Cahyani dan Aditya (2014) amenitas yaitu berbagai fasilitas seperti tempat-tempat penginapan, restoran, dan transportasi lokal yang mungkin wisatawan berpergian di tempat tersebut serta alat-alat komunikasi yang lainnya.

Menurut Yoeti (2003) fasilitas wisata adalah semua hal yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang di kunjunginya, dimana mereka dapat dengan santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Suwantoro (2000) menyatakan bahwa fasilitas terdiri dari akomodasi, restoran, usaha rekreasi, dan hiburan, transportasi serta sarana lain seperti souvenir shop, penyedia air, dan sarana toilet. Fasilitas wisata juga dapat diartikan sebagai sarana wisata, menurut Yoeti (1990) dalam Ahmad (2014) terdiri dari beberapa macam sarana kepariwisataan, dimana satu dengan yang lainnya saling melengkapi.

Atraksi Wisata

Atraksi atau daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata (UU No.10 tahun 2009). Crouch and Ritchie (1999) dalam Vengesai (2003) yang dikutip oleh Abdulhaji (2016) mengatakan bahwa atraksi adalah elemen utama yang menarik dari destinasi, atraksi merupakan motivator kunci untuk mengunjungi suatu destinasi.

Goeldner et al (2000) dalam Vengesai (2003) yang dikutip oleh Abdulhaji et al (2016) menyatakan bahwa atraksi merupakan alasan pokok pengunjung memilih suatu destinasi daripada yang lain. Atraksi diklasifikasikan dan dikelompokkan menjadi lima kelompok utama: kebudayaan,

alam, acara, rekreasi, dan hiburan). Sedangkan menurut Roger dan Slinn (1998) dalam Abdulhaji et al (2016) atraksi atau daya tarik adalah segala sesuatu yang terdapat di objek wisata yang menjadi daya tarik sehingga orang berkunjung ke tempat tersebut.

Soekadijo dalam Abdulhaji et al (2016) mengungkapkan bahwa atraksi wisata yang baik juga dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberikan kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung. Untuk mencapai hasil tersebut ada beberapa syarat yang harus dipenuhi yaitu, kegiatan (*act*) dan objek (*artifact*) yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan yang baik.

Menurut Mariotti dalam Yoeti (1987) yang dikutip oleh Suryatina (2010) bahwa ada tiga hal penting yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata.

METODE, DATA, DAN ANALISIS

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke wahana air *Balong Waterpark*. Sampel yang diambil dari populasi bersifat representative yang menggambarkan karakteristik populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang wisatawan lokal atau domestik yang berusia 17 tahun ke atas, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sample/sampling* aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bisa di temui (asal sampel sesuai dengan kriteria yang disyaratkan).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuisioner yang dibagikan kepada responden.

Variabel dalam penelitian ini meliputi X1(aksesibilitas), (X2) amenitas, dan (X3) atraksi wisata yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilainya

mempengaruhi (Y) minat kunjungan wisatawan ke wahana air *Balong Waterpark*.

Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan dugaan sementara berupa, hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

Dimana:

- H_0 : tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- H_a : variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden yang dianalisis sebanyak 100 orang responden dan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, asal kota, frekuensi kunjungan ke *Balong Waterpark*, dan kendaraan yang digunakan untuk berkunjung.

Tabel 2. Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	42
	Perempuan	58	58
	Total	100	100
Usia	17 – 21	22	22
	22 – 26	46	46
	27 – 31	17	17
	32 – 36	7	7
	37 keatas	8	8
	Total	100	100
Pekerjaan	PNS	6	6
	Swasta	26	26
	POLRI	2	2
	Wiraswasta	9	9
	Pelajar/Mahasiswa	36	36
	Lain-lain	21	21
	Total	100	100
Frekuensi kunjungan	1	55	55
	2	25	25
	3	11	11
	4	2	2
	Diatas 5 kali	7	7
	Total	100	100
Kendaraan	Kendaraan pribadi	93	93
	Umum	0	0
	Bus (Rombongan)	7	7
	Total	100	100
Asal kota	Provinsi DIY	90	90
	Luar Provinsi DIY	10	10
	Total	100	100

Dari hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas, amenitas dan atraksi wisata secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark. Hal tersebut terbukti dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8,439 > 2,70$).

Dari hasil uji parsial variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, dengan $\alpha = 10\%$. Dari hasil kuisioner yang telah diisi oleh 100 responden pada pernyataan mengenai variabel aksesibilitas, adalah sebagai berikut: bahwa 61% responden menyatakan setuju dan 31% responden menyatakan sangat setuju, jika akses jalan menuju lokasi Balong Waterpark mudah dicapai. Akan tetapi ada 24% responden menyatakan tidak setuju jika petunjuk arah yang dipasang mudah untuk diikuti. Hal tersebut besar kemungkinan terjadi karena 24% responden tersebut kesulitan saat menuju lokasi Balong Waterpark, karena baliho atau papan reklame yang digunakan sebagai petunjuk arah ukurannya masih kurang besar, dan warnanya mulai memudar sehingga kurang jelas terlihat dari kejauhan. Sedangkan 70% responden menyatakan setuju jika lokasi Balong Waterpark strategis, walaupun Balong Waterpark terletak dekat dengan perkampungan masyarakat banguntapan, tetapi letak bangunan Balong Waterpark sendiri berada di pinggir jalan utama yang menuju daerah Bantul bagian timur. Selanjutnya 51% responden menyatakan tidak setuju bahwa mudah menemukan transportasi umum disekitar Balong Waterpark, hal tersebut dikarenakan akses halte TransJogja sendiri belum sampai di kawasan Bantul bagian timur, dan kebanyakan transportasi umum yang berlalu lalang adalah taksi online dan ojek online. Pada pernyataan selanjutnya 64% responden menyatakan setuju bahwa Balong Waterpark terletak tidak jauh dari pusat Kota Yogyakarta. Walaupun terletak di Kabupaten Bantul bagian timur, untuk menuju ke pusat Kota Yogyakarta tidaklah membutuhkan

waktu yang lama yaitu sekitar 20 – 30 menit saja. Pada pernyataan terakhir 80% responden menyatakan setuju bahwa kondisi jalan menuju Balong Waterpark baik dan nyaman.

Selanjutnya hasil uji parsial variabel amenitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil pengujian ini memberikan pengertian tingkat amenitas mempunyai peran dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Balong Waterpark. Sehingga semakin tinggi tingkat amenitas yang dimiliki objek wisata tersebut maka semakin tinggi pula minat kunjungan wisatawan.

Hasil kuisioner yang telah disebar dan diisi oleh 100 orang responden pada pernyataan mengenai variabel amenitas bahwa 78% responden setuju bahwa fasilitas loker yang disediakan pengelola Balong Waterpark aman dan praktis serta mempermudah pengunjung untuk menyimpan barang bawaan mereka. Pada pernyataan kedua 69% responden menyatakan setuju fasilitas pelampung yang disewakan dengan harga terjangkau dan bentuknya menarik, sehingga dapat membantu para pengunjung yang tidak dapat berenang tetapi tetap bisa menikmati wahana permainan di Balong Waterpark. Sedangkan pada pernyataan ketiga 70% responden menyatakan setuju bahwa fasilitas gazebo yang disediakan sangat menarik, nyaman untuk digunakan beristirahat serta dengan harga sewa terjangkau yaitu Rp.20.000/gazebo. Pada pernyataan keempat 73% responden menyatakan setuju bahwa tempat parkir yang disediakan sudah memadai. Dan untuk pernyataan kelima 72% responden menyatakan setuju bahwa fasilitas foodcourt di Balong Waterpark mempunyai citarasa yang enak, bersih, murah, serta diperbolehkan membawa atau membeli makanan diluar kawasan Balong Waterpark, hal inilah yang menjadi perbedaan antara Balong Waterpark dengan wahana air di Yogyakarta yang lainnya. Pada pernyataan keenam 67% responden menyatakan setuju bahwa fasilitas

kamar mandi yang disediakan pihak pengelola sudah memadai.

Sedangkan hasil uji parsial variabel atraksi wisata nilainya positif sebesar 0,768 akan tetapi secara signifikan variabel atraksi wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan. Hal tersebut kemungkinan terjadi karena wahana permainan di Balong Waterpark masih kurang beragam jenisnya dibandingkan dengan Waterpark lainnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis regresi linear berganda yang diikuti dengan uji statistik asumsi klasik, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hipotesis 1 bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark, terbukti ($\alpha = 10\%$).
2. Berdasarkan hipotesis 2 bahwa amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark, terbukti ($\alpha = 5\%$).
3. Berdasarkan hipotesis 3 bahwa atraksi wisata nilainya positif sebesar 0,768 akan tetapi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran kepada pihak *Balong Waterpark* sebagai berikut:

1. Petunjuk arah sangat dibutuhkan oleh wisatawan yang baru pertama kali akan mengunjungi Balong Waterpark, akan tetapi belum tersebar diseluruh Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Wahana air Balong Waterpark sebaiknya melakukan peningkatan terhadap sarana fasilitas.

3. Diharapkan Balong Waterpark dapat menambah wahana permainan baru atau bahkan dapat menciptakan wahana permainan sendiri sehingga lebih berinovasi dan berbeda dengan wahana taman air lainnya, dan dapat menjadikan ciri khusus tempat tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulahji, Sulfi dan Yusuf, Ibnu Sina Hi. 2016. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Dikota Ternate. *Jurnal Pendidikan Humano*. Vol 7. No 2.
- Ahmad. 2014. Pengaruh Daya Tarik Masjid dan Daya Tarik Bedug Terhadap Minat Berkunjung di Obyek Wisata Religi Masjid Agung Purworejo. Skripsi: Tidak diterbitkan. STIE Pariwisata API Yogyakarta.
- Cahyani, Kris dan Aditya, Judith. 2014. Potensi Obyek Wisata Goa Gong, Pantai Klayar, Pemandian Air Panas Tirta Husada di Kabupaten Pacitan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*. Vol 10. No. 1. ISSN: 1907-2457.
- Rusvitasari, Evi dan Solikhin, Agus. 2014. Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang. *Jurnal Pariwisata Indonesia*. Vol 10. No 1. ISSN: 1907-2457.
- Sammeng. M. A. 2000. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Kementrian Negara Pariwisata Dan Kesenian.
- Soekadijo. R. 2003. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Suryatina. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung Di Kebun Binatang Gembiraloka Yogyakarta. Skripsi: Tidak diterbitkan. STIE Pariwisata API Yogyakarta.

- Suwantoro, Gamal. 2000. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Spillane, James. J. 2000. Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya. Yogyakarta: Kanisius.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Yoeti, Oka. A. 2003. Tours And Travel Marketing. Jakarta: Pradnya Paramita.