

FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN WISATAWAN BERKUNJUNG KE TAMAN NASIONAL KOMODO DI KABUPATEN MANGGARAI BARAT NUSA TENGGARA TIMUR

**Antonius Atahena
I Gusti Bagus Rai Utama
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomika & Humaniora
Universitas Dhyana Pura**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Taman Nasional Komodo yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur.

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden. Variabel yang digunakan sebanyak 15 variabel dan dikelompokkan menjadi faktor dengan bantuan software *SPSS for windows* melalui analisis faktor yang terdiri dari tahap memilih variabel, melakukan ekstraksi, menamakan masing-masing faktor dan uji ketepatan model

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo adalah faktor alam dan harga paket (34,939 %), faktor transportasi dan hotel (17,883 %), faktor restoran dan paket wisata (11,302 %), faktor kamar kecil/toilet dan keamanan (8,110 %). Faktor yang paling dominan menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo adalah faktor alam dan harga paket wisata dengan % of variance 34.939.

Kata Kunci : Daerah tujuan wisata, Wisatawan, Hewan Purba

ABSTRACT

The research was carried out in the Park which aims to determine the factors that determine tourists visit to the Komodo National Park West Manggarai-Nusa Tenggara Timur.

Sampling method used in this study is accidental sampling method with a total sample of 75 respondents. Variables used as many as 15 variables were then

grouped into factors with the help of software SPSS for windows through factor analysis which consists of several stages: selecting variables, extraction, named each factor and test the accuracy of the model.

The conclusion of this study indicate that the factors that determine tourists visit Komodo National Park is a tourist attraction factor (34.939%), factors of transportation (17.883%), factors travel packages (11.302%), factors of hospitality and security (8.110%). The most dominant factors determining tourists visit the Komodo National Park are tourist attraction factors price of 34.939%.

Key word : Tourist destination, tourist, ancient animals

1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian bangsa, oleh karena itu sektor ini menjadi salah satu yang diperhatikan pemerintah dalam pengembangannya. Perhatian khusus dari pemerintah ini memberikan dampak positif yang begitu besar bagi pariwisata Indonesia baik yang sudah dikenal maupun daerah tujuan wisata baru di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia di beberapa tahun terakhir.

Pada tahun 2008, pemerintah Indonesia mengadakan program Tahun Kunjungan Indonesia untuk meningkatkan jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Hasil dari program ini adalah peningkatan jumlah wisatawan asing yang meningkat setiap tahunnya hingga tahun 2012. Menurut data Badan Pusat Statistik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2008 adalah sebanyak 6,2 juta orang, tahun 2009 meningkat menjadi 6,3 juta orang, tahun 2010 mencapai 7 juta orang, kemudian di tahun 2011 mencapai 7,6 juta orang dan meningkat di tahun berikutnya yaitu tahun 2012 mencapai 8 juta orang (BPS, 2014).

Indonesia sendiri merupakan negara kepulauan yang banyak menyimpan kekayaan alam dan kebudayaan yang sangat beragam dari Sabang sampai Merauke, Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. Alam Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis dan 17.508 pulau yang diantaranya 6000 di antaranya tidak dihuni.

Sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah wisatawan ke Indonesia, pemerintah melalui Dinas Pariwisata Daerah terus mengembangkan dan mempromosikan daerah-daerah wisata yang menjadi destinasi pilihan di Indonesia. Upaya pemerintah ini memberikan hasil positif dimana sudah banyak bermunculan daerah pariwisata baru di Indonesia di mata dunia diantaranya Raja Ampat di Papua, dan Taman Nasional Komodo di Labuan Bajo Manggarai Barat- Nusa Tenggara Timur.

Taman Nasional Komodo di Labuan Bajo Manggarai Barat- Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan mancanegara karena memiliki hewan purba komodo yang populasinya hanya terdapat di kawasan Taman Nasional Komodo, Taman Nasional ini terletak di Provinsi Nusa Tenggara Timur tepatnya berada di antara Pulau Sumbawa dan Pulau Flores di kepulauan Indonesia Timur. Secara administratif termasuk dalam wilayah Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat.

Taman Nasional Komodo terletak di kawasan *Wallacea* Indonesia. Kawasan Wallacea terbentuk dari pertemuan dua benua yang membentuk deretan unik kepulauan bergunung api dan terdiri atas campuran burung serta hewan dari kedua benua Australia dan Asia. Terdapat 254 spesies tumbuhan yang berasal dari Asia dan Australia di Taman Nasional Komodo. Selain itu, terdapat 58 jenis binatang dan 128 jenis burung. Perpaduan berbagai vegetasi di Taman Nasional Komodo memberikan lingkungan yang baik bagi berbagai jenis binatang dalam kawasan ini.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat- Nusa Tenggara Timur?
2. Faktor manakah yang paling dominan menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat- Nusa Tenggara Timur?

Definisi pariwisata dari dimensi spasial ini di Indonesia didefinisikan sebagai kegiatan wisata, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Kepariwisata No. 10 tahun 2009 pasal 1, yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Darmajati (2001:56) yang dikutip oleh Enggela (2005) menyatakan bahwa objek wisata pada garis besarnya berwujud objek, barang-barang mati atau statis baik yang diciptakan manusia sebagai hasil seni budaya maupun gejala alam, yang mempunyai daya tarik kepada wisatawan untuk mengunjungi dan dapat menyaksikan, mengagumi, menikmati sehingga terpenuhi kepuasan wisatawan sesuai dengan motif kunjungannya.

Menurut undang-undang pemerintahan nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dikatakan bahwa wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Menurut Samsuridjal dan Kaelany (1997 : 24-27) yaitu rekreasi, wisata bahari, wisata alam wisata budaya, wisata olahraga, wisata bisnis, wisata konvensional, dan wisata jenis lain (yang termasuk wisata jenis lain misalnya : wisata berburu, wisata safari, wisata fotografi, maupun wisata *honeymoon*).

The Commitee of Stastistical Experts of The League of Nations pada tahun 1937, menyatakan bahwa :

Wisatawan adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara selain negara dimana dia biasanya tinggal, dan dengan periode setidaknya tidaknya selama 24 jam (Erawan 1994 : 25).

Menurut Yoeti (2000 : 143) melihat sifat perjalanan dari ruang lingkup dimana perjalanan wisata dilakukan, maka wisatawan dapat digolongkan sebagai berikut: *Foreign Tourist* (Wisatawan Asing), *Domestic Foreign Tourist* , *Domestic Tourist*, *Transit Tourist* , *Indigenous Foreign Tourist* , *Business Tourist*

Menurut Suwanto (1997 : 19) tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangan meliputi 5 unsur : Obyek dan Daya Tarik Wisata, Prasarana Wisata, Sarana Wisata, Tata Laksana / Infra Struktur, Masyarakat/Lingkungan.

Menurut Bukart dalam Musanef (1996: 135), yang dikutip oleh Engella (2005: 18) biro perjalanan adalah perusahaan distribusi didalam industri pariwisata yang melayani permintaan mengatur transportasi, akomodasi dan jasa-jasa lain yang diperlukan wisatawan di daerah tujuan wisata, menjual paket-paket wisata melalui agen-agen atau melalui kantornya sendiri pada perorangan atau group dengan harga tertentu.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Taman Nasional Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari empat belas variabel. Kelima belas variabel yang dimaksud adalah Transportasi (V_1), Hotel (V_2), Restoran (V_3), Pantai (V_4), Kamar Kecil/Toilet (V_5), Pemandu Wisata (V_6), Keunikan Hewan Komodo (V_7), Kelancaran Lalu Lintas (V_8), Paket Wisata (V_9), Harga Paket Wisata (V_{10}), Kenyamanan (V_{11}), Keamanan (V_{12}), Keramahan Masyarakat (V_{13}), Kebersihan (V_{14}), dan Keindahan Bawah Laut (V_{15}).

Dalam penelitian ini, penentuan sampel ditentukan dengan metode *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, dimana siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang peneliti, orang yang ditemui tersebut cocok sebagai sumber data.

Menurut Maholtra 1996:645, untuk memperoleh hasil yang baik dari suatu analisa faktor, banyaknya responden yang diambil untuk mengisi kuisioner adalah sebanyak 5 kali jumlah variabel yang diteliti, maka jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 75 responden.

Data-data yang ada dalam penelitian ini, diperoleh dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung pada obyek penelitian, yaitu Taman Nasional Komodo.
2. Kuesioner, yaitu serangkaian pertanyaan-pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden, dimana jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut dipilih oleh responden tanpa dipengaruhi oleh pihak peneliti. Cara penyebaran kuesioner adalah dengan memberikannya secara langsung kepada responden.
3. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan wawancara atau tanya jawab langsung dengan responden untuk mendapatkan data yang diperlukan, misalnya melakukan wawancara dengan wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo.

Dalam penelitian ini akan digunakan analisa faktor. Sebelum dilakukan proses analisa faktor terlebih dahulu akan dilakukan dua pengujian yaitu uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas bertujuan untuk memeriksa apakah isi kuesioner sudah cukup

dipahami oleh semua responden, yang diindikasikan oleh kecilnya presentase jawaban responden yang terlalu menyimpang dengan jawaban rata-rata respon yang lain.

Cara menguji validitas yaitu dengan mencari koefisien korelasi dari tiap responden yang menunjukkan kuat dan arah saling berhubungan antara variasi dua distributor skor. Koefisien korelasi yang positif menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi searah, yaitu besarnya skor pada suatu variabel terjadi persamaan dengan kecilnya skor pada variabel lain. Demikian sebaliknya dengan koefisien korelasi yang negatif menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah berlawanan, yaitu besarnya skor pada satu variabel yang lain dan rendahnya skor pada variabel yang satu terjadi bersamaan dengan tingginya skor pada variabel lain.

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat merupakan alat yang tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur. Cara menentukan validitas adalah dengan melihat hasil korelasi antara skor tiap butir dengan skor total yang merupakan penjumlahan tiap skor butir. Menurut Masrun seperti apa yang dikutip oleh Sugiyono (2001: 106) Syarat minimum untuk dapat memenuhi syarat validitas apabila korelasi antara skor butir dengan skor total adalah 0,3 ($r = 0,3$). Jadi kalau korelasi skor butir dengan skor totalnya kurang dari 0,3 maka angket tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran handal (*reliable*) bila pengukuran dilakukan berulang-ulang. Tingkat reliabilitas akan dilihat dari nilai α cronbach. Semakin besar nilainya maka semakin *reliable*.

Tahap pertama dari analisis faktor adalah menilai variabel mana saja yang dianggap layak untuk dilanjutkan dalam analisis selanjutnya. Pengujian dilakukan dengan memasukkan semua variabel yang ada ke dalam proses analisis faktor.

Sebelum dilakukan analisis faktor tahap pertama, dilakukan pengujian signifikansi dengan metode KMO and *Bartlett's test of Sphericity*. Hipotesis yang digunakan untuk signifikan ini adalah :

H_0 = Sampel (*variable*) belum memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

H_a = Sampel (*variable*) sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Metode yang digunakan disini adalah metode varimax (bagian dari orthogonal). Dengan demikian urutan proses yang akan dilakukan adalah :

1. Proses faktoring dengan metode principal components,
2. Jika ada keraguan atas hasil yang ada dilakukan rotasi.

Faktor yang terbentuk dari beberapa variabel yang ada harus diberi nama. Pemberian nama atas faktor yang terbentuk bisa didasarkan pada nilai *eigen value* dari variabel yang membentuk faktor tersebut dan bisa juga dengan mencari suatu nama yang dianggap bisa mewakili kelompok variabel tersebut. Dalam hal ini penamaan faktor dilakukan dengan mencari suatu nama yang dianggap mewakili kelompok variabel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dinyatakan valid, hal ini dapat dilihat dari angka skor butir yang berada di kisaran 0,310 sampai 0,617 karena tingkat validitas untuk semua butir berada diatas 0,3 maka dengan demikian bisa disimpulkan bahwa angket yang dibuat sudah valid.

Kemudian dari ari hasil pengujian diperoleh hasil alpha cronbach 0,860 berarti berada diatas 0,60 dengan demikian boleh dikatakan sudah *reliable*.

Kriteria pengujian dilakukan dengan melihat probabilitas (signifikan) sebagai berikut:

1. Angka signifikan $\geq 0,05$ maka H_0 diterima (data tidak signifikan)
2. Angka signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak (data signifikan untuk diolah lebih lanjut)

Angka MSA (Measure of sampling Adequacy) berkisar 0 - 1 dengan Kriteria sebagai berikut :

1. MSA = 1 Variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variable lain.
2. MSA $\geq 0,5$ variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
3. MSA $< 0,5$ variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut (dikeluarkan dari kelompok variable)

Dari hasil pengujian diperoleh angka KMO and *Bartlett's test* sebesar 0,766 dengan signifikan sebesar 0,000 . Oleh karena besarnya KMO diatas 0,5 dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 maka *variable* dan *sample* dapat dianalisis lebih lanjut.

Communalities pada dasarnya adalah jumlah varians (bisa dalam prosentase) dari suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada, Contoh untuk variabel, V1 angka communalitasnya 0, 608 ini berarti 60,80% varian dari variabel V1 bisa dijelaskan oleh faktor yang akan dibentuk. Demikian seterusnya untuk variabel lainnya dengan ketentuan bahwa semakin besar *communalities* sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Hal diatas dapat dilihat pada tabel diberikut :

Faktor yang terbentuk dari beberapa variabel yang ada harus diberi nama. Pemberian nama atas faktor yang terbentuk bisa didasarkan pada nilai *eigen value* dari variabel yang membentuk faktor tersebut dan bisa juga dengan mencari suatu nama yang dianggap bisa mewakili kelompok variabel tersebut.

Kelima faktor yang terbentuk dari hasil rotasi ke 22 indikator variabel tersebut terdistribusi dengan komposisi sebagai berikut:

- a. Faktor I dinamakan faktor Daya Tarik Wisata dengan % of Variance 34.939 % yang terdiri dari variabel Keindahan Bawah Laut (V15)(0,961%), Pantai (V4)(0,927%), Keunikan Hewan Komodo (V7)(0,904%), dan Harga Paket Wisata (V10)(0,887%).
- b. Faktor 2 dinamakan faktor transportasi dengan % of Variance 17.883% yang terdiri dari variabel Hotel (V2)(0,799%), Kebersihan (V14)(0,692%), Transportasi (V1)(0,684%), Kelancaran Lalu Lintas (V8)(0,659%) dan Kenyamanan (V11)(0,628%).
- c. Faktor 3 dinamakan faktor Paket Wisata dengan % of Variance 11.302% yang terdiri dari variabel Pemandu Wisata (V6)(0,830%), Paket Wisata (V9)(0,804%) dan Restoran (V3)(0,636%).
- d. Faktor 4 dinamakan faktor Keramahan dan Keamanan dengan % of Variance 8.110% yang terdiri dari variabel Keamanan (V12)(0,818%),

Keramahtamahan Masyarakat (V13)(0,763%) dan Kamar Kecil/Toilet (V5)(0,638%).

4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan penelitian yang dilakukan di Taman Nasional Komodo Kabupaten Manggarai Barat- Nusa Tenggara Timur, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Faktor-faktor yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat-NTT adalah sebagai berikut :
 - a) Faktor pertama adalah Alam dan Harga Paket Wisata dengan % of Variance 34.939 % yang terdiri dari variabel Keindahan Bawah Laut (V15)(0,961%), Pantai (V4)(0,927%), Keunikan Hewan Komodo (V7)(0,904%), dan Harga Paket Wisata (V10)(0,887%).
 - b) Faktor kedua adalah transportasi dan hotel dengan % of Variance 17.883% yang terdiri dari variabel Hotel (V2)(0,799%), Kebersihan (V14)(0,692%), Transportasi (V1)(0,684%), Kelancaran Lalu Lintas (V8)(0,659%) dan Kenyamanan (V11)(0,628%).
 - c) Faktor ketiga adalah Restoran dan Paket Wisata dengan % of Variance 11.302% yang terdiri dari variabel Pemandu Wisata (V6)(0,830%), Paket Wisata (V9)(0,804%) dan Restoran (V3)(0,636%).
 - d) Faktor keempat adalah Kamar Kecil/Toilet dan Keamanan dengan % of Variance 8.110% yang terdiri dari variabel Keamanan (V12)(0,818%), Keramahtamahan Masyarakat (V13)(0,763%) dan Kamar Kecil/Toilet (V5)(0,638%).
- 2) Faktor dominan yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat- Nusa Tenggara Timur adalah Faktor Alam dan Harga Paket Wisata dengan nilai % of Variance 34.939%, dan variabel yang paling dominan adalah Keindahan Bawah Laut.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran untuk dapat meningkatkan tingkat kedatangan wisatawan untuk berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat- Nusa Tenggara Timur, antara lain :

- 1) Bagi lembaga-lembaga pariwisata yang terkait dengan keberadaan Taman Nasional Komodo, agar tetap menjaga kelestarian alam di Taman Nasional Komodo dan meningkatkan kualitas pelayanan wisata bagi wisatawan serta menjaga stabilitas harga-harga paket wisata, sehingga dapat menambah motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Taman Nasional Komodo.
- 2) Bagi Institusi Pendidikan, diharapkan penelitian ini dijadikan sebagai bahan perbandingan dan masukan untuk penelitian selanjutnya pada bidang yang sama di tempat lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2014. Balai Taman Nasional Komodo. Manggarai Barat : Available at: <http://www.komodo-park.com> diakses pada 15 Februari 2014.
- Anonim. 2014. Badan Pusat Statistik. Available at www.bps.go.id/ diakses pada 11 April 2014.
- Burkhat dan Medlik. 1987. *Tourism past, Present and Future*. London : Heinemann

- Darmajati. 2001. Istilah-istilah Dunia Pariwisata. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Echlos & Shandily. 2007. Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah. Bandung : ITB.
- Enggela. 2005. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Taiwan Berkunjung ke Bali. Sarjana Ekonomi pada Universitas Dhyana Pura, Bali.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1995. *Consumer Behavior*. Eighth edition. Orlando : The Dryden Press.
- Erawan, I. Nyoman. 1994. Pariwisata dan Pembangunan Ekonomi (Bali Sebagai Kasus). Bali : Upada Sastra.
- Fennell, David A. 1999. *Ecotourism : An Introduction*. London : Routledge.
- Mill. Robert C. 2000. *Tourism The International Bussiness*. Jakarta : PT Raja Grafinso Persada.
- Samsuridjal dan Kaelany. 1997. Peluang di Bidang Pariwisata. Yogyakarta: PT Mutiara Sumber Widya.
- Suwantoro, Gamal. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata Edisi I. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-Dasar Pariwisata Edisi II. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Yoeti, O.A. 2000. Ekowisata: Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup. Jakarta: PT Pertja.