

Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pulau Onrust

Timorora Sandha Perdhana ^{1,*}, Tulus Sukreni ²

¹ Fakultas Psikologi; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; e-mail: timorora.sandha@dsn.ubharajaya.ac.id

² Fakultas Teknik; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; e-mail: tulus.sukreni@dsn.ubharajaya.ac.id

* Korespondensi: e-mail: timorora.sandha@dsn.ubharajaya.ac.id

Submitted: 19/10/2022; Revised: 01/12/2022; Accepted: 16/12/2022; Published: 23/01/2023

Abstract

The study aims to determine the influence of Motivation on tourists' Visiting Decisions on Onrust Island, find out the influence of Perceptions on Tourists' Visiting Decisions on Onrust Island and find out the influence of Motivation and Perceptions on tourists' Visiting Decisions on Onrust Island. This research method approach uses quantitative techniques with statistical data to be analyzed through data collection techniques through sample techniques and purposive sampling by involving existing tourists on the island of Onrust. From the sampling data carried out, an analysis was carried out using SPSS. The results showed that both simultaneously and partially, the variables of motivation (X1) and perception (X2) had a significant positive effect on visiting decisions (Y). And based on the results of determination, an R2 value of 0.683 was obtained, which means that motivation and perception influenced the decision to visit by 68.3%.

Keywords: Onrust Island, Tourism, Jakarta

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Pulau Onrust, mengetahui pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Pulau Onrust dan mengetahui pengaruh Motivasi dan Persepsi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Pulau Onrust. Pendekatan metode penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dengan data statistik untuk dapat dianalisis melalui teknik pengambilan data melalui teknik sampel dan *purposive sampling* dengan melibatkan eksisting wisatawan di pulau Onrust. Dari data *sampling* yang dilakukan dilakukan analisa menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial, variabel motivasi (X1) dan persepsi (X2) berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y). Dan berdasarkan hasil determinasi diperoleh nilai R2 sebesar 0,683 yang artinya motivasi dan persepsi mempengaruhi keputusan berkunjung sebesar 68,3%.

Kata kunci: Onrust, Kepulauan Seribu, Wisatawan, Jakarta

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak potensi pariwisata dan menjadikannya sebagai salah satu pilihan alternatif destinasi pariwisata dunia. Industri pariwisata Indonesia merupakan salah satu bagian dari sektor industri yang prospeknya sangat menjanjikan dan mempunyai potensi serta peluang untuk terus berkembang. Kondisi alamiah dari suatu tempat seperti letak dan keadaan geografis, lapisan tanah yang subur dan panoramis

(akibat ekologi geologis), juga keberadaan flora dan fauna yang memperkaya isi daratan dan lautan merupakan potensi yang dimaksud untuk bisa berkembang (Arjana, 2015)

Indonesia memiliki banyak potensi wisata yang saat ini belum dikembangkan secara maksimal, salah satunya potensi wisata sejarah yang berada di Kepulauan Seribu Jakarta (Razak & Suprihardjo, 2013). Kepulauan Seribu merupakan bagian dari Kotamadya Jakarta Utara yang ditingkatkan statusnya menjadi Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu dengan maksud untuk meningkatkan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat serta pengolahan Kepulauan Seribu dari segala aspek, antara lain kelestarian lingkungan, konservasi sumber daya alam, ekonomi, kesejahteraan rakyat dan sosial budaya (Retno Utami, 2020)

Pulau Onrust yang menyimpan sejarah paling panjang dibandingkan kedua pulau sebelumnya. Pada abad ke-17 dan 18, Pulau Onrust digunakan sebagai pelabuhan utama VOC sekaligus tempat perbaikan kapal sebelum akhirnya dipindahkan ke Tanjung Priok. Pada zaman penjajahan Jepang, pulau ini dijadikan penjara bagi tahanan politik, sehingga saat ini terdapat bangunan bekas penjara saat itu. Di Pulau Onrust wisatawan juga bisa menemukan sisa peninggalan arkeologi pada masa Belanda dan terdapat sisa bangunan sebuah rumah yang masih utuh yang saat ini dijadikan sebagai Museum (Retno Utami, 2020).



Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Gambar 1. Wisata Pulau Onrust

Wisatawan yang bertindak sebagai konsumen dalam industri pariwisata ialah modal utama dalam penyelenggaraan industri pariwisata, konsumen sekarang semakin susah untuk diprediksi bahkan mereka menjadi sangat kritis, dan semakin menuntut dan tidak mudah puas menjadi ciri konsumen sekarang ini. Objek wisata baru yang bermunculan menjadi tantangan bagi perusahaan, karena persaingan semakin ketat dan konsumen menjadi semakin banyak pilihan (Nawawi, 2017).

Dalam melakukan perjalanan wisata ataupun penetapan untuk melakukan kegiatan wisata, seorang wisatawan banyak dipengaruhi oleh berbagai macam hal baik itu secara internal maupun secara eksternal. Perjalanan wisata dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencari sebuah pengalaman baru yang belum pernah didapatkan sebelumnya (Vanhove, 2005).

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas tertentu guna mencapai suatu tujuan. Dengan kata lain, motivasi adalah keadaan jiwa dan sikap mental yang memberikan energi dan mendorong manusia untuk melakukan suatu kegiatan (Rakhmat, 2001). Dengan adanya motivasi individu yang bertindak sebagai wisatawan dapat menentukan dorongan untuk melakukan perjalanan berwisata.

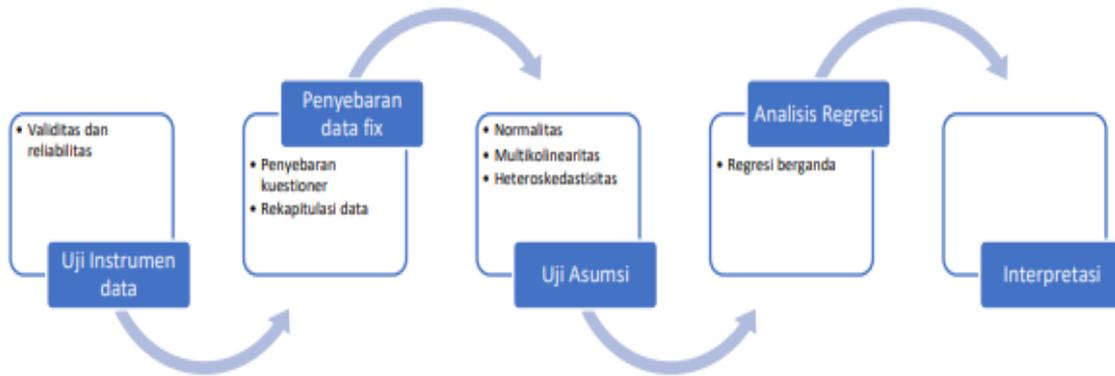
Persepsi merupakan stimuli itu ditangkap oleh indera, secara spontan pikiran dan perasaan kita akan memberi makna atas stimuli tersebut. Persepsi merupakan proses internal yang diakui individu dalam menyeleksi, dan mengatur stimuli yang datang dari luar (Suryabrata, 2018). Dengan adanya persepsi individu dapat lebih mudah menentukan keinginan untuk berkunjung ke tempat wisata sesuai dengan informasi yang didapat.

Sebagai upaya untuk menghidupkan objek wisata yang memiliki nilai sejarah diperlukan adanya strategi pemanfaatan kawasan bersejarah sebagai kawasan wisata. Salah satu teknik yang dapat digunakan dalam penyusunan strategi yakni analisa SWOT. (Muluk & Amelia, 2019). Selain strategi terdapat variabel-variabel yang digunakan dalam mengukur kepuasan wisatawan dalam berkunjung. Seperti penelitian sebelumnya dalam mengidentifikasi variabel untuk mengukur kepuasan wisatawan menggunakan teknik analisa berganda, hasil yang diperoleh kualitas pelayanan merupakan variabel tertinggi dan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, dilanjutkan dengan variabel kualitas produk wisata, objek dan daya tarik wisata alam (Kalebos, 2016). Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui Pengaruh Motivasi dan Persepsi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Pulau Onrust. Dalam meningkatkan keputusan berkunjung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Pulau Onrust, mengetahui pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Pulau Onrust dan mengetahui pengaruh Motivasi dan Persepsi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Pulau Onrust.

2. Metode Penelitian

Penelitian tersebut kami menggunakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan data statistik untuk dapat dianalisis melalui teknik pengambilan data melalui teknik sampel dan

purposive sampling dengan melibatkan *eksisting* wisatawan di pulau Onrust. Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* dan telah didapatkan sebanyak 100 responden. Kuesioner ini diolah menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Gambar 1 menampilkan tahapan analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini.



Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Gambar 1. Tahap Analisa Kuantitatif

Uji validitas, dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala likert untuk mengamati indikator-indikator tersebut. Skala Likert meminta responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap serangkaian pernyataan tentang suatu objek. Dimana dalam skala ini memuat beberapa pernyataan, yaitu “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pertanyaan dari kuesioner yang disebarkan kepada para responden yang menjadi objek penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur instrumen apakah secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran dengan alpha yang dapat diterima dalam penelitian adalah sebesar 0.7.

Asumsi klasik dilakukan dengan tiga pengujian yaitu uji multikolinearitas, uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Analisis regresi adalah model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui pola hubungan antara dua variabel atau lebih. Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regression Analysis*) yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai dua variabel indepen.

3. Hasil dan Pembahasan

Pulau Onrust merupakan salah satu pulau yang ada di kepulauan seribu, nama onrust sendiri diambil dari Bahasa belanda yang artinya tidak pernah beristirahat. Pulau Onrust memiliki bangunan-bangunan peninggalan masa kolonial belanda seperti benteng dan Pelabuhan, di dalam pulau ini juga terdapat banyak peninggalan arkeologi dan rumah yang dijadikan sebagai museum Pulau Onrust.



Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Gambar 2. Sisi Museum Pulau Onrust

Analisis regresi berganda bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel dengan variabel lain. Variabel yang dipengaruhi disebut *variable dependent*, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut *variable independent*.

Berdasarkan uji analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan SPSS v20 hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Regresi Berganda

Model		Unstadarized B	Coefficients Std. Error	Standarized Coefficinets Beta	t	Sig.
1	(Constant)	28,479	1,186		24,019	,000
	Motivasi	,144	,022	,624	6,576	,000
	Persepsi	,058	,021	,258	2.719	,008

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui persamaan regresi linear sebagai berikut : $Y = 28,479 + 0,144 + 0,058$ model persamaan tersebut memiliki arti bahwa:

- a) Konstanta = 28,479 artinya jika variabel motivasi dan persepsi diasumsikan tidak ada, maka keputusan berkunjung memiliki nilai sebesar 28,479.
- b) Koefisien Motivasi (X1), nilai koefisien motivasi sebesar 0,144 yang artinya jika setiap terjadi kenaikan 1 nilai motivasi, maka akan di ikuti juga kenaikan keputusan berkunjung sebesar 0,144.
- c) Koefisien Persepsi (X2), nilai koefisien motivasi sebesar 0,058 yang artinya jika setiap terjadi kenaikan 1 nilai motivasi, maka akan di ikuti juga kenaikan keputusan berkunjung sebesar 0,058.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) mempunyai range antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besa nilai (R^2) atau mendekati angka 1 maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (R^2) mendekati 0 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,826 ^a	,683	,673	1,213

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,683 yang artinya motivasi dan persepsi mempengaruhi keputusan berkunjung sebesar 68,3% dan 31,7% dipengaruhi oleh factor lain di luar variabel pada penelitian ini.

Uji T digunakan untuk menguji apakah secara individu variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, dengan kriteria sebagai berikut: a) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima; b) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak; c) Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak; d) Jika t hitung $<$ t tabel maka H_a diterima.

Tabel 3. Hasil Uji T

Model		Unstadarized B	Coefficients Std. Error	Standarized Coefficinets Beta	T	ig.
1	(Constant)	28,479	1,186		24,019	,000
	Motivasi	,144	,022	,624	6,576	,000
	Persepsi	,058	,021	,258	2,719	,008

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel 3 diketahui variabel motivasi diperoleh nilai sig 0,000 $<$ 0,05 atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian untuk variabel persepsi diperoleh nilai sig 0,008 $<$ 0,05 dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dengan kriteria pengujiannya antara lain: a) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima, b) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak, c) Jika t hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak, d) Jika t hitung $<$ F tabel maka H_a diterima.

Tabel 4. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	221,484	2	110,742	75,255	,000 ^b
	Residual	103,009	70	1,472		
	Total	324,493	72			

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai F hitung sebesar 75,255 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan H₀ ditolak dan H_a diterima dengan kesimpulan secara parsial motivasi dan persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan terhadap motivasi dan persepsi terhadap keputusan berkunjung dijelaskan melalui pembahasan sebagai berikut: Berdasarkan hasil uji Analisa data diperoleh t hitung sebesar 6,576 dan signifikansi 0,000 < 0,05 maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi (X1) berpengaruh secara parsial, positif, dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung. Artinya motivasi dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke pulat onrust. Berdasarkan hasil uji Analisa data diperoleh t hitung sebesar 2,719 dan signifikansi 0,008 < 0,05 maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi (X2) berpengaruh secara parsial, positif, dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung. Artinya persepsi dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke pulat onrust. Berdasarkan uji simultan telah diperoleh nilai F hitung sebesar 75,255 dan signifikansi 0,000 berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Hasil uji tersebut juga menunjukkan bahwa secara bersamaan atau simultan variabel motivasi (X1) dan persepsi (X2) berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) Berdasarkan hasil determinasi diperoleh nilai R² sebesar 0,683 yang artinya motivasi dan persepsi mempengaruhi keputusan berkunjung sebesar 68,3%.

Ucapan Terima Kasih (Opsional)

Terima kasih penulis ucapkan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah membiayai penelitian ini dalam bentuk Hibah Penelitian Internal untuk Tahun Anggaran 2022. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Lembaga Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat dan Publikasi (LPPMP) Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan fasilitas dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Arjana, I. G. B. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. PT Rajagrafindo Persada.
- Kalebos, F. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajem*, 4(3), 489–502.
- Muluk, M. R. K., & Amelia, A. (2019). Strategi Percepatan Peningkatan Jabatan Fungsional Dosen (Studi Pada Fakultas X Universitas Y). *Civil Service Journal*, 13(1), 47–60.
- Nawawi, H. (2017). *Manajemen Sumberdaya Manusia: Untuk Bisnis yang Kompetitif*.
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Razak, A., & Suprihardjo, R. (2013). Pengembangan Kawasan Pariwisata Terpadu di Kepulauan Seribu. *JURNAL TEKNIK POMITS*, 02(1).

Retno Utami, A. (2020). Analisis Faktor Kunjungan Wisata Sejarah di Kepulauan Seribu Jakarta. *Jurnal Altasia*, 2(1).

Suryabrata, S. (2018). *Psikologi Pendidikan*. Rajawali Pers.

Vanhove, N. (2005). *The Economics Of Tourism Destinations*.