

**ANALISIS MINAT KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN LOKAL PADA
DESTINASI WISATA RUMAH ETNIK PAPUA DI KABUPATEN SORONG**

Farida Amali

Universitas Teknologi Digital
farida10120071@digitechuniversity.ac.id

Riyan Hadithya

Universitas Teknologi Digital
riyanhadithya@digitechuniveristy.ac.id

ABSTRACT

In the tourism industry, visit interest is important. After 3 years of existence, the Papua Ethnic House Tourism Destination continues to experience the development of tourist attractions, but unfortunately, the number of visitors is inversely proportional to the efforts made, because seen from visitor data, it can be seen that the number of visitors to the Papua Ethnic House Tourism Destination fluctuates. This study aims to analyze interest in revisiting local tourists at the Papua Ethnic House tourist destination.

The research method is qualitative using descriptive analysis. The population was 38 people seen from the visitor book in September 2023 and the sample was 35 people. To collect answers from respondents, a questionnaire was distributed containing statements relating to 3 indicators of interest in revisiting, namely attractiveness, facilities and accessibility.

The results showed that local tourists have a high interest in revisiting the Papua Ethnic House tourist destination with an average respondent achievement level of 33.2 with an average score of 3.6 which is included in the good category, this score can be interpreted as a strong interest and satisfaction obtained by local tourists from previous experiences at the tourist attraction. In this study, the attractiveness indicator with a statement regarding cultural and historical attractions with a score of 4.3 is the highest determinant of local tourists.

Keywords: *revisit interest, papuan ethnic house, sorong district*

ABSTRAK

Dalam industri pariwisata, minat kunjung merupakan hal yang penting. Setelah 3 tahun berdiri, Destinasi Wisata Rumah Etnik Papua ini terus mengalami perkembangan objek wisata, namun sayangnya, jumlah pengunjung berbanding terbalik dengan usaha yang dilakukan, karena dilihat dari data pengunjung, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung pada Destinasi Wisata Rumah Etnik Papua fluktuatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat kunjungan kembali wisatawan lokal pada destinasi wisata Rumah Etnik Papua.

Metode penelitiannya adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Populasi nya berjumlah 38 orang yang dilihat dari buku pengunjung bulan September 2023 dan sampel nya 35 orang. Untuk mengumpulkan jawaban dari responden maka dilakukan penyebaran kuisisioner yang berisikan pernyataan yang berkaitan dengan 3 indikator minat kunjungan kembali yaitu daya Tarik, fasilitas dan aksesibilitas.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa wisatawan lokal memiliki minat yang tinggi untuk mengunjungi kembali destinasi wisata Rumah Etnik Papua dengan Tingkat capaian responden rata-rata sebesar 33,2 dengan nilai rata-rata sebesar 3,6 yang termasuk dalam kategori baik, Skor tersebut dapat diartikan sebagai adanya ketertarikan yang kuat dan kepuasan yang diperoleh oleh wisatawan lokal dari pengalaman sebelumnya di objek wisata tersebut. Pada penelitian ini indikator daya Tarik dengan pernyataan mengenai atraksi budaya dan Sejarah dengan skor 4,3 menduduki skor tertinggi yang menentukan wisatawan lokal akan berkunjung kembali.

Kata Kunci: minat kunjungan kembali, rumah etnik papua, kabupaten sorong

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Dalam industri pariwisata, minat kunjung merupakan hal yang penting. Minat adalah dasar bagi seseorang untuk melakukan sesuatu, sedangkan menurut Khairani dalam jurnal psikologi pendidikan (2013), minat adalah dorongan yang memicu fokus individu terhadap objek tertentu, baik itu pelajaran, barang, atau individu. Kontras dengan minat wisata, minat kunjungan merujuk pada keinginan konsumen untuk mengunjungi suatu lokasi, sedangkan minat wisata merupakan aktifitas perjalanan yang bertujuan untuk rekreasi dan hiburan, yang mana individu telah menyiapkan diri untuk aktivitas tersebut.

Indonesia dikenal akan luas wilayahnya yang hidup dengan beragam suku, adat dan budaya yang berpengaruh terhadap perkembangan sektor pariwisata. Membangun pariwisata di berbagai tempat yang salahsatu tujuannya adalah mengenalkan pariwisata Indonesia lebih luas lagi baik kepada masyarakat lokal maupun mancanegara, juga dengan harapan dapat membantu pergerakan pertumbuhan perekonomian negara dalam sektor pariwisata, merupakan langkah yang tepat. Namun, untuk mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan, pemerintah harus tetap menjaga keaslian, keunikan, aksesibilitas, dan daya tarik tempat wisata, karena hal ini memengaruhi minat wisatawan. Pengembangan pariwisata juga merupakan langkah baik terutama untuk daerah kabupaten yang mana dapat memberikan peluang bagi masyarakat setempat agar dapat memperoleh mata pencaharian sesuai dengan kemampuan yang mereka kuasai yaitu bekerja di bidang pariwisata yang ada di lingkungannya.

Selain Bali yang dikenal akan indahnnya pariwisata, wilayah timur Indonesia juga memiliki potensi pariwisata yang baik. Salahsatunya adalah wilayah Papua Barat Daya. Papua Barat adalah satu provinsi di Indonesia yang terletak di bagian barat pulau Papua. Daerah ini meliputi semenanjung Bomberai dan Wandamen dan pusat pemerintahannya berada di Manokwari. Provinsi ini dibentuk dari provinsi Papua melalui UU No. 45 tahun 1999. Kemudian, Provinsi Papua Barat Daya terbentuk dari pemekaran Papua Barat pada Desember 2022. Papua Barat Daya meliputi Kota Sorong, Kabupaten Sorong, Kabupaten Sorong Selatan, Kabupaten Raja Ampat, Kabupaten Tambrauw, dan Kabupaten Mamberamo. Daerah ini kaya akan sumber daya alam seperti hutan, mineral, minyak dan gas bumi, serta sumber daya laut. Pemanfaatan sumber daya alam ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat meskipun belum merata. Salahsatu pemanfaatan laut dalam peningkatan pariwisata di wilayah PBD adalah menjadikan Sorong sebagai pintu masuk menuju wisata terkenal Raja Ampat.

Sorong juga terkenal dengan berbagai tujuan wisata lainnya, termasuk Pulau UM, Pantai Tanjung Kasuari, Tembok Berlin, dan sebagainya. Selain dikenal wisata pulau dan laut, Sorong kini dikenal memiliki wisata yang asri dan mengedukasi yaitu Destinasi Wisata Rumah Etnik Papua. Rumah Etnik papua adalah sebuah pariwisata yang menyediakan berbagai macam rumah adat papua, sehingga pengunjung yang berkunjung ke wisata ini dapat mengenal budaya Papua lebih luas lagi.

Menurut Jacob pada artikel peloporwirutama (2023) Tempat ini sering dikunjungi oleh wisatawan, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri, untuk berfoto di beberapa lokasi rumah adat yang tersedia. Tidak jarang juga, pasangan yang akan menikah melakukan sesi foto pra-pernikahan di sini. Untuk mencapai tempat ini dari Bandara DEO Sorong, diperlukan waktu sekitar 20 – 25 menit dengan mobil. Rizal Krey, salah satu pengelola tempat wisata ini, menjelaskan bahwa tempat tersebut resmi dibuka untuk umum pada tanggal 23 Juni 2021. Sejak dibuka, sudah ribuan orang, termasuk wisatawan lokal dan asing, yang mengunjungi tempat ini. Ada beberapa lokasi yang menjadi favorit untuk berfoto di antaranya adalah rumah honai dari Suku Wamena, rumah kaki seribu dari Suku Arfak, rumah pohon dari Suku Korowai, serta beberapa spot lainnya. Di masa mendatang, akan ditambahkan beberapa rumah adat dari suku-suku Papua lainnya. “Keberadaan rumah etnik ini juga sebagai wadah anak-anak dan generasi muda Papua semakin mengenal tentang budayanya,” ujar Rizal Krey.

Setelah 3 tahun berdiri, Destinasi Wisata Rumah Etnik Papua ini terus mengalami perkembangan seperti adanya sewa pakaian adat papua, dibangun lebih banyak rumah-rumah adat dan tersedianya souvenir sebagai bentuk oleh-oleh. Hal tersebut tentunya menjadi harapan bagi pihak pengelola agar pengunjung dapat terus bertambah dari tahun ke tahun. Namun, disayangkan, jumlah pengunjung berbanding terbalik dengan usaha yang dilakukan yang mana dapat dilihat pada data kunjungan wisatawan di Rumah Etnik Papua berikut ini :

Tabel 1.1

Data Pengunjung Destinasi Wisata Rumah Etnik Papua

Tahun	Jumlah Pengunjung
2021	2000 Orang
2022	3600 Orang
2023	1500 Orang

Sumber : Pihak pengelola Rumah etnik Papua

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa jumlah pengunjung pada Destinasi Wisata Rumah Etnik Papua fluktuatif. Pada tahun pertama dibuka, jumlah pengunjung 2000 orang kemudian saat tahun kedua memiliki kenaikan yang cukup tinggi yaitu bertambah menjadi

3600 pengunjung, namun pada tahun ke tiga kembali menurun menjadi 1500 orang yang mana angka tersebut lebih kecil dari jumlah pengunjung tahun 2021. Penurunan tersebut salahsatunya bisa disebabkan karena banyaknya pengunjung yang merasa cukup satu kali saja mengunjungi wisata rumah etnik papua, sedangkan untuk sebuah pariwisata, minat kunjungan kembali penting karena dapat membantu meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan penelitian terdahulu Yosevita (2021) hasil penelitiannya Dari temuan tersebut, terlihat bahwa pelayanan wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang ke Siwang Paradise. Kemudian pada penelitian terdahulu yang ditulis oleh Ni nyoman Ayu, Nyoman Djinar dan Ni Nyoman Yuliarmi (2018) menunjukkan bahwa daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Selain itu, daya tarik wisata dan kepuasan wisatawan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan kembali wisatawan. Sedangkan, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat kembali kunjungan wisatawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Lokal Pada Destinasi Wisata Rumah Etnik Papua di Kabupaten Sorong”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Bagaimana tingkat minat kunjungan kembali Wisatawan Lokal Pada Destinasi Wisata Rumah Etnik Papua?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat minat kunjungan kembali Wisatawan Lokal Pada Destinasi Wisata Rumah Etnik Papua

TELAAH LITERATUR

Pengertian Manajemen Pemasaran

Perusahaan merencanakan dan menerapkan tindakan yang dikenal sebagai manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran perusahaan sangat penting untuk merancang produk inovatif, memilih target pasar yang diinginkan, dan mengiklankan produk baru.

Menurut Kotler dan Keller (2017), manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik. Manajemen pemasaran, yang berasal dari kata "manajemen" dan "pemasaran," mencakup sejumlah konsep dan praktik esensial dalam mengelola kegiatan pemasaran suatu perusahaan.

Menurut pandangan Kotler dan Armstrong (2016), pemasaran bukanlah sekadar penjualan produk, melainkan sebuah rangkaian kegiatan yang melibatkan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program-program tertentu. Program-program ini dirancang dengan tujuan menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran, yang pada gilirannya akan mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Untuk memahami manajemen pemasaran, penting untuk memahami konsep

manajemen, yang mencakup tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Proses ini membantu mengatur seluruh bagian pekerjaan pemasaran agar dapat dilakukan dengan baik. Analisis pasar, penetapan target pasar, dan pembuatan strategi untuk mencapai sasaran perusahaan adalah semua bagian dari perencanaan pemasaran. Pengorganisasian melibatkan pembuatan struktur organisasi yang mendukung pelaksanaan strategi pemasaran, sementara penggerakan melibatkan pelaksanaan rencana pemasaran yang telah dibuat. Setiap tahap program pemasaran harus diawasi untuk memastikan bahwa mereka berjalan sesuai dengan rencana dan memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian tujuan organisasi.

Oleh karena itu, manajemen pemasaran bukan hanya kumpulan tindakan pemasaran; melainkan mencakup elemen-elemen manajemen yang menyeluruh. Dengan cara ini, bisnis dapat membangun dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran. Pendekatan ini menjadikan manajemen pemasaran sebagai landasan strategis untuk mencapai keberhasilan perusahaan

Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam wujud berpindah tempat tinggal untuk sementara waktu dari satu tempat ke tempat yang lain, karena dorongan berbagai kepentingan seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain dengan tujuan mendapatkan kenyamanan, kebahagiaan serta kepuasan atau kenikmatan dengan lingkungan alam dan lingkungan sosial budaya di destinasi wisata, Syarifuddin (2020).

Menurut beberapa ahli, pariwisata telah ada sejak awal peradaban manusia, ditandai oleh pergerakan penduduk yang melakukan ziarah dan perjalanan agama serta keinginan untuk lapar, haus, ingin tahu, takut, dan gila kekuasaan. Organisasi Pariwisata Dunia (WTO) membagi pariwisata ke dalam tiga era: kuno, pertengahan, dan modern.

Menurut Suwena, I ketut. Widyatmaja, I Gusti Ngurah (2017), Kepariwisataan tidak menggejala sebagai bentuk tunggal. Istilah ini umum sifatnya yang menggambarkan beberapa jenis perjalanan dan penginapan sesuai dengan motivasi yang mendasari kepergian tersebut. Orang melakukan perjalanan untuk memperoleh berbagai tujuan dan memuaskan bermacam-macam keinginan. Di samping itu, untuk keperluan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan itu sendiri, perlu pula dibedakan antara pariwisata dengan jenis pariwisata lainnya, sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan akan dapat berwujud seperti diharapkan dari kepariwisataan itu sendiri. Sebenarnya pariwisata sebagai suatu gejala, terwujud dalam beberapa bentuk yang antara lain, misalnya menurut letak geografis, dimana kegiatan pariwisata berkembang dibedakan menjadi :

- 1) Pariwisata lokal (*local tourism*) yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkungannya lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya kepariwisataan kota Denpasar, kepariwisataan kota Bandung.
- 2) Pariwisata regional (*regional tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat regional dalam lingkungan nasional dan dapat pula regional dalam ruang lingkup internasional. Misalnya kepariwisataan Bali, Yogyakarta, dan lain-lain.
- 3) Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana para pesertanya tidak saja terdiri dari warganegaranya sendiri tetapi juga orang asing yang terdiam di negara tersebut. Misalnya kepariwisataan yang ada di daerah-daerah dalam satu wilayah Indonesia.
- 4) Pariwisata regional-internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misalnya kepariwisataan ASEAN.

- 5) Pariwisata internasional (*International tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di banyak negara di dunia.

Pengertian Minat Kunjungan Kembali

Pengalaman yang dialami oleh wisatawan selama periode waktu tertentu dapat membentuk persepsi yang mendorong mereka untuk merencanakan kunjungan berikutnya ke lokasi tersebut. Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan tersebut dapat berpengaruh secara individu atau saling bersinergi terhadap kemungkinan kunjungan kembali. Menurut jurnal Stylos yang kemudian ditulis oleh Riski Taufik Hidayah, Agus Rahayu, dan Riyan Haditya (2020), *Return visits are not solely determined by the level of desire; they also encompass tourists' preparedness to visit, which may involve conducting research or even purchasing tour packages for the same destination* atau Kunjungan ulang tidak hanya terbatas pada tingkat keinginan, tetapi mencakup kesiapan wisatawan untuk berkunjung, seperti pernah mencari atau bahkan membeli paket wisata di destinasi yang sama.

Adanya minat kunjungan kembali wisatawan berkaitan dengan minat beli dan keputusan pembelian. Sebuah konsep yang disampaikan bahwa minat beli adalah bagian dari rencana seseorang untuk memperoleh produk yang mereka butuhkan. Menurut Meldarianda dan Lisan (2010), minat beli tidak hanya sekadar keinginan, tetapi merupakan tahap awal dari proses perencanaan pembelian. Dalam proses ini, seseorang mempertimbangkan berbagai faktor, seperti jumlah produk yang dibutuhkan, merek yang dipilih, dan sikap yang mereka miliki terhadap konsumsi produk tersebut. Meldarianda dan Lisan (2010) menyimpulkan bahwa minat beli bukanlah sesuatu yang terjadi begitu saja, melainkan merupakan proses yang melibatkan perencanaan yang matang. Ini mencakup berbagai pertimbangan, termasuk jumlah produk yang akan dibeli, merek yang diinginkan, dan sikap konsumsi terhadap produk tersebut. Dengan demikian, minat beli bisa dipahami sebagai langkah awal dalam mempersiapkan pembelian suatu produk yang dibutuhkan.

Kunjungan kembali wisatawan adalah sebuah niat yang muncul ketika seseorang merasa puas pada kunjungan pertamanya kemudian memiliki rencana untuk melakukan kunjungan-kunjungan yang selanjutnya. Menurut Budiman (2020) Kunjungan ulang adalah studi tentang berbagai faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan. Minat untuk melakukan kunjungan ulang adalah tindakan yang mencakup rencana untuk kembali mengunjungi, memberikan rekomendasi positif, dan melakukan pembelian melebihi yang diperkirakan, Wulanjani & Derriawan. (2017).

Menurut Yuniawati dan Finardi (2016), Minat untuk kembali berkunjung dapat terbentuk melalui tiga aspek utama: keinginan untuk merekomendasikan (*intention to recommend*), keinginan untuk kembali mengunjungi (*intention to revisit*), dan kesediaan untuk mengutamakan tujuan kunjungan (*willingness to place the visiting destination in priority*). Keinginan untuk merekomendasikan terkait dengan dorongan konsumen untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain, keinginan untuk kembali mengunjungi berkaitan dengan keinginan konsumen untuk kembali di masa yang akan datang, dan kesediaan untuk mengutamakan tujuan kunjungan menunjukkan sejauh mana konsumen mengutamakan destinasi kunjungan tersebut.

Dimensi Minat Kunjungan Kembali Wisatawan

Menurut Al Ababneh & Mukhles (2013) Menyatakan bahwa kualitas pelayanan di fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata memiliki dampak langsung pada tingkat kepuasan wisatawan. Dampak ini memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, sehingga minat untuk kembali berkunjung dipengaruhi oleh kesan yang diperoleh wisatawan. Kesimpulan ini menegaskan bahwa kesan yang didapat merupakan manifestasi dari kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas yang merupakan bagian dari kualitas

pelayanannya.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dipandang dari segi prosedur yang ditempuh penulis dalam aktifitas penelitian, menurut Sugiyono penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenisnya adalah kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan menghasilkan simpulan berdasarkan data yang memberikan gambaran secara rinci, bukan data berupa angka-angka. Pilihan ini didasarkan pada ciri-ciri pendekatan kualitatif, yang melibatkan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan yang berasal dari cerita dan perilaku individu. Peneliti deskriptif yang baik sebenarnya menggunakan metode dan prinsip penelitian kualitatif. Selain itu, untuk menggambarkan subjek yang diteliti penelitian ini juga memerlukan tindakan yang teliti pada setiap aspeknya (2014).

Menurut Gunawan (2016), Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperluas pemahaman tentang isu yang diteliti, menggambarkan realitas yang terkait dengan eksplorasi teori dari perspektif yang lebih mendalam, dan memperkaya pemahaman tentang satu atau lebih fenomena yang dipelajari. Sementara itu, penelitian deskriptif dilakukan untuk mengumpulkan data sekomprensif mungkin tentang manusia, situasi, atau fenomena lainnya. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran tentang variabel atau kondisi yang ada dalam suatu situasi. Sesuai dengan fokus penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data deskriptif tentang minat kunjungan kembali wisatawan lokal pada destinasi wisata Rumah Etnik Papua.

Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sangat penting karena data yang dikumpulkan akan Diterapkan untuk mengatasi tantangan dalam penelitian yang sedang dilakukan, dalam penelitian ini, untuk mendapatkan informasi yang relevan, metode pengumpulan data yang digunakan mencakup wawancara, observasi, kuesioner, dan penelusuran literatur.

Populasi Dan Sampel

Populasi yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah semua wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata Rumah Etnik Papua selama bulan Oktober, yang tercatat dalam buku pengunjung dengan total 38 orang. Oleh karena itu, sampel yang diambil untuk penelitian ini, jika menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%, adalah:

$$n = \frac{38}{1 + (38 + 0,5)^2}$$

n = 34,8 dibulatkan menjadi 35 orang

Oleh karena itu, dengan tingkat kepercayaan 95%, sampel penelitian untuk jumlah 38 orang adalah 35 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, untuk menguji hipotesis yang diajukan, dilakukan penelitian terhadap 35 responden, dengan menyebarkan kuisisioner secara online kepada orang-orang

(wisatawan lokal) yang pernah mengunjungi destinasi wisata Rumah etnik Papua. Untuk mengetahui karakteristik setiap responden nya, dapat dilihat pada pengelompokan table-tabel dibawah ini:

Tabel 1.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)
1	Laki-Laki	12
2	Perempuan	23
Total		35

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024

Dari tabel 1.2, dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yang menunjukkan bahwa wisatawan lokal yang berkunjung didominasi oleh Perempuan yaitu sebanyak 23 orang, dikarenakan perempuan cenderung lebih senang memenuhi kebutuhan emosional nya seperti *refreshing* dan membagikan kegiatannya di media sosial, yang mana mengunjungi Rumah Etnik Papua merupakan kegiatan unik yang dapat menarik perhatian dari lingkungan sekitar.

Tabel 1.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (orang)
1	< 20 Tahun	14
2	20 – 30 Tahun	21
3	> 30 Tahun	0
Total		35

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024

Dari tabel 1.3, dapat dilihat bahwa kelompok usia 20-30 tahun merupakan yang paling banyak, menunjukkan dominasi wisatawan berkunjung ke Rumah Etnik Papua dari kelompok usia tersebut yaitu sebanyak 21 orang, salahsatu alasannya dikarenakan pada usia tersebut, banyak orang memerlukan wisata tidak hanya sebagai hiburan saja, melainkan wisata sejarah yang dapat menambah pengetahuan.

Tabel 1.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)
1	PNS	0
2	Pegawai Swasta	1
3	Mahasiswa	34
4	Pelajar	0
5	Wiraswasta	0
Total		35

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024

Dari tabel 1.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui Mahasiswa menempati Tingkat tertinggi artinya wisatawan yang berkunjung ke Rumah etnik Papua didominasi oleh mahasiswa sebanyak 34 orang, dikarenakan berdasarkan survey dari buku pengunjung, mayoritas mahasiswa berkunjung kesana untuk melaksanakan penelitian, mengerjakan tugas sekolah atau bahkan karena beberapa vidio Rumah etnik Papua yang viral.

Hasil Penelitian

Tabel 1.5

Rata-Rata Nilai Pernyataan Analisis Minat Kunjungan Kembali

No	Pernyataan	Total					Total	Rata-Rata	Keterangan
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Destinasi ini memiliki daya tarik alam yang menarik untuk dikunjungi	70	64	12	2	0	148	4,2	Sangat baik
2	Atraksi budaya dan Sejarah di destinasi ini menambah daya Tarik perjalanan saya	75	72	6	0	0	153	4,3	Sangat baik
3	Saya percaya destinasi ini memiliki daya Tarik wisata yang unik dibandingkan dengan destinasi lainnya	30	96	15	0	0	141	4,0	Baik
4	Fasilitas umum di destinasi ini mencukupi untuk kebutuhan pengunjung	30	104	9	0	0	143	4,1	Baik
5	Tempat makan di destinasi ini menyediakan variasi menu yang memuaskan	10	96	27	0	0	133	3,8	Baik
6	Saya merasa aman dan nyaman menggunakan fasilitas umum di destinasi ini	10	56	45	6	1	118	3,3	Cukup baik
7	Menurut saya, infrastruktur transportasi menuju dan di sekitar tempat wisata memadai untuk memfasilitasi akses bagi semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang menggunakan kendaraan pribadi, transportasi umum, atau perjalanan berbasis pejalan kaki	30	88	21	0	0	139	3,9	Baik
8	Informasi mengenai destinasi dan kegiatan diatur dengan baik dan mudah diakses	15	104	12	4	0	135	3,8	Baik
9	Akses untuk fasilitas, atraksi dan transportasi di destinasi ini sangat ramah untuk disabilitas	0	0	15	40	10	65	1,8	Tidak baik
Σ Rata-rata X2								33,2	
Rata-rata X2								3,6	

Sumber : hasil penelitian 2024

Berdasarkan data yang tercantum dalam Tabel 1.5, dapat disimpulkan bahwa nilai tertinggi pernyataan “Atraksi budaya dan Sejarah di destinasi ini menambah daya Tarik perjalanan saya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,3. Sedangkan nilai terendah terdapat pada

pernyataan “Akses untuk fasilitas, atraksi dan transportasi di destinasi ini sangat ramah untuk disabilitas” dengan nilai rata-rata sebesar 1,8. Dari data diatas, indikator dari minat kunjungan kembali pada penelitian ini dapat dinyatakan baik, karena nilai rata-rata variabel sebesar 3,6 yaitu berada pada kategori 4 (Baik).

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis minat kunjungan kembali wisatawan lokal ke destinasi wisata Rumah Etnik Papua yang mana menggunakan 3 indikator minat kunjungan kembali menurut Al Ababneh & Mukhles (2013) yaitu daya Tarik, fasilitas dan aksesibilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat capaian responden (TCR) rata-rata pada Indikator minat kunjungan kembali adalah 33,2 dengan nilai rata-rata sebesar 3,6 yang termasuk dalam kategori baik, yang menandakan bahwa wisatawan lokal memiliki minat yang tinggi untuk mengunjungi kembali Rumah Etnik Papua. Skor tersebut dapat diartikan sebagai adanya ketertarikan yang kuat dan kepuasan yang diperoleh oleh wisatawan lokal dari pengalaman sebelumnya di objek wisata tersebut.

Minat kunjungan kembali menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kepuasan dan keinginan pengunjung untuk kembali mengunjungi objek wisata terutama dalam wisata budaya, hal-hal yang berkaitan dengan daya Tarik, fasilitas dan aksesibilitas yang harus terus di tingkatkan menjadi faktor yang kuat untuk wisatawan lokal memutuskan akan berkunjung kembali atau tidak. Pada penelitian ini indikator daya Tarik dengan pernyataan mengenai atraksi budaya dan Sejarah dengan skor 4,3 menjadi penentu tertinggi wisatawan lokal akan mengunjungi kembali Rumah Etnik Papua, hal ini pun selaras dengan pernyataan dari salahsatu informan yang saya wawancarai saat berkunjung ke Rumah Etnik Papua.

Selain daya Tarik, pada indikator fasilitas, hasil penelitian menunjukkan nilai terbesar yaitu 4,1 ada pada pernyataan mengenai fasilitas umum yang memenuhi kebutuhan pengunjung, menunjukkan keberhasilan Rumah Etnik Papua dalam memenuhi harapan wisatawan mengenai fasilitas, yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyetujui bahwa Rumah Etnik Papua telah menyediakan fasilitas yang mencukupi seperti mushola, toilet, tempat berganti pakaian, dan lain-lain sehingga wisatawan lokal berpotensi berkunjung kembali karena fasilitas yang memadai.

Sedangkan pada indikator aksesibilitas dengan skor tertinggi 3,9 ada pada pernyataan “infrastruktur transportasi menuju dan di sekitar tempat wisata memadai untuk memfasilitasi akses bagi semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang menggunakan kendaraan pribadi, transportasi umum, atau perjalanan berbasis pejalan kaki” menjadi salahsatu indikator yang disetujui responden dan berpotensi mengunjungi kembali Rumah Etnik Papua karena aksesibilitas tersebut.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diberikan erdasarkan hasil penelitian analisis minat kunjungan kembali wisatawan lokal pada destinasi wisata Rumah Etnik Papua, ditemukan bahwa wisatawan lokal memiliki minat yang tinggi untuk berkunjung kembali, karena hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat capaian responden rata-rata sebesar 33,2 dengan nilai rata-rata sebesar 3,6 dapat disimpulkan bahwa respon wisatawan lokal terhadap objek wisata Rumah Etnik Papua dapat di kategorikan baik. Dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa indikator daya tarik dalam hal atraksi budaya dan sejarah menempati posisi tertinggi dalam indikator minat kunjungan kembali wisatawan lokal ke destinasi wisata Rumah Etnik Papua dengan nilai rata-rata sebesar 4,3.

Saran yang dapat saya kemukakan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk wisata Rumah Etnik Papua adalah tetap menjaga kelestarian atraksi budaya dan sejarah yang mana hal tersebut sejauh ini menjadi penentu wisatawan untuk berkunjung kembali. Kemudian berdasarkan hasil penelitian yang mana skor terendah ada pada salahsatu pernyataan indikator aksesibilitas yaitu 1,8 sehingga disarankan untuk meningkatkan fasilitas dan aksesibilitas terutama dalam hal penyediaan fasilitas untuk disabilitas agar semua wisatawan dapat merasakan keindahan, keamanan dan kenyamanan selama berkunjung ke Rumah Etnik Papua dan merencanakan kunjungan kembali.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah untuk memperluas jumlah populasi dan sampel, juga bisa mencoba menggunakan indikator minat kunjungan kembali dari sumber lain agar dapat membandingkan apakah hasilnya serupa, sama atau bahkan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ababneh, & Mukhles. (2013). Service quality and its impact on tourist satifaction. *interdisciplanry journal of contempory research in business* .
- Hidayah, R. T., Rahayu, A., & Hadithya, R. (2020). Increasing Repetition Visits of Domestic Travelers Through Destination Attributes. *Increasing Repetition Visits of Domestic Travelers Through Destination Attributes*.
- Budiman. (2020). Perawatan Antenatal. *Deepublish-Jeperson, Jakarta*.
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik Ed.1 Cet.4*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ketut Sawena, & Gusti ngurah Widyatmaja. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar, Bali: Pustaka Larasan.
- Khairani, M. (2013). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Kotler Philip , & Lane Keller. (2017). *Marketing Manajement, 15th Edition* . New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of marketing Management 15e global edition*. England: Pearson Education Limited.
- Latupapua, Y. T. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang ke daya tarik objek siwang paradise kota Ambon.
- Meldarianda, R., & Henky, L. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Bandung. JBE Vol 17 No.2* , 97-107.
- Ni Nyoman Ayu Wiratni, Nyoman Djinar Setiawina, & Ni nyoman Yuliarmi. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan pada daya

tarik wisata di kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 279-308.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumampouw, J. (2023, Januari 22). "Rumah Etnik Papua" Tempat Wisata Khas di Kabupaten Sorong. Diambil kembali dari Peloporwiratama: <https://peloporwiratama.co.id/2023/01/22/rumah-etnik-papua-tempat-wisata-khas-di-kabupaten-sorong/>

Syarifuddin, D. (2020). VALUE OF TOURIST ATTRACTION IN VILLA KANCIL . *Journal.uinsgd.ac.id*, 31- 41.

Wulanjani, H., & Derriawan, D. (2017). Dampak utilitarian value dan experiential marketing terhadap customer satisfaction dan revisit intention. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2),, 121–130.

Yuniawati, Y., & Finardi, A. (2016). Pengaruh customer experience terhadap revisit intention di taman wisata alam gunung tangkuban perahu. *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 983-994.