
DECISION MAKING FACTORS IN SELECTING TOURISM DESTINATIONS

Yulis Wulandari ¹⁾ *

¹ Mahasiswa Magister Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura
PO BOX 2 Telang Kamal Bangkalan Madura

* Korespondensi Penulis. E-mail: yuliswulandari54@gmail.com

ABSTRAK

Sektor pariwisata pada saat ini yang terus berkembang pesat dengan ketatnya persaingan, sehingga destinasi pariwisata cenderung mengalami peningkatan dan penurunan wisatawan. Studi penelitian difokuskan pada pengambilan keputusan wisatawan: mengeksplorasi kriteria pilihan destinasi yang disebabkan oleh beberapa faktor. Terutama faktor yang paling dominan berpengaruh besar terhadap keputusan wisatawan dalam memilih kriteria destinasi. Faktor tersebut sangat diperlukan bagi sektor pariwisata untuk dikembangkan kedepannya supaya tidak kalah saing dengan persaingan yang ketat pada saat ini. Dari beberapa artikel sejenis yang dijadikan rujukan terdapat empat faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan terdiri dari kenyamanan, kondisi iklim, objek yang luar biasa, dan fasilitas wisata yang terjangkau.

Kata Kunci: Faktor Pengambilan Keputusan, Pilihan Destinasi Pariwisata, Wisatawan.

Abstract

The tourism sector is currently growing rapidly with intense competition, so that tourism destinations tend to experience an increase and decrease in tourists. Research studies are focused on tourist decision making: exploring the criteria for destination choice due to several factors. Especially the most dominant factor has a big influence on tourists' decisions in choosing destination criteria. This factor is very necessary for the tourism sector to be developed in the future so that it is not less competitive with the current intense competition. From several similar articles which are used as references, there are four factors that influence tourist decisions, consisting of comfort, climatic conditions, extraordinary objects, and affordable tourist facilities.

Keywords: Decision Making Factors, Choice of Tourism Destinations, Tourists.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat diandalkan pemerintah. Mulyati dan Afrinata (2018) juga mengatakan "Pariwisata sebagai penyumbang devisa dari penghasilan non migas di samping juga dapat menciptakan dan memperluas lapangan usaha juga dapat mendorong pembangunan daerah, memperkaya kebudayaan nasional dengan tetap melestarikan kepribadian bangsa dan terpeliharanya nilai-nilai agama sebagai karakteristik warga negara Indonesia". Mardiyani dan Murwatiningsih (2015)

menyatakan "Pariwisata secara menyeluruh, perkembangan pariwisata Indonesia adalah merupakan hasil kerja berbagai pihak yaitu Pemerintah Pusat maupun daerah, lembaga legislative, lembaga non Pemerintah, pers, swasta, perguruan tinggi dan masyarakat". Syifa, (2020) mengatakan "untuk mengelola pariwisata dengan baik dan profesional diperlukan kajian yang mendalam termasuk wisatawan sebagai sumber pendapatan yang harus dilayani dengan baik agar mereka tetap senang dan nyaman sehingga waktu tinggal di dalam kawasan wisata menjadi lebih lama".

Bueno, Carrasco, dkk. (2021) mengatakan “Kebanyakan orang bepergian atau berwisata dengan tujuan untuk bersenang-seenang seperti tujuan wisatawan pada umumnya. Tetapi tidak jarang orang memanfaatkan waktunya untuk bersenang-senang sekaligus menambah wawasan, pengetahuan, dan ketrampilan tentang sesuatu hal. Dengan kata lain mereka datang ke suatu tempat tidak saja hanya untuk melihat-lihat tetapi memiliki tujuan yang lebih dari itu, yaitu sesuatu yang berharga yang tidak mungkin didapatnya di tempat asalnya”.

Dari beberapa artikel penelitian yang sejenis wisatawan yang melakukan perjalanan pariwisata terdapat empat faktor yang mempengaruhinya terdiri dari kenyamanan, kondisi iklim, objek yang luar biasa, dan fasilitas wisata yang terjangkau.

Maka dari itu, perlu mengidentifikasi faktor paling dominan yang mampu mempengaruhi kepercayaan diri yang dibuatnya dalam memilih destinasi wisata. Faktor tersebut sangat diperlukan bagi sektor pariwisata untuk dikembangkan kedepannya supaya tidak kalah saing dengan persaingan yang ketat pada saat ini. Jadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap faktor paling dominan dalam pemilihan kriteria pariwisata.

METODE

Artikel yang di buat menggunakan metode dengan memaparkan dari beberapa artikel sejenis dalam pengambilan keputusan. Metode tersebut dilakukan untuk menjelaskan faktor-faktor dalam pemilihan destinasi pariwisata dan dijadikan literatur peneliti selanjutnya untuk meneliti faktor paling dominan yang berpengaruh besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pariwisata

Pariwisata merupakan “sektor penting bagi perkembangan perekonomian suatu negara. UNWTO mendefinisikan pariwisata sebagai fenomena sosial, budaya dan ekonomi yang melibatkan pergerakan orang ke negara atau tujuan di luar lingkungan tipikal mereka untuk alasan individu atau bisnis / pekerjaan (Seyidov dan Adomaitiene, 2016). Pariwisata menjadi aktivitas rekreasi yang populer secara global. Jutaan orang melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain untuk tujuan pariwisata; mencari relaksasi, melarikan diri

dari hiruk pikuk kehidupan sehari-hari mereka. Terdapat persaingan yang ketat dalam lingkungan pariwisata secara global, dan karena meningkatnya pengetahuan tentang wisatawan, destinasi menghadapi ancaman persaingan untuk digantikan oleh destinasi lainnya” (Dahiya dan Batra, 2016).

Pariwisata berfungsi “untuk memenuhi keinginan jiwa, raga, dan intelektual melalui rekreasi dan travelling. Pariwisata telah menjadi anggota dari kebutuhan dasar manusia; letakkan berdampingan dengan kebutuhan sehari-hari seperti pangan, sandang dan papan” (Ismayanti, Djahur dan Levyda, 2011). Pemerintah Indonesia berupaya menjalankan fungsi tersebut dengan menerapkan keputusan hari libur nasional dan cuti bersama sejak tahun 2008. Cuti bersama ditujukan untuk fokus pada produktivitas kerja dan mendorong industri pariwisata negara. Untuk mengimbangnya, mereka harus bekerja lembur di hari-hari lain.

2. Wisatawan

Pariwisata berkembang karena “adanya gerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajah wilayah yang baru, mencari perubahan suasana atau untuk mendapat perjalanan baru. Orang yang melakukan perjalanan wisata disebut wisatawan atau *tourist*. Batasan terhadap wisatawan juga sangat bervariasi, mulai dari yang umum sampai dengan yang sangat teknis spesifik” (Supriyanto, 2021). Hasil dari penelitiannya dengan menggunakan istilah ‘*visitor*’ (pengunjung) yaitu : “ setiap orang yang mengunjungi Negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya, untuk berbagai tujuan, tetapi bukan untuk mencari pekerjaan atau penghidupan dari Negara yang dikunjungi”.

Batasan juga digunakan oleh Eryani (2012) ini sebenarnya “hanya berlaku untuk wisatawan internasional, tetapi secara analogis bisa juga diberlakukan untuk wisatawan domestic, dengan membagi Negara atas dasar daerah (provinsi)”. Ada dua visitor, yakni:

1. Wisatawan (*tourist*), yaitu berkunjung ke suatu daerah lebih dari 24 jam
2. Pelancong/pengunjung- (*excursionist*), yaitu tinggal di suatu daerah kurang dari 24 jam

3. Faktor Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Destinasi Pariwisata

a. Kenyamanan

Dahiya dan Batra (2016) “Kenyamanan menjadi kondisi penting yang sangat

penting dalam sektor pariwisata dan mempunyai dampak yang sangat besar terhadap keberlangsungan aktivitas perjalanan dan pariwisata. Kenyamanan merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan untuk melakukan suatu perjalanan ke suatu destinasi pariwisata”.

b. Kondisi Iklim

Salah satu sektor yang sangat rentan terhadap perubahan iklim yaitu sektor pariwisata. Dahiya dan Batra (2016) mengatakan “Perubahan iklim akan memberikan pengaruh yang besar terhadap dunia kepariwisataan, baik itu terhadap preferensi wisatawan akan daerah tujuan wisatanya, maupun berubahnya daya tarik wisata yang dimiliki destinasi yang berakibat juga pada perubahan pengelolaan destinasi pariwisata”.

c. Objek yang Luar Biasa

Triansya dan Budisetyorini (2018) “Keunggulan daerah tujuan wisata atau objek yang luar biasa, yang meliputi jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. Yang juga sangat penting sebagai salah satu atribut daerah tujuan wisata adalah citra (*image*) yang dimiliki”.

d. Fasilitas yang Terjangkau

Fasilitas juga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan wisatawan dalam berkunjung. Byrd, Canziani, dkk (2016) mengatakan “Fasilitas objek wisata yang menarik dan sesuai dengan tren yang sedang diminati konsumen akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, tidak hanya itu kebersihan, kelancaran dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen untuk berkunjung”.

Selain faktor di atas menurut Ferrel dan Hartline (2012) dalam bukunya “Dalam menganalisis lingkungan dan pengambilan keputusan juga dipengaruhi faktor eksternal. Masalah terakhir dan terluas dalam analisis situasi adalah penilaian lingkungan eksternal, yang mencakup semua faktor eksternal-persaingan, ekonomi, politik, hukum/peraturan, teknologi, dan sosial budaya yang

dapat memberikan tekanan langsung dan tidak langsung yang cukup besar. pada aktivitas pemasaran domestik dan internasional. Dalam menganalisis faktor-faktor di lingkungan eksternal. Seperti yang masalah yang terlibat dalam pemeriksaan lingkungan eksternal dapat dibagi menjadi beberapa kategori terpisah (yaitu, persaingan, ekonomi, hukum, dll)”.

Dari beberapa hasil penelitian sejenis di dalam pengambilan keputusan pilihan destinasi pariwisata terpapar tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Hasil
1	Kirti Singh Dahiya, Dharminder Kumar Batra (2016)	<i>Tourist decision making: Exploring the destination choice criteria</i>	Peneliti menemukan faktor kenyamanan dan perubahan iklim mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan dalam memilih destinasi segitiga emas.
2	Devin Cahya Triansya, Beta Budisetyorini (2018)	<i>Influence of Tourism Destination Products and Images on Tourist Visiting Decision to Kota Seribu Sungai Banjarmasin</i>	Penelitiannya menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan Kota Seribu yaitu (I) Pengaruh produk destinasi pariwisata terhadap keputusan kunjungan wisatawan dan (II) Pengaruh citra destinasi pariwisata terhadap keputusan kunjungan wisatawan.
3	Erick T. Byrd,	<i>Wine tourism:</i>	Ditemukan hasil survei

	Bonnie Canziani, Yu-Chin (Jerrie) Hsieh, Keith Debbage, Sevil Sonmez (2016)	<i>Motivating visitors through core and supplementary Services</i>	86% dari faktor "layanan yang baik bagi pelanggan" dan "staf kilang anggur memiliki pengetahuan tentang anggur". Niat untuk berkunjung mendatang yang disurvei menunjukkan dari 82% responden
--	---	--	---

Hasil tabel. 1 penelitian terdahulu diatas keputusan wisatawan dalam memilih destinasi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi.

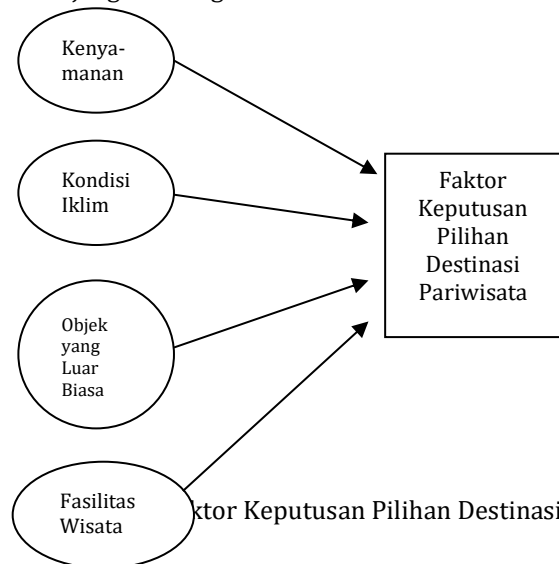
Dahiya dan Batra (2016) melakukan penelitian keputusan pembuatan turis dalam menjelajahi kriteria pilihan destinasi. Destinasi tersebut mengacu pada pariwisata warisan budaya populer di India: segitiga emas Secara keseluruhan, penelitian menemukan faktor kenyamanan dan perubahan iklim mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan dalam memilih destinasi segitiga emas. Faktor kenyamanan yang terdiri dari makanan, acara dan kehidupan malam di destinasi wisata. Studi tersebut menyatakan bahwa wisatawan mempertimbangkan faktor iklim pada tiga tingkat proses pengambilan keputusan yang berbeda; pertama, dalam tahap perencanaan, kedua, setelah tahap keputusan ketika wisatawan mencari tentang kondisi iklim sesaat sebelum perjalanan dan terakhir satu minggu sebelum perjalanan.

Triansya dan Budisetyorini (2018) berdasarkan hasil penelitiannya dalam keputusan kunjungan wisatawan ke Kota Seribu Sungai Banjarmasin. Penelitiannya menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan Kota Seribu yaitu (I) Pengaruh produk destinasi pariwisata terhadap keputusan kunjungan wisatawan dan (II) Pengaruh citra destinasi pariwisata terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Hasilnya menemukan hal positif pengaruh produk destinasi wisata terhadap keputusan kunjungan wisatawan sebesar 54,5% dan citra pariwisata. Destinasi pada

keputusan kunjungan wisatawan sebesar 53,4% serta 46,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diperiksa.

Byrd, Canziani, dkk (2016) dalam penelitiannya wisata anggur: motivasi pengunjung melalui layanan inti dan tambahan. Wisata anggur adalah sektor industri yang relatif baru menghadapi sejumlah masalah penting pembangunan ekonomi. Salah satu masalah tersebut adalah kemampuan industri untuk mendorong pendapatan yang berkelanjutan untuk usaha kecil dan pendapatan kecil menengah perkebunan anggur. Ditemukan hasil survei 86% dari faktor "layanan yang baik bagi pelanggan" dan "staf kilang anggur memiliki pengetahuan tentang anggur". Niat untuk berkunjung mendatang yang disurvei menunjukkan bahwa mereka cenderung mengunjungi kembali anggur tempat mereka berada dan lebih dari 82% responden menunjukkan mereka akan mengunjungi kilang anggur NC di masa mendatang.

Dari beberapa hasil penelitian sejenis di atas dalam pengambilan keputusan pilihan destinasi pariwisata. Sebagian besar faktor-faktor yang mempengaruhinya ada empat yaitu terdiri dari kenyamanan, kondisi iklim, objek yang luar biasa, dan fasilitas wisata yang terjangkau dengan tabel dibawah ini



Gambar tersebut yaitu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pilihan destinasi pariwisata. Sebagai rujukan bagi sektor pariwisata untuk mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh dari empat faktor tersebut. Sehingga faktor yang paling dominan bisa dikembangkan ke depannya supaya tidak

kalah saing dengan persaingan ketat pada saat mendatang.

SIMPULAN DAN SARAN

Sektor pariwisata merupakan sektor penting bagi perkembangan perekonomian suatu negara. Sektor pariwisata pada saat ini yang terus berkembang pesat dengan ketatnya persaingan, sehingga destinasi wisata cenderung meningkat menurun.

sebuah kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan dengan memilih alternatif-alternatif yang ada sehingga terjadi sebuah keputusan yang untuk dilaksanakan kemudian disebut pengambilan keputusan. Dalam beberapa penelitian terdahulu ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan tersebut. Faktor itu antara lain kenyamanan, kondisi iklim, objek yang luar biasa, dan fasilitas wisata yang terjangkau. Maka dari itu, perlu mengidentifikasi faktor paling dominan yang mampu mempengaruhi kepercayaan diri yang dibuatnya dalam memilih destinasi wisata. Faktor tersebut sangat diperlukan bagi sektor pariwisata untuk dikembangkan kedepannya supaya tidak kalah saing dengan persaingan yang ketat pada saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, M.E., Jufrizen, J., Prayogi, M.A., & Sari, M. (2019). The Role of Marketing Mix and Service Quality on Tourist Satisfaction and Loyalty at Samosir. *Journal Of Management*, 10, 1662-1678.
- Bueno, I., Carrasco, R.A., dkk. (2021). A Linguistic Multi Criteria Decision Making Methodology for The Evaluation of Tourist Services Considering Customer Opinion Value. *Applied Soft Computing Journal*, 101, 1-18.
- Byrd, E.T., Canziani, B., dkk. (2016). Wine Tourism: Motivating Visitors Through Core and Supplementary Services. *Jornal Tourism Management*, 52, 19-29.
- Dahiya, K.S., Batra, D.K. (2016). Tourist Decision Making: Exploring The Destination Choice Criteria. *Journal of Management*, 7, 140-153.
- Eryani, A. (2012). Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjungan ke Objek Wisata Istana Siak Sri Indrapura Kabupaten Siak Provinsi Riau, 1-15.
- Ferrel, O.C., & Hartline, M.D. (2012). *Marketing Strategy*. South-Western: Cengage Learning.
- Ismayanti., Djamhur, I., & Levyda. (2011). Indonesian Tourists Preferences Influence of Conscious and Unconscious Motives. *Journal The Winners*, 12, 11-23.
- Mulyati, Y., Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 6, 191-200.
- Seyidov, J., Adomaitiene, R. (2016). Factors Influencing Local Tourists Decision-Making on Choosing a Destination: a Case of Azerbaijan. *Journal Ekonomika*, 95, 112-127.
- Supriyanto, E. E. (2021). Konsep Pembangunan dan Pengembangan Ekowisata. In *Pengantar Manajemen Potensi Desa: Aku Yakin Desaku Punya Sejuta Potensi* (Vol. 1, Issue 1, pp. 116-129).
- Syifa, F. F. (2020). Efektifitas Literatur Pilihan Siswa dan Guru Dalam Membaca Teks Naratif Pada Siswa dengan Motivasi Tinggi dan Rendah. *Jurnal Pendidikan NUsantara*, 1(1), 37-46.
- Triansya, D.C., Budisetyorini, B. (2018). Influence of Tourism Destination Products and Images on Tourist Visiting Decision to Kota Seribu Sungai Banjarmasin. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2, 73-83.