

Pengaruh Pramuwisata dan Promosi Terhadap Kunjungan Wisatawan Kota Palembang

Muhammad Deni^a, Sri Winarni^b

^aPoliteknik Darussalam, Jurusan Manajemen, m_deni75@yahoo.co.id

^bPoliteknik Darussalam, Jurusan Akuntansi, win_anmaza@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian – Penelitian bertujuan untuk menguji adakah hubungan yang positif dan signifikan antara pramuwisata dan promosi dengan kunjungan wisatawan ke kota Palembang.

Desain/Methodologi/Pendekatan – Populasi penelitian adalah jumlah pramuwisata dan wisatawan di kota Palembang. Sampel penelitian adalah berjumlah 36 responden. Teknik pengumpulan data adalah kuesioner dan dokumen dengan berdasarkan data yang bersumber dari lokasi pariwisata dan dinas pariwisata kota Palembang. Teknik analisis data menggunakan uji statistik metode analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS ver. 20.0.

Temuan – Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel jumlah pramuwisata, pelayanan dan promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan, sedangkan secara parsial variabel jumlah pramuwisata dan pelayanan memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap jumlah wisatawan, hanya promosi yang memiliki hubungan positif namun tidak signifikan terhadap jumlah wisatawan.

Keterbatasan penelitian – Penelitian ini berfokus pada aspek pramuwisata dan promosi, yang merupakan bagian dari kegiatan promosi pariwisata. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan melakukan pengujian pada variabel lain seperti kualitas layanan, sistem kerja, dan lain lain.

Originality/value –

Keywords: jumlah pramuwisata, pelayanan, promosi, jumlah wisatawan.

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia semakin pesat. Berbagai daerah berlomba untuk menunjukkan berbagai kelebihan daerah mereka. Berbagai tempat wisata umumnya mengandung nilai-nilai khas dari suatu daerah. Ada bermacam-macam objek wisata yang ada dengan berbagai macam keunikannya masing-masing. Menurut Wardiyanta (2006:52) obyek wisata adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan dapat memberikan kepuasan pada wisatawan. Adanya obyek wisata maka muncul masalah pokok yaitu bagaimana memanfaatkan pariwisata yang mampu merangsang pembinaan lingkungan dan masyarakat secara baik dan mencegah pengaruh atau akibat-akibat yang merugikan.

Arti kata pariwisata belum banyak diungkapkan oleh para ahli bahasa dan pariwisata Indonesia. kata pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi, pariwisata berarti perjalanan atau bepergian yang dilakukan berkali-kali atau berkeliling. Pariwisata adalah padanan kata untuk istilah tourism dalam bahasa Inggris. Pengertian pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Pariwisata sekarang ini penuh dengan persaingan. Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang satu selalu berusaha menarik wisatawan lebih banyak dari DTW yang lain, untuk dapat memenangkan persaingan itu bukan hanya dengan promosi saja, tetapi yang penting adalah memberikan pelayanan yang baik, yaitu pelayanan yang dapat memuaskan wisatawan yang berkunjung ke DTW tersebut.

Pelayanan yang prima hanya dapat diberikan oleh pramuwisata yang profesional, yaitu mereka yang selalu berorientasi kepada kepuasan wisatawan. Untuk dapat menjadi seorang

pramuwisata yang profesional, selain harus memiliki pengalaman, juga harus selalu memiliki kemampuan, baik secara teoritis maupun teknis dalam pelayanan kepada wisatawan pada umumnya. Selain itu seorang pramuwisata juga harus memiliki pengetahuan yang didukung oleh kemampuan dan keyakinan diri untuk menghadapi tugas-tugas yang rutin dan silih berganti (Deborah, 2009).

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat lebih mengenal istilah *guide* daripada pramuwisata. Setiap orang yang menemani dan mengantar wisatawan, mengunjungi obyek wisata, menonton pertunjukkan, dan lain-lain selalu dikonotasikan sebagai *guide*. Menurut Yoeti (2010) pramuwisata atau *tour guide* adalah orang yang bertugas memberikan bimbingan, informasi, dan petunjuk tentang atraksi atau destinasi. Seorang pramuwisata harus dapat memberi kesenangan ataupun kepuasan kepada setiap yang dibawanya. Oleh karena itu, untuk mengetahui keinginan dan selera wisatawan, hendaknya seorang pramuwisata menyatukan pengetahuan, keterampilan, dan perasaannya demi tercapainya kesenangan yang diinginkan oleh wisatawan yang dibawanya tersebut.

Pariwisata tidak akan berkembang apabila orang lain enggan berkunjung karena buta dengan informasi-informasi mengenai pariwisata tersebut. Oleh karena itu diperlukan berbagai promosi-promosi pariwisata. Promosi itu sendiri adalah usaha untuk memperbesar daya tarik objek wisata terhadap calon wisatawan. Wisatawan dan kebutuhannya tidak digarap akan tetapi produk wisatanya yang lebih disesuaikan dengan permintaan wisatawan (Ismayanti, 2011)

Promosi merupakan kegiatan yang lebih banyak mencakup mendistribusikan *promotion materials*, seperti film, *slides*, *advertisement*, *brochures*, *booklets*, *leaflets*, *folders*, melalui bermacam-macam saluran (*channel*) seperti: TV, radio, majalah, bioskop, direct-mail baik pada *potential tourist*, yaitu sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan pariwisata, karena memiliki banyak uang, keadaan fisik masih kuat, hanya belum mempunyai waktu senggang untuk bepergian sebagai wisatawan maupun *actual tourist*, yaitu orang yang sedang melakukan perjalanan pariwisata ke suatu daerah tujuan tertentu; dengan tujuan mentransfer informasi dan mempengaruhi calon-calon wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.

Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda. Jika ditinjau dari arti kata wisatawan yang berasal dari kata wisata maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata *tourist* dalam bahasa Inggris. Kata itu berasal dari bahasa *Sanskerta* wisata yang berarti perjalanan yang sama atau dapat disamakan dengan kata *travel* dalam bahasa Inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata *traveler* karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran *wan* untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang (Irawan, 2010:12).

Kota Palembang adalah salah satu kota besar di Indonesia yang merupakan ibukota Provinsi Sumatera Selatan. Kota Palembang memiliki luas wilayah 358,55 km² yang dihuni 1,7 juta jiwa dengan kepadatan 4.800 per km² (wikipedia, 2016). Kota Palembang memiliki sebutan Palembang kota 5 (lima) dimensi, yaitu: 1) Dimensi I sebagai kota dagang, 2) Dimensi II sebagai kota pemerintahan, 3) Dimensi III sebagai kota industri, 4) Dimensi IV sebagai kota pendidikan, dan 5) Dimensi V sebagai kota wisata. Dilihat dari kelima dimensi yaitu kota Palembang mempunyai sebutan sebagai kota wisata, ini merupakan aset yang baik dan bisa dikembangkan melalui promosi.

Promosi pariwisata yang dimaksud di sini adalah kampanye dan propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara kontinyu ke dalam, promosi ini ditujukan kepada masyarakat dalam negeri sendiri dengan maksud dan tujuan menggugah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehingga industri pariwisata di negeri ini memperoleh dukungan. Pada dasarnya kegiatan yang tidak mendatangkan wisatawan maka semua kegiatan itu dianggap gagal. Tanpa adanya wisatawan, semua kegiatan pembangunan dan pemugaran objek-objek kebudayaan, pembangunan hotel, persediaan angkutan, itu tidak memiliki makna kepariwisataan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui hubungan yang positif dan signifikan antara jumlah pramuwisata, pelayanan pramuwisata dan promosi dengan kunjungan wisatawan

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Menurut Yoeti (2010:11) Pengertian Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, pariwisata berasal dari dua kata yaitu pari yang berarti banyak, berkali-kali dan berkeliling, sedangkan pengertian wisata berarti perjalanan atau berpergian. Pariwisata secara singkat dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan (Ismayanti, 2011).

Pramuwisata

Menurut Yoeti (2010) pramuwisata adalah orang yang bertugas memberikan bimbingan, informasi dan petunjuk tentang atraksi atau dimensi, sedangkan jenis- jenis pramuwisata terbagi menjadi:

1. Berdasarkan Tempat Melaksanakan Tugas, terdiri dari: a) *Local Guide (on- site guide)*, b) *City Guide*
2. Berdasarkan Spesifikasi, terdiri dari: a) Pramuwisata Khusus, b) Pramuwisata Umum
3. Berdasarkan Asal Wisatawan dan Wilayah Negara Tempat dilaksanakannya Tour, terdiri: a) *inbound tour guide*, b) *Out- bound tour guide*, c) *Domestic tour guide*
4. Berdasarkan Status, terdiri: a) *payroll guide*, b) *Freelance guide*
5. Berdasarkan Tingkatan, berdasarkan keputusan menteri pariwisata, pos dan telekomunikasi nomor KM 82/PW 102/MPPT-88 tentang pramuwisata dan pengatur wisata, pemandu wisata (pramuwisata) dikelompokkan sebagai berikut: a) Pramuwisata Muda, b) Pramuwisata Madya, c) Pengatur Wisata
6. Berdasarkan Jumlah Wisatawan Yang Ditangani, terdiri: a) *Group Tour Guide*, b) *Individual Tour Guide*

Promosi

Menurut Soekadijo (2000:241) promosi objek wisata dapat dibedakan atas dua, yaitu:

1. Promosi langsung adalah promosi yang ditujukan langsung kepada mereka yang dianggap wisatawan aktual dan potensial.
2. Promosi tidak langsung adalah promosi yang ditujukan kepada orang-orang yang dianggap berpengaruh atas pengambilan keputusan calon wisatawan dan juga biro perjalanan yang ada di luar negeri. Jadi dalam hal ini seperti *joint promotion*.

Wisatawan

Menurut Smith (dalam Kusumaningrum, 2009:16), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain. Sedangkan menurut WTO (dalam Kusumaningrum, 2009:17) membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu: a) Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya; b) Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.
2. Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga.

Wisatawan menurut sifatnya (Kusumaningrum, 2009:18):

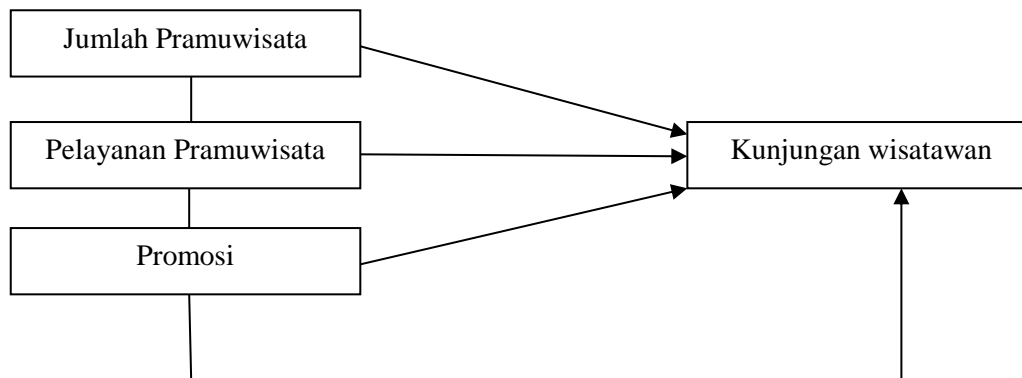
1. Wisatawan modern Idealis, wisatawan yang sangat menaruh minat pada budaya multinasional serta eksplorasi alam secara individual.
2. Wisatawan modern Materialis, wisatawan dengan golongan Hedonisme (mencari keuntungan) secara berkelompok.
3. Wisatawan tradisional Idealis, wisatawan yang menaruh minat pada kehidupan sosial budaya yang bersifat tradisional dan sangat menghargai sentuhan alam yang tidak terlalu tercampur oleh arus modernisasi.
4. Wisatawan tradisional Materialis, wisatawan yang berpandangan konvensional, mempertimbangkan keterjangkauan, murah dan keamanan.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian mengenai pengaruh pramuwisata, pelayanan, dan promosi terhadap kunjungan wisatawan pada berbagai penelitian menampilkan hasil yang bervariasi. Penelitian Deborah (2009) menunjukkan peranan pemerintah harus terus berupaya membentuk tenaga pramuwisata yang handal agar dapat mengembalikan citra dan membangun pariwisata yang terpuruk, dengan harapan majunya sektor pariwisata yang akan berpengaruh besar terhadap kemajuan objek wisata dan perekonomian Indonesia, sedangkan penelitian Qiptia (2013) memberikan hasil bahwa pramuwisata mempunyai peranan penting dalam meningkatkan promosi pariwisata Indonesia, dengan memberikan pelayanan yang baik, sehingga dapat memuaskan wisatawan. Sitohang (2008) meneliti promosi kepariwisataan dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dengan hasil media promosi kepariwisataan telah efektif dan berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

MODEL YANG DIGUNAKAN

Gambar 1
Model Penelitian



HIPOTESIS

- Hipotesis 1 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara jumlah pramuwisata, pelayanan pramuwisata dan promosi dengan kunjungan wisatawan
- Hipotesis 2 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara jumlah pramuwisata dengan kunjungan wisatawan
- Hipotesis 3 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pelayanan pramuwisata dengan kunjungan wisatawan
- Hipotesis 4 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan kunjungan wisatawan

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan proses yang dilakukan secara bertahap, yakni dari perencanaan dan perancangan penelitian, menentukan fokus penelitian, waktu penelitian, pengumpulan data, analisis, dan penyajian hasil penelitian. Penulisan hasil penelitian ini dilakukan secara deskriptif kuantitatif. Dalam hal ini disebut deskriptif kuantitatif karena sifat data yang dikumpulkan adalah data kuantitatif, yakni menggunakan alat-alat pengukur. Metode kuantitatif ini menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata ungkapan tertulis maupun lisan dari orang - orang dan perilaku yang diamati.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner terhadap para wisatawan dan pengelola tempat wisata dan informan lainnya. Data sekunder didapatkan dalam bentuk arsip atau dokumen tertulis lainnya yang menunjang penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Pada teknik analisis data terdapat 3 tahapan utama yang akan dilakukan yaitu: 1) Pengujian kuesioner, yaitu uji validitas dan reliabilitas; 2) Pengujian model (Uji asumsi klasik); dan 3) Uji hipotesis yang terbagi menjadi dua yaitu pengujian secara parsial dan secara simultan. Pengujian hipotesis menggunakan model regresi berganda, dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kunjungan Wisatawan, X₁ = Jumlah Pramuwisata, X₂ = Pelayanan Pramuwisata, X₃ = Promosi, a = konstanta, b₁₋₃ = Koefisien regresi, e = standar error

HASIL

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada bagian ini dilakukan pengujian terhadap data yang telah dikumpulkan. Untuk menghasilkan persamaan yang sah dan dapat diandalkan, maka perlu dilakukan pengujian data yaitu dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Hasil dari pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1: Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Alpha ($\alpha=5\%$)	Hasil Uji Reabilitas
1	Pelayanan	0,882	0,600	Reliabel
2	Promosi	0,717	0,600	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah. 2017

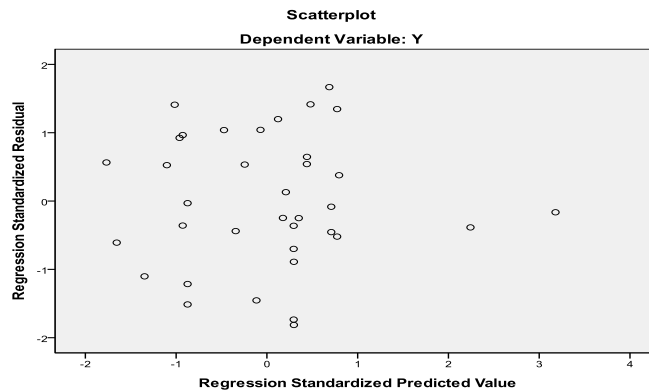
Tabel 2: Pengujian Asumsi Klasik (Normalitas dan Multikolinearitas)

Var.	Normalitas		Multikolinearitas	
	Sign.	Kesimpulan	VIF	Tolerance
X1	0,069	Berdistribusi normal	1,218	0,821
X2	0,137	Berdistribusi normal	1,130	0,885
X3	0,900	Berdistribusi normal	1,125	0,889
Y	0,062	Berdistribusi normal	-	-

Sumber: Data primer, diolah. 2017

Berdasarkan tabel diatas semua variabel nilai *Asymp sig* hitung atau yang berasal dari data lebih besar dari 0,05 maka, H₀ ditolak dan H₁ diterima (data berdistribusi normal). Untuk hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa, masing-masing variabel independen memiliki VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka dapat dinyatakan model regresi linear berganda terbebas dari asumsi klasik statistik dan dapat digunakan dalam penelitian.

Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Output SPSS pada gambar Scatterplot menunjukkan penyebaran titik-titik sebagai berikut:

- a) Titik – titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0
- b) Titik – titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja
- c) Penyebaran titik – titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- d) Penyebaran titik – titik tidak berpola

Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda terbebas dari asumsi klasik heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Statistik

Tabel 3: Rekapitulasi permodelan regresi

Korelasi & uji F	Model summary				Multikolinieritas	
	Variabel	Constant	t	Sign.	Tolerance	VIF
Korelasi	Y	-4709,75	-,015	,988	-	
r = 0,240 r ² = -0,058	X1	-88,14	-,132	,896	,821	1,218
Uji F	X2	-30013,39	-,414	,682	,885	1,130
F _{hit} = 0,652 Sign. = 0,588	X3	90195,87	1,356	,185	,889	1,125

Sumber: Data primer, diolah. 2017

Hasil dari permodelan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -4709,8 - 88,1 X_1 - 30013,4 X_2 + 90195,9 X_3$$

Besarnya angka koefisien determinan 0,058 atau sama dengan 5,8%. Angka tersebut berarti, sebesar 5,8% jumlah wisatawan yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel jumlah pramuwisata, pelayanan, dan promosi sedangkan sebesar 94,2% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya. Dengan kata lain besarnya pengaruh jumlah pramuwisata, pelayanan, dan promosi terhadap jumlah wisatawan adalah sebesar 5,8%.

Menurut Priyatno (2010:67), jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_1 diterima, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_1 ditolak. Sedangkan taraf nyata (α) = 5% dengan penyebut $dk=(n-k-1) = (36-3-1)$ dan pembilang ($k=3$) adalah sebesar 2,901.

Berdasarkan Tabel 3 di atas maka dapat dilihat bahwa F_{hitung} untuk variabel jumlah pramuwisata (X_1), pelayanan (X_2), serta promosi (X_3) terhadap jumlah wisatawan (Y) adalah sebesar 0,652, maka $F_{hitung} (0,652) < F_{tabel} (2,901)$ ini berarti bahwa tidak ada pengaruh jumlah pramuwisata (X_1), pelayanan (X_2), serta promosi (X_3) secara bersama-sama terhadap jumlah wisatawan (Y) kota Palembang, sehingga H_1 ditolak.

Nilai signifikan (Sig F) adalah sebesar 0,588 yang berarti $\text{Sig F } (0,588) > \alpha (0,05)$. Hal tersebut menggambarkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan jumlah pramuwisata (X_1), pelayanan (X_2), serta promosi (X_3) secara bersama-sama terhadap jumlah wisatawan (Y) kota Palembang.

PEMBAHASAN

Pengaruh Jumlah Pramuwisata, Pelayanan, dan Promosi Secara Bersama-sama Terhadap Jumlah Wisatawan Kota Palembang

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS for windows ver 20*, diperoleh nilai R^2 (R Square) adalah sebesar 5,8%, hal ini menggambarkan bahwa pengaruh jumlah pramuwisata (X_1), pelayanan (X_2), serta promosi (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap jumlah wisatawan (Y) kota Palembang adalah sebesar 5,8%, sedangkan nilai $F_{hitung} (0,588) > 0,05$, berarti bahwa tidak ada pengaruh jumlah pramuwisata, pelayanan, serta promosi, secara bersama-sama terhadap jumlah wisatawan (Y) kota Palembang, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Jika dilihat dari nilai R^2 , yaitu sebesar 5,8%, hal ini menggambarkan juga bahwa jumlah wisatawan kota Palembang, dapat dijelaskan oleh jumlah pramuwisata, pelayanan, serta promosi, sedangkan sisanya 94,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hal ini menggambarkan bahwa pada dasarnya banyak faktor lain yang mempengaruhi jumlah wisatawan kota Palembang, hanya saja dalam kesempatan penelitian ini, penulis hanya melihat 3 (tiga) variabel saja, jumlah pramuwisata, pelayanan, serta promosi .

Oleh karena itu menurut hemat penulis, jika ada peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian pada bidang dan objek yang sama, maka sebaiknya menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi jumlah wisatawan berkunjung ke Palembang, misalnya memasukkan variabel kualitas pramuwisata, dukungan pemerintah, dukungan pihak swasta, atau dukungan perguruan tinggi, dukungan masyarakat atau variabel-variabel lainnya, sehingga diharapkan dapat menghasilkan penelitian yang lebih akurat lagi.

Keterkaitan antara jumlah pramuwisata, pelayanan kerja, promosi dan kinerja, yaitu jumlah pramuwisata, pelayanan yang tinggi dalam bekerja serta promosi yang berjalan sebagaimana mestinya, maka diharapkan akan menambah jumlah wisatawan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat disekitar obyek wisata bahkan organisasi itu sendiri yaitu Himpunan Pariwisata, sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

Pengaruh Jumlah Pramuwisata Secara Parsial Terhadap Jumlah Wisatawan

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS for windows ver 20*, diperoleh nilai koefisien regresi jumlah pramuwisata adalah sebesar -0,88, hal ini menggambarkan bahwa jumlah pramuwisata (X_1) mempengaruhi jumlah wisatawan kota Palembang (Y) adalah sebesar -88%, sedangkan nilai $t_{hitung} (-0,132) < t_{tabel} (1,693)$, berarti bahwa tidak ada pengaruh jumlah pramuwisata terhadap jumlah wisatawan kota Palembang, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini didukung pula dengan nilai signifikan (Sig t) pengaruh jumlah pramuwisata terhadap jumlah wisatawan kota Palembang sebesar 0,846, yang berarti $\text{sig t } (0,846) > \alpha (0,05)$, hal tersebut berarti bahwa pengaruh pelayanan terhadap jumlah wisatawan kota Palembang adalah tidak signifikan.

Dari hasil perhitungan di atas menggambarkan bahwa jumlah pramuwisata tidak memberikan kontribusi yang cukup terhadap jumlah wisatawan kota Palembang. Ini menggambarkan bahwa jumlah pramuwisata tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah wisatawan kota Palembang. Hal ini dapat dimengerti bahwa jumlah pramuwisata yang sangat sedikit untuk mencakup seluruh obyek wisata, bahkan belum terorganisirnya himpunan pramuwisata dengan baik.

Oleh karena itu, wajar jika jumlah wisatawan kota Palembang tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Jumlah pramuwisata sangat tepat dilaksanakan jika sesuai kebutuhan suatu obyek wisata. Kebutuhan jumlah pramuwisata dapat berupa kekurangan dalam bidang pengetahuan, sikap, perilaku, kecakapan dan keterampilan para pemandu wisata yang hendak dipenuhi melalui kegiatan jumlah pramuwisata tersebut. Dengan demikian kebutuhan

jumlah pramuwisata bukanlah kebutuhan dibidang itu sendiri, tetapi juga kebutuhan untuk mendapatkan atau diberi jumlah wisatawan. Untuk itulah jumlah pramuwisata itu diharapkan atau mampu meningkatkan jumlah wisatawan di obyek wisata potensial serta dapat membuat perubahan-perubahan pada pengetahuan, sikap dan keterampilan pramuwisata itu sendiri.

Adanya kesenjangan antara jumlah pramuwisata dengan yang dikehendaki obyek wisata, menyebabkan perlunya menjembati kesenjangan tersebut, salah satu caranya adalah dengan menambah jumlah pramuwisata. Dengan demikian diharapkan seluruh potensi yang dimiliki pramuwisata, yaitu pengetahuan, keterampilan dan sikap dapat ditingkatkan, yang pada akhirnya pramuwisata dapat melaksanakan tugasnya secara baik dan benar dalam melayani wisatawan.

Pelayanan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Jumlah Wisatawan

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS for windows ver 20*, diperoleh nilai koefisien regresi pelayanan adalah sebesar -30013, hal ini menggambarkan bahwa pelayanan (X_2) mempengaruhi jumlah wisatawan kota Palembang (Y) adalah sebesar -30013, sedangkan nilai $t_{hitung} (-0,414) < t_{tabel} 1,693$, berarti bahwa tidak ada pengaruh pelayanan terhadap jumlah wisatawan kota Palembang, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini didukung pula dengan nilai signifikan ($Sig\ t$) pengaruh pelayanan terhadap jumlah wisatawan kota Palembang sebesar 0,682, yang berarti $sig\ t (0,682) > \alpha (0,05)$, hal tersebut berarti bahwa pengaruh pelayanan terhadap jumlah wisatawan kota Palembang adalah tidak signifikan.

Dari hasil perhitungan di atas menggambarkan bahwa pelayanan memberikan pengaruh terhadap jumlah wisatawan kota Palembang, yaitu mencapai -41,4%. Temuan penelitian ini tidak mendukung penelitian empiris yang dilakukan oleh Rodjinandari dan Supriadi (2016) serta Purwaningsih (2013) yang menyimpulkan bahwa pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan dan kepuasan wisatawan. Kemampuan pramuwisata mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan wisatawan. Wisatawan merasa puas dengan pelayanan pramuwisata sehingga terpengaruh untuk datang kembali.

Promosi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Jumlah Wisatawa

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS for windows ver 20*, diperoleh nilai koefisien regresi promosi adalah sebesar 90195,9, hal ini menggambarkan bahwa promosi (X_3) mempengaruhi jumlah wisatawan kota Palembang (Y) secara positif, sedangkan nilai $t_{hitung} (1,356) > t_{tabel} (1,693)$, berarti bahwa tidak ada pengaruh promosi terhadap jumlah wisatawan kota Palembang, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini didukung pula dengan nilai signifikan ($Sig\ t$) pengaruh promosi terhadap jumlah wisatawan kota Palembang sebesar 0,185, yang berarti $sig\ t (0,185) \geq \alpha (0,05)$, hal tersebut berarti bahwa pengaruh promosi terhadap jumlah wisatawan kota Palembang adalah tidak signifikan.

Temuan ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Areks dkk (2015), Sunyoto (2010) dan Widayanti (2012) yang menyimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Dari hasil perhitungan di atas menggambarkan bahwa promosi tidak memberikan kontribusi yang cukup dalam mempengaruhi jumlah wisatawan kota Palembang. Hal ini menggambarkan bahwa promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah wisatawan kota Palembang. Sedangkan promosi mampu mendorong kunjungan wisatawan. Promosi mampu mengekspresikan potensi obyek wisata serta promosi mampu merespon perkembangan obyek wisata sehingga kunjungan wisatawan meningkat.

Promosi Berpengaruh Lebih Dominan Terhadap Jumlah Wisatawan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang dominan dibandingkan dengan variabel jumlah pramuwisata dan promosi terhadap kunjungan wisatawan di Palembang. Hal ini didasarkan pada nilai koefisien tertinggi dibandingkan variabel lain yaitu 90195%. Dengan demikian, pihak pemerintah hendaknya memperhatikan, mempertahankan, serta berupaya meningkatkan promosi obyek wisata Palembang.

Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Irmayanty (2013), yang menyimpulkan bahwa variabel promosi mempunyai berpengaruh dominan terhadap kunjungan

wisatawan. Promosi merupakan salah satu tolok ukur di dalam peningkatan jumlah wisatawan kota Palembang, dimana pada hakekatnya promosi terhadap obyek wisata merupakan hasil kerja individu ataupun kelompok dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam melakukan promosi, sebaiknya terlebih dahulu diadakan pengamatan obyek wisata. Langkah tersebut akan mengantar pada tercapainya kesesuaian obyek wisata yang akan dikunjungi sehingga yang dapat membantu kelancaran komunikasi berbagai pihak, sehingga jumlah pramuwisata dapat menyesuaikan diri dengan mereka yang dilatih. Jika kondisi tersebut dapat tercipta, maka kunci keberhasilan dengan diadakannya promosi jumlah wisatawan maksimal dapat tercapai.

SIMPULAN

Bertolak dari hasil temuan dan analisis data dengan uji statistik, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Jumlah pramuwisata, pelayanan, dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan di kota Palembang.
2. Jumlah Pramuwisata secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jumlah wisatawan di kota Palembang.
3. Pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jumlah wisatawan di kota Palembang.
4. Promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap jumlah wisatawan di kota Palembang.
5. Promosi merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap jumlah wisatawan di kota Palembang.

KETERBATASAN DAN FUTURE RESEARCH

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut, sebaiknya variabel yang diteliti lebih spesifik terkait dengan pemasaran pariwisata seperti kualitas pelayanan, sistem kerja pramuwisata, atau variabel-variabel lainnya, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai industri pariwisata di Indonesia.

REFERENSI

- Areks, Erna. Nadjib, Muh. Cangara, Syaifullah. 2015. Pengaruh Penggunaan Bauran Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. *Jurnal Komunikasi KAREBA*. Vol. 4 No. 4. Oktober-Desember.
- Debora F.H, Vera. 2009. Pengaruh Pelayanan Pramuwisata Terhadap Kunjungan Ke Istana Maimoon. repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/13780/1/09E00666.pdf
- Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Irmawaty. 2013. Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Wisatawan (Studi Kasus di Gedung Perundingan Linggarjati Kuningan). Skripsi. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Ismayanti. 2011. Pengantar Pariwisata. Grasindo. Jakarta
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusanara Terhadap Daya Tarik Wisata di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- Purwaningsih, Ratih Melatisiwi. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Candi Prambanan. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Volume 5 Nomor 3. Desember.
- Qiptia, Mariatul. 2013. Pengaruh Pelayanan Pramuwisata Terhadap Kunjungan Wisatawan Ke Mesjid Raya Medan. repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/43831/6/Cover.pdf
- Rodjinandari, Nanny. Supriadi, Bambang. 2016. *Komptensi Pendampingan Pemandu Wisata Lokal Sebagai Developers of People. Pesona*. Vol. 2 No. 01. Desember.
- Sitohang, Ranto. 2008. Promosi Kepariwisata Dan Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan. repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/14827/1/09E01014.pdf

- Sunyoto. 2010. *Peranan Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan di Ndayu Alam Asri Kabupaten Sragen*. *Jurnal.stpps.ac.id/index.php/JPI/article/download/*. Diakses 04 September 2017
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Undang-Undang Republik Indonesia
- Wardiyanta, Drs. M.Hum. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. CV. Andi. Offset. Yogyakarta
- Widayanti, Rahayu. 2012. *Pengaruh Promosi Terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik (Studi Kasus di Taman Rekreasi Sengkaling Malang)*. *Dinamika Dotcom*. *Ejurnal.stimata.ac.id*. diakses 04 September 2017.
- Yoeti, Oka A. 2010. *Dasar-dasar Pengertian Hopitaliti dan Pariwisata*. Alumni. Bandung

TENTANG PENULIS

Penulis Pertama Muhammad Deni, sejak tahun 2014 bekerja di Politeknik Darussalam sebagai tenaga pengajar di prodi usaha perjalanan wisata. Lulusan Strata 2 prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang. Tertarik dengan topik penelitian dibidang manajemen, bisnis, kewirausahaan, dan pariwisata. Memperoleh hibah penelitian Dosen Pemula tahun 2017. M_deni75@yahoo.co.id	Penulis Kedua Sri Winarni, dosen Politeknik Darussalam Prodi Akuntansi. Lulusan Strata 2 Univeristas Sriwijaya Prodi Ilmu Ekonomi. Penelitian yang dilakukan selama ini membahas masalah akuntansi. Memperoleh hibah penelitian Dosen Pemula tahun 2017. Win_anmaza@yahoo.co.id
---	---