

**FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN WISATAWAN
UNTUK BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA ISTANA SIAK SRI
INDRAPURA KABUPATEN SIAK PROVINSI RIAU**

**By: Analisis Eryani
Counsellor I. Mariaty Ibrahim
Counselor II. Andi M Rifiyan
Analisflames90@gmail.com, HP: 087790957966
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata FISIP
Universitas Riau**

ABSTRACT

This research of purpose to determine the response of tourist about decision-making factors of tourist to visit Siak Sri Inderapura Palace tourism object.

This research used descriptive quantitative. There are 100 sample were taken using accidental sampling. Data collection techniques in this research using observation, interviews, questionnaires, and documentation. The using likert scale as a measurement tool for determine the short length of the interval that can be used to generate quantitative data.

Factors that influence the decision making process, namely tourist characteristics, the awareness of the benefits of travel, description of the tour and tourist destination of excellence (Pitana dan Gayatri, 2005). From the result of research, according to responses by tourist the factor of tourist destination of excellence is a very determining faktor in the proses of decision making to visit Siak Sri Indrapura Palace tourism object.

Keyword : *decision making factors, tourist, tourism object*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang menarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal yang sangat berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, wilayah/provinsi maupun daerah. Industri tersebut secara langsung memberikan dampak terhadap ekonomi, sosial dan budaya (Gegel 2006).

Ada pendapat yang mengatakan bahwa pembagian pariwisata ke dalam tiga jenis seperti tersebut di atas, diasumsikan seolah-olah wisatawan yang berkunjung ke suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) hanya ingin menikmati obyek dan daya tarik wisata yang berkenaan dengan daya tarik yang diunggulkan tersebut (alam, budaya dan minat khusus), padahal wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tidak hanya ingin melihat obyek dan daya tarik wisata tertentu, melainkan ingin melihat, menikmati dan mengalami pengalaman sebanyak mungkin yang ada kaitannya dengan semua jenis pariwisata.

Berbagai faktor dapat mempengaruhi seseorang untuk mengadakan perjalanan. Kebanyakan orang bepergian atau berwisata dengan tujuan untuk bersenang-senang 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. Jadi Perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri sendiri (faktor internal) seperti kesehatan, pendidikan, keuangan, dan faktor dari luar (faktor eksternal) seperti iklim, letak geografis, *special event*, dan lain sebagainya. Sehingga keberadaan industri pariwisata sangat penting agar dapat memenuhi keinginan wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata (Wisnawa).

Dalam konteks pengembangan pariwisata, Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki paling banyak pusaka budaya, baik yang berasal dari masa prasejarah, Hindu Buddha, Islam, dan masa kolonial, yang tersebar di seluruh nusantara (Ardika, 2007 : 47).

Provinsi Riau merupakan salah satu Provinsi terkaya di Indonesia. Provinsi Riau adalah Tanah Air Kebudayaan Melayu. Pernyataan tersebut didukung oleh berbagai fakta sejarah yang ada. Di Riau ini sampai sekarang masih ada sejumlah suku asli Riau seperti Suku Talang Mamak, Sakai, Petalangan dan lain-lain. Sejumlah peninggalan sejarah (Artefak dan Candi-candi) yang ditemukan, menunjukkan adanya wujud kebudayaan dan peradaban kuno di kawasan ini, mulai dari pra-sejarah hingga ke periode Hindu-Budha.

Di Provinsi Riau ada beberapa Kabupaten, salah satu Kabupaten yang mempunyai potensi Pariwisata yang cukup bagus adalah Kabupaten Siak. Di Kabupaten Siak terdapat obyek wisata budaya dan sejarah yaitu Istana Siak Sri Indrapura. Hal menarik dari Istana ini adalah arsitektur bangunannya perpaduan antara Eropa, Arab dan Cina. Selain itu terdapat sebuah komet yang hanya ada dua di Dunia, yaitu di Istana Siak dan di Jerman.

Dari beberapa tahun terakhir jumlah kunjungan wisatawan ke Objek wisata Istana Siak Sri Indrapura mengalami fluktuasi, hal ini dapat dilihat dari data kunjungan dari tahun 2008 hingga tahun 2012.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Ke Istana Siak
Tahun 2008 s/d 2012

No	Tahun	Jenis Wisatawan		Jumlah Keseluruhan Wisatawan (orang)
		Domestik (orang)	Mancanegara (orang)	
1	2008	31.171	37	32.208
2	2009	31.413	92	31.505
3	2010	30.432	52	30.487
4	2011	41.632	139	41.771
5	2012	53.124	151	53.275

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Siak 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Istana Siak dari tahun 2008 hingga tahun 2012 tidak stabil. Karena pada tahun 2008 s/d 2010 jumlahnya menurun dari 32.208 pengunjung, 31.505 pengunjung hingga 30.478 pengunjung, tetapi pada tahun 2011 hingga 2012 mengalami peningkatan.

Dari latar belakang masalah diatas, dapat dilihat bahwa obyek wisata Istana Siak merupakan salah satu potensi pariwisata yang sangat bagus dan perlu terus dikembangkan. Obyek wisata Istana Siak ini yang juga merupakan warisan budaya dari sebuah kerajaan islam yang ada di Riau sehingga keberadaannya sangat cocok untuk dijadikan sebagai obyek pariwisata budaya.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi pertimbangan dalam penentuan keputusan wisatawan berkunjung ke Istana Siak.
2. Mengetahui tanggapan wisatawan tentang obyek wisata Istana Siak di Kabupaten Siak.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tanggapan wisatawan tentang faktor-faktor pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata Istana Siak Sri Inderapura.

1.4 Tinjauan Teori

1.4.1 Konsep Pengambilan Keputusan

Menurut Morgan dan Cerullo (dalam Salusu, 1996:51) mendefinisikan keputusan sebagai sebuah kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan, yang terjadi setelah satu kemungkinan dipilih, sementara yang lain dikesampingkan. Dalam hal ini yang dimaksud dengan pertimbangan adalah

menganalisis beberapa pertimbangan atau alternatif, sesudah itu dipilih satu diantaranya.

Berikut beberapa pengertian pengambilan keputusan menurut para ahli :

1. Salusu

Pengambilan keputusan ialah proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi. Pernyataan ini menegaskan bahwa mengambil keputusan memerlukan satu seri tindakan, membutuhkan beberapa langkah (Salusu, 1996:45).

2. Hasibuan

Pengambilan keputusan adalah suatu proses penentuan keputusan yang terbaik dari sejumlah alternatif untuk melakukan aktivitas-aktivitas pada masa yang akan datang (Hasibuan, 2011:55).

3. Siagian

Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat (dalam Hasan, 2002:10).

1.4.2 Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Pitana dan Gayatri (2005:71) Sebelum melakukan perjalanan wisata, seorang calon wisata terlebih dahulu melakukan sebuah proses mental, untuk sampai pada keputusan, menyangkut kapan akan melakukan perjalanan, berapa lama, kemana, dengan cara bagaimana, dan seterusnya. Proses pengambilan ini sangat penting artinya bagi pembangunan pariwisata, terkait dengan berbagai fakta yang mempengaruhi keputusan, dan faktor-faktor ini dapat di pengaruhi (diintervensi) dalam proses promosi (pemasaran wisata). Pemahaman terhadap proses pengambilan keputusan ini disamping penting sebagai dasar promosi, juga sangat penting didalam perencanaan produk dan penentuan segmentasi pasar atau target pemasaran. Hal ini semakin penting di dalam situasi kompetisi yang semakin ketat, terutama pada saat pasar mulai sangat tersegmentasi.

Menurut Mathieson dan Wall (dalam Pitana dan Gayatri, 2005:72), proses pengambilan keputusan seorang wisatawan melalui fase yang sangat penting, yaitu :

1. Kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan didasarkan oleh calon wisatawan, yang selanjutnya ditimbang-timbang apakah perjalanan tersebut memang harus dilakukan atau tidak.
2. Pencarian dan penilaian informasi. Hal ini misalnya dilakukan dengan menghubungi agen perjalanan, mempelajari bahan-bahan promosi (brosur, leaflet, media masa), atau mendiskusikan dengan mereka yang telah berpengalaman terlebih dahulu. Info ini di evaluasi dari segi keterbatasan dana dan waktu alternatif dari berbagai destinasi yang memungkinkan dikunjungi., dan pertimbangan-pertimbangan lainnya.
3. Keputusan melakukan perjalanan wisata. Keputusan ini meliputi antara lain daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, jenis akomodasi, cara bepergian, dan aktivitas yang akan dilakukan di daerah tujuan wisata.
4. Persiapan perjalanan dan pengalaman wisata. Wisatawan melakukan *booking*, dengan segala persiapan pribadi, dan akhirnya perjalanan wisata dilakukan.

5. Evaluasi kepuasan perjalanan wisata. Selama perjalanan, tinggal di daerah tujuan wisata, dan setelah kembali ke negara asal, wisatawan secara sadar maupun tidak sadar, selalu melakukan evaluasi terhadap perjalanan wisatanya, yang akan mempengaruhi keputusan perjalanan wisatanya di masa yang akan datang.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan menurut Pitana dan Gayatri (2005:73), antara lain sebagai berikut :

1. Karakteristik wisatawan, baik karakteristik sosial, ekonomi (umur, pendidikan, pendapatan, dan pengalaman sebelumnya), maupun karakteristik perilaku (seperti motivasi, sikap, dan nilai yang dianut)
2. Kesadaran akan manfaat perjalanan, pengetahuan terhadap destinasi yang akan dikunjungi, citra destinasi.
3. Gambaran perjalanan, yang meliputi jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, kendala waktu dan biaya, bayangan akan resiko ketidakpastian, dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata.
4. Keunggulan daerah tujuan wisata, 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.

1.4.3 Pengertian, Jenis dan Macam Wisatawan

Dalam Pitana dan Gayatri (2005:40) Pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajah wilayah yang baru, mencari perubahan suasana atau untuk mendapat perjalanan baru (Murphy, 1985).

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. Hasil dari *United Nation Conference on Travel and Tourist* di Roma (1963) memberikan batasan yang lebih umum, tetapi 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 ini juga digunakan oleh IUOTO (*International Union of Official Travel Organisation*) sejak tahun 1968. Batasan ini sebenarnya hanya berlaku untuk wisatawan internasional, tetapi secara analogis bisa juga diberlakukan untuk wisatawan domestik, dengan membagi Negara atas dasar daerah (provinsi). Selanjutnya *visitor* dibedakan atas dua, yakni:

1. Wisatawan (*tourist*), yaitu mereka yang mengunjungi suatu daerah lebih dari 24 jam.
2. Pelancong/pengunjung (*excursionist*), yaitu mereka yang tinggal ditujuan wisata kurang dari 24 jam.

Ada beberapa komponen pokok yang secara umum disepakati didalam memberikan batasan mengenai pariwisata (khususnya pariwisata internasional), yaitu sebagai berikut (Pitana, 2005:46) :

1. *Traveler*, yaitu orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas.

2. *Visitor*, yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan, dan tujuan perjalanannya bukan untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan.
3. *Tourist*, yaitu bagian dari visitor yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24 jam) di daerah yang dikunjungi.

Menurut League of Nations (dalam Pendit, 2006:45), wisatawan pada prinsipnya diartikan sebagai orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dalam jangka waktu minimal 24 jam dan maksimal 3 bulan di dalam suatu Negara yang bukan merupakan Negara dimana biasanya ia tinggal. Mereka ini meliputi :

1. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, kesehatan dan sebagainya.
2. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk maksud menghadiri pertemuan, konferensi, musyawarah, atau di dalam hubungan sebagai utusan berbagai badan / organisasi (ilmu pengetahuan, administrasi, diplomatik, olahraga, keagamaan, dan sebagainya).
3. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis.
4. Pejabat pemerintah dan orang-orang militer beserta keluarganya yang diposkan di suatu Negara lain hendaknya jangan dimasukkan dalam kategori ini, tetapi apabila mereka mengadakan perjalanan ke negeri lain, maka hal ini dapat digolongkan sebagai wisatawan

Penjelasan mengenai wisatawan juga dipaparkan oleh World Tourism Organization (WTO) dalam Marpaung (2000:15), yang menyatakan bahwa Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan pada salah satu hal berikut ini:

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

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.

1.4.4 Pengertian Obyek Wisata

Wahab (1988:16) mengemukakan bahwa obyek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki daya tarik wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Hal-hal yang dapat menarik orang untuk berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata adalah sebagai berikut:

- a. Sumber-sumber daya tarik yang bersifat alamiah (*natural amenities*), seperti iklim pemandangan alam, Danau, Sungai, Laut, Gunung, Flora dan Fauna.
- b. Sumber-sumber daya tarik yang bersifat manusiawi (*man-made supply*) seperti tarian, nyanyian, pakaian adat, upacara keagamaan, upacara perkawinan dan lain-lain.
- c. Sumber-sumber daya tarik buatan manusia, seperti sisa-sisa peradaban masa lampau, monument bersejarah, peralatan musik, rumah peribadatan dan tempat pemakaman.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 tahun 1979 obyek wisata adalah sebagai perwujudan daya cipta dan karsa manusia, tatanan hidup, seni dan budaya, serta sejarah bangsa dan tempat maupun keadaan alam yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan yang mendatangkan keuntungan bagi Negara.

Dari pengertian diatas maka obyek wisata jika dikaji secara khusus obyek wisata merupakan suatu tempat atau area yang memiliki beberapa hal menarik yang dapat berupa atraksi wisata, wahana dan benda bersejarah, yang dapat mengajak wisatawan untuk menikmati obyek wisata tersebut. Kegiatan dalam obyek wisata tergantung dari jenis obyek wisata yang ditawarkan yang disesuaikan dengan kemampuan pengunjung obyek wisata. Jikalau ditinjau dari perkembangan industri pariwisata sekarang ini muncul berbagai macam jenis obyek wisata yang semakin lama memiliki cirri-ciri tersendiri, perkembangan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang akan melakukan kunjungan wisata berdasarkan motivasi berbeda-beda pula (Hunziker, 1999)

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009:14) metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2.2 Populasi dan Sampel

- **Populasi**

Menurut Sugiyono (2008:115), Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bisa berupa subyek maupun obyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung/wisatawan yang datang ke Istana Siak dan pengelola obyek wisata Istana Siak.

- **Sampel**

Menurut Sugiyono (2008:116), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan di berlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sample* dengan cara *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan kepada siapa saja yang ditemui secara kebetulan di area obyek wisata Istana Siak.

2.3 Jenis dan Sumber Data

- a. **Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap telah memiliki populasi (Umar,

2001:84). Dalam penelitian ini sumber langsung didapat dari observasi, kuisisioner dan melakukan wawancara dengan pengunjung/wisatawan dan pengelola.

b. Data Sekunder

Menurut Indriantoro dan supomo (1999:147) Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Dalam penelitian ini data sekunder didapat dari literatur-literatur, buku-buku, dokumentasi dan lain sebagainya yang bermanfaat bagi penelitian ini.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat di kontrol keandalan (*relibilitas*) dan kesahihannya (*validitas*) (Usman dan Akbar, 2009:52).

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan bertatap muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada sipeneliti (Mardalis, 2010:64).

c. Kuisisioner atau Angket

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapat jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2010:67).

d. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen (Usman dan Akbar, 2009:69). Sehingga dapat diartikan bahwa teknik pengambilan data dengan dokumentasi merupakan cara pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang ada atau catatan yang tersimpan serta dari gambar-gambar objek wisata.

2.5 Skala pengukuran

Skala pengukuran yang dalam penelitian ini mempergunakan alat bantu Skala Likert. Menurut Ridwan dan Akdon (2007:12) mengemukakan pengertian *Skala Likert* sebagai berikut Skala yang didasarkan pada ranking yang diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang terendah atau sebaliknya. Menurut Sugiyono (2009:93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

2.6 Teknik Analisa Data

Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2003:169) Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Responden

Dalam penelitian ini penulis mengambil jumlah sampel 100 responden berdasarkan rumus slovin dalam menjawab kuesioner yang disediakan.

1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	Laki-Laki	36	36 %
2	Perempuan	64	64 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data Olahan Penelitian Lapangan 2013

Dari tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pengunjung Istana Siak mayoritas berjenis kelamin perempuan. Dengan persentase 64 % dari 100 responden.

2. Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Kelompok Umur Responden

No.	Kelompok Umur	Jumlah Orang	Persentase (%)
1.	15-19 Tahun	32	32 %
2.	20-24 Tahun	29	29 %
3.	25-29 Tahun	23	23 %
4.	>30 Tahun	16	16 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data Olahan Penelitian Lapangan 2013

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pengunjung Istana Siak memiliki umur berkisar antara 15-19 tahun dimana biasanya usia tersebut mempunyai keinginan tinggi untuk mempelajari ataupun menambah pengetahuan serta keinginan untuk bersenang-senang (bermain) dengan teman-teman sebaya.

3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan Responden	Jumlah Orang	Persentase (%)
1.	Pelajar	23	23 %
2.	Mahasiswa	23	23 %
3.	Wiraswasta	6	6 %
4.	Pegawai Negeri Sipil	13	13 %
5.	Ibu Rumah Tangga	19	19 %
6.	Petani	10	10 %
7.	Dan Lain-lain	6	6 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data Olahan Penelitian Lapangan 2013

Pekerjaan adalah salah satu identitas responden dalam penelitian tentang pengambilan keputusan di objek wisata Istana Siak. Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pengunjung Istana Siak rata-rata sebagai pelajar dan mahasiswa. Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah pelajar dan mahasiswa seimbang dengan jumlah persentase yang sama.

4. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir Responden

No.	Pendidikan Responden	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	SMP	23	23 %
2	SMA/Sederajat	45	45 %
3	S1/S2/S3	32	32 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data Olahan Penelitian Lapangan 2013

Pendidikan merupakan salah satu identitas responden yang harus diisi dalam kuesioner yang peneliti sebar. Dari 100 kuesioner yang disebarkan tidak diperoleh pendidikan responden yang lulusan SD atau bahkan tidak sekolah, minimal lulusan SMP.

Dari data yang diperoleh pada penyebaran kuesioner tentang pendidikan terakhir responden, tingkat pendidikan SMA/Sederajat menempati posisi paling banyak dengan persentase 45 % dari 100 responden.

3.2 Faktor-faktor Pengambilan Keputusan

Keputusan merupakan reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan atau opini. Sehingga akan terjadi pengambilan keputusan sebagai hasil akhir dari pemilihan alternatif yang ada.

Seorang wisatawan biasanya memperhitungkan dahulu alternatif-alternatif yang ada sebelum mengambil keputusan. Dalam setiap alternatif memiliki faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan. Faktor-faktor tersebut yang akan menentukan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke sebuah obyek wisata.

Beberapa faktor dalam proses pengambilan keputusan seperti karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisata yang akan menjadi pertimbangan bagi setiap wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata.

3.2.1 Karakteristik Wisatawan

Setiap manusia lahir dengan karakternya masing-masing, begitu juga dengan wisatawan yang karakternya tidak sama satu dengan yang lainnya. Karakter wisatawan juga bisa dibedakan sesuai dari strata sosialnya. Semakin tinggi strata sosialnya, selera berwisatanya pun semakin eksklusif dan menuntut pelayanan yang khusus.

Tanggapan Responden Terhadap Karakteristik Wisatawan

No.	Sub-Indikator	Alternatif jawaban					Jumlah
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
1	Karakteristik Sosial	-	36	69	110	13	228

2	Karakteristik Ekonomi	-	108	57	98	5	268
3	Karakteristik Ekonomi	-	112	126	60	-	298
Jumlah		-	256	252	268	18	794

Sumber: Data Olahan Penelitian Lapangan 2013

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden menyatakan jika faktor karakteristik wisatawan tidak begitu mempengaruhi keputusan untuk berkunjung ke obyek wisata Istana Siak. Hal ini dapat dilihat dari jumlah keseluruhan yaitu 794 dimana nilai tersebut terdapat pada rentang skor 780 – 1019 yang berarti masuk kedalam jawaban kurang setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung tidak begitu memperhatikan faktor karakteristik wisatawan, dan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan tidak begitu mempertimbangkan faktor-faktor karakteristik wisatawan seperti karakteristik sosial, ekonomi maupun perilaku. Menurut mereka obyek wisata Istana Siak tidak memerlukan syarat khusus untuk mengunjunginya. Selain mudah, murah mereka juga dapat berkumpul dengan keluarga ataupun teman-teman dan tidak membutuhkan biaya yang terlalu besar.

3.2.2 Kesadaran akan Manfaat Perjalanan

Setiap wisatawan butuh kesadaran akan manfaat dari sebuah perjalanan wisata yang akan mereka lakukan. Sehingga tidak akan merasa menyesal telah datang ataupun melakukan perjalanan tersebut. Kesadaran tersebut harus ada sejak mereka mengambil keputusan akan kemana mereka berwisata. Kesadaran tersebut meliputi pengetahuan tentang objek wisata yang di kunjungi dan bagaimana citra objek wisata tersebut.

Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Akan Manfaat Perjalanan

No.	Sub-Indikator	Alternatif jawaban					Jumlah
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
1	Pengetahuan Terhadap Destinasi yang akan Dikunjungi	50	220	57	32	-	359
2	Citra Obyek Wisata	115	212	57	15	-	399
Jumlah		165	432	114	47	-	768

Sumber: Data Olahan Penelitian Lapangan 2013

Tabel diatas menunjukkan bahwa kesadaran akan manfaat perjalanan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata Istana Siak. Hal ini dapat dilihat dari jumlah keseluruhan alternatif jawaban yang menunjukkan bahwa mereka setuju jika faktor kesadaran akan manfaat perjalanan termasuk kedalam salah satu faktor yang perlu di pertimbangkan ketika akan melakukan perjalanan wisata. Jumlah nilai dari faktor kesadaran akan manfaat perjalanan yaitu 768,

dimana nilai tersebut masuk kedalam rentan skor 680 – 839 yang menunjukkan jawaban setuju.

3.2.3 Gambaran Perjalanan

Ketika seseorang berencana melakukan perjalanan wisata, setidaknya mereka akan memikirkan bagaimana perjalanan mereka nanti. Gambaran perjalanan ini sangat menentukan keputusan mereka untuk memilih tempat wisata yang akan mereka kunjungi. Gambaran perjalanan ini seperti seberapa jauh jarak yang harus di tempuh untuk sampai di tempat wisata, akan berapa lama tinggal di daerah tujuan wisata dan membutuhkan waktu dan biaya yang cukup banyak atau tidak. Jika menggunakan biro perjalanan para calon wisatawan juga akan memikirkan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan tersebut. Apakah sesuai dengan yang diinginkan oleh para calon wisatawan atau tidak.

**Tanggapan Responden Terhadap
Gambaran Perjalanan**

No	Sub-Indikator	Alternatif jawaban					Jumlah
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
1	Jarak	30	216	12	72	-	330
2	Lama Tinggal di DTW	15	92	69	54	1	231
3	Kendala Waktu dan Biaya	45	348	15	48	-	456
4	Bayangan akan Resiko Ketidakpastian Obyek Wisata	35	196	111	14	-	356
5	Tingkat Kepercayaan terhadap Biro Perjalanan	-	36	150	60	12	258
Jumlah		125	888	357	248	13	1631

Sumber: Data Olahan Penelitian Lapangan 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah keseluruhan dari alternatif jawaban adalah 1631, nilai ini masuk dalam rentan skor 1300 – 1699 yang menunjukkan jawaban kurang setuju. Hal ini berarti faktor gambaran perjalanan kurang mempengaruhi pengambilan keputusan. Walaupun jika dilihat dari jumlah masing-masing alternatif jawaban, untuk jawaban setuju memiliki jumlah lebih tinggi tetapi ini tidak berarti wisatawan setuju dengan semua indikator dari faktor gambaran perjalanan.

3.2.4 Keunggulan Daerah Tujuan Wisata

Biasanya para calon wisatawan ketika ingin mengunjungi suatu kawasan wisata mereka akan mencari tahu tentang keunggulan daerah tujuan wisata

tersebut. Sehingga keunggulan daerah tujuan wisata sangat mempengaruhi pengambilan keputusan.

Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Keunggulan Daerah Tujuan Wisata

No.	Sub-Indikator	Alternatif jawaban					Jumlah
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	
1	Jenis dan Sifat Atraksi Wisata	80	208	51	30	-	369
2	Kualitas Layanan	90	276	27	8	-	401
3	Lingkungan Fisik dan Sosial	70	208	69	22	-	369
4	Situasi Poitik	40	28	93	108	-	269
5	Aksesibilitas	90	224	24	36	-	374
6	Perilaku Masyarakat Lokal terhadap Wisatawan	110	236	42	10	-	398
Jumlah		480	1180	306	214	-	2180

Sumber: Data Olahan Penelitian Lapangan 2013

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah keseluruhan dari alternatif jawaban yaitu 2180 yang berada pada rentan skor 2040 – 2519 sehingga masuk kedalam jawaban setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan setuju jika keunggulan daerah tujuan wisata mempengaruhi keputusan untuk berkunjung ke obyek wisata Istana Siak. Menurut wisatawan keunggulan daerah tujuan wisata merupakan salah satu hal yang perlu dipertimbangkan sebelum melakukan perjalanan wisata. Dengan mengetahui faktor-faktor keunggulan daerah tujuan wisata, para wisatawan bisa lebih mudah untuk mengambil keputusan kemana mereka akan melakukan perjalanan wisata.

3.3 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden

Berdasarkan penjelasan dari tanggapan masing-masing sub variabel dapat diambil kesimpulan seperti ditampilkan pada tabel berikut ini.

Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pengambilan Keputusan Wisatawan Ke Obyek Wisata Istana Siak Sri Indrapura

Sub Variabel	Skor
Karakteristik Wisatawan	794
Kesadaran akan Manfaat Perjalanan	753
Gambaran Perjalanan	1614
Keunggulan Daerah Tujuan Wisata	2180
Jumlah	5337

Dari total skor keseluruhan subvariabel dapat dilihat bahwa faktor keunggulan daerah tujuan wisata memiliki skor tertinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor keunggulan daerah tujuan wisata merupakan faktor yang sangat menentukan proses pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata Istana Siak Sri Indrapura.

Secara keseluruhan tanggapan responden tentang pengambilan keputusan ke obyek wisata Istana Siak Sri Indrapura berada pada nilai 5337, dimana nilai tersebut terdapat pada rentang skor 4160 – 5439 yang menunjukkan jawaban kurang setuju. Hal ini berarti wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Istana Siak Sri Indrapura kurang memahami tentang faktor-faktor pengambilan keputusan. Mereka lebih mengutamakan faktor intern dengan tidak mempertimbangkan faktor yang lain.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengambilan keputusan adalah sebuah kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan dengan memilih alternatif-alternatif yang ada sehingga terjadi sebuah keputusan yang untuk dilaksanakan kemudian. Dalam sebuah pengambilan keputusan berwisata ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan tersebut. Faktor itu antara lain faktor karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan keunggulan daerah tujuan wisata.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan diatas, dalam penelitian ini faktor keunggulan daerah tujuan wisata merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata Istana Siak. Hal ini dapat dilihat dari skor yang didapat pada setiap jumlah sub variabel, faktor keunggulan daerah tujuan wisata memiliki skor tertinggi dari ketiga faktor yang lain.

Saran

Faktor keunggulan daerah tujuan wisata memiliki beberapa indikator yaitu jenis dan sifat atraksi wisata, kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. Sehingga diharapkan manajemen pengelola Istana Siak dapat lebih memperhatikan indikator-indikator tersebut. Misalnya dengan meningkatkan kualitas layanan seperti keramah tamahan terhadap pengunjung, penyediaan toilet serta mushola yang bersih dan nyaman. Selain itu juga lingkungan fisik dan sosialnya harus tetap terjaga. Perilaku masyarakat lokal juga sangat mempengaruhi sehingga bisa diadakan pengarahan kepada masyarakat tentang arti penting pariwisata dan cara bersikap kepada wisatawan. Dapat juga dengan memutar film dokumenter tentang Istana Siak, sehingga pengunjung mendapat kesan yang mendalam dan ingin datang kembali. Maka dari itu sebaiknya bagi manajemen pihak Istana Siak lebih memperhatikan faktor tersebut karena proses ini sangat penting bagi pengembangan pariwisata, selain itu juga penting sebagai dasar promosi serta penting dalam perencanaan produk dan segmentasi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon dan Riduwan. 2007. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika cetakan ke-2*. Bandung. Alfabeta.
- Ardika, I Wayan. 2007. *Pusaka Budaya dan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Gegel, I Putu. 2006. *Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2011. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hunziker. 1999. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Mardalis. 2010. *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pitana, I Gde dan Surya Diarta I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Salusu. 1996. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- . 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- . 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husain. 2001. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, Husaini dan Akbar Purnomo Setiadi. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahab, Salah. 1988. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.