**Preferensi Kunjungan Wisatawan Mancanegara**

**Ke Propinsi Sumatera Barat**

**NELVIA IRYANI**

Universitas Andalas

**ABSTRACT**

*This research is aims to identify to our’s objects wich are interested to foreign tourist and the influence of information and promotion tours to identify repeatedly rank of foreign tourist visit into West Sumatera in order to make planing and formulation for tourism development concepts for West Sumatera in the future.*

*This research had done and located in West Sumatera by analyzing primary data market analysis coming from surveying result with 300 (three hundred) foreign tourist who visited West Sumatera as random sample. This research analysis is using multiple logistic regretion methode. Based on research result then the conclutions are natural and culture tour’s objects are best hope as primary factors for making foreign tourist interested to visit into West Sumatera. And informations tours by using internet and traveling or tour agency has significant influence for repeatedly rank of foreign tourist visit into West Sumatera.*

*Based on the research result, so the tourism development concepts or stategy should be viewed to increase the quality of tools and equipment for supporting tour’s objects and also increase information and promotion tours persuasively. By creating safe, pleasant, and comfortable situation for tourist hopely be able to increase foreign tourist visit into tours or visit location in West Sumatera.*

*Keywords: preferencion,foreign tourist visiting,logistic regression model*

**PENDAHULUAN**

Kecenderungan perkembangan global khususnya di bidang ekonomi yang terjadi hampir di semua negara di dunia, sangat mempengaruhi pola perjalanan internasional. Dalam hal ini sektor jasa, terutama pariwisata semakin memainkan peranan penting dalam perekonomian. Dalam perekonomian suatu negara, bila dikembangkan secara berencana dan terpadu, peran sektor pariwisata akan melebihi sektor migas (minyak bumi dan gas) serta industri lainnya.

Fakta menunjukkan bahwa penerimaan devisa negara dari sektor minyak bumi dan gas terus menurun. Diperkirakan pada tahun 2015, karena keterbatasan teknologi, komoditi migas secara ekonomis dianggap tidak akan efisien lagi sebagai penghasil devisa negara. Cadangan energi migas semakin menipis, dilain pihak kebutuhan migas semakin meningkat. Kelangkaan BBM mulai terjadi dan semakin menggusarkan pemerintah negara kita. Apa yang terjadi sekarang ini, kita lihat bahwa ketahanan daya saing ekspor non migas tidak dapat diandalkan lagi. Pemerintah harus mencari alternatif sektor ekonomi yang dianggap pas untuk mempercepat penanggulangan permasalahan tersebut. Salah satu sektor yang dianggap cukup prospektif adalah sektor pariwisata.

Sektor pariwisata diyakini tidak hanya sekedar mampu menjadi sektor andalan dalam usaha meningkatkan perolehan devisa untuk pembangunan, tetapi juga mampu mengentaskan kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja dan berusaha. Bila usaha pariwisata diasumsikan sebagai usaha yang mengelola orang yang bepergian, dan orang bepergian senantiasa untuk mencari pemandangan baru yang dianggap unik, maka sebenarnya peluang Indonesia dalam hal ini cukup besar. Artinya Indonesia cukup menyediakan banyak pemandangan yang unik baik yang bersifat alamiah maupun kultural.

Pariwisata sebagai salah satu sektor yang ikut terpuruk akibat krisis multidimensi yang melanda Indonesia sejak pertengahan tahun 1997 yang lalu, saat ini mulai menunjukkan tahap pemulihan ( Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2002). Indikatornya terlihat dari mulai naiknya tingkat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia. Setelah mencapai tingkat terendah pada tahun 1998 dengan arus kunjungan wisatawan mancanegara hanya 4,5 juta orang. Kenaikan yang cukup berarti mulai terjadi pada tahun 2000, dimana tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai angka lebih dari 5 juta orang.

Hal yang sama juga terjadi di Propinsi Sumatera Barat. Mulai bergairahnya sektor pariwisata dan bergeraknya roda perekonomian terlihat dari naiknya tingkat kunjungan wisatawan mancanegara dari 20.904 orang pada tahun 2005 menjadi 25.040 orang pada tahun 2006, atau naik sebesar 5,05% (Dinas Pariwisata Seni dan Budaya, 2007). Mulai bergeraknya roda perekonomian juga terlihat dari meningkatnya jumlah masyarakat yang melakukan perjalanan wisata (wisatawan nusantara). Pada tahun 2004, tercatat 356.724 orang wisatawan nusantara yang berkunjung ke Sumatera Barat. Perkembangan pariwisata Sumatera Barat juga ditunjukkan oleh jumlah kunjungan selama 2003-2007 yang meningkat dari 381.764 orang menjadi 4.360.361 orang yang terdiri dari wisatawan lokal dan mancanegara (Statistik Pariwisata, 2008). Ini berarti bahwa harapan untuk meningkatkan kontribusi sektor pariwisata terhadap pendapatan daerah atau PAD juga ikut meningkat.

Sumatera Barat dengan keindahan alam dan keunikan budaya memiliki potensi yang sangat besar dalam kepariwisataan (Syahrir, 1999). Spesifikasi budaya yang unik serta keindahan alam dan panorama yang menarik dapat memberikan sumbangan yang cukup besar bagi pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan serta perluasan kesempatan kerja. Sumatera Barat merupakan salah satu destinasi pariwisata di Indonesia dan merupakan pusat pengembangan kepariwisataan untuk wilayah Indonesia bagian barat. (Renstra Pembangunan Sektor Pariwisata Seni dan Budaya 2006-2010). Pencanangan Sumatera Barat ini adalah pencanangan 5 daerah pertama yang menjadi distinasi pariwisata di Indonesia setelah Bali tahun 2007. Pada tahun 2008 telah dicanangkan 5 daerah lain untuk menjadi destinasi berikutnya. Pemilihan ini menunjukkan bahwa secara nasional potensi pariwisata di Sumatera Barat dinilai cukup beragam dengan potensi alam dan budaya serta peninggalan sejarah yang unik dan menarik.

Dalam pengembangan kepariwisataannya, Sumatera Barat mempunyai visi “Mewujudkan Sumatera Barat sebagai daerah tujuan wisata utama untuk wilayah Indonesia bagian barat dengan menonjolkan ciri kelokalan (agama, adat, budaya) serta berbagai titik bagi daerah tujuan wisata lainnya di Pulau Sumatera yang memiliki daya saing global dengan pendekatan pembangunan berwawasan lingkungan (Renstra Pembangunan Sektor Pariwisata Seni dan Budaya 2006-2010).

Menyikapi kondisi bahwa Sumatera Barat telah dicanangkan menjadi salah satu dari 5 daerah tujuan wisata di Indonesia, maka sepantasnyalah perencanaan pembangunan pada sektor pariwisata ini lebih diprioritaskan. Agar pengembangan pariwisata di Sumatera Barat berjalan lebih optimal sehingga memberikan saham sebesar mungkin dalam pembangunan yang sekaligus diharapkan dimasa datang sektor ini bisa menjadi katalisator dan *leading sector*, maka perlu untuk difikirkan suatu konsep dalam pengembangan pariwisata Sumatera Barat

**PERUMUSAN MASALAH**

Sumatera Barat sebagai salah satu destinasi pariwisata di Indonesia dan merupakan pusat pengembangan untuk wilayah barat Indonesia memerlukan strategi-strategi yang holistik dalam pengembangannya, sehingga mampu mewujudkan Propinsi Sumatera Barat sebagai destinasi yang kompetitif. Seluruh aktifitas dan kategori wisata pada dasarnya tidak bisa dilepaskan dari tiga hal yaitu: *what to see, what to do*, dan *what to buy*. Sumatera Barat memiliki keadaan dan kondisi geografi yang sangat indah. Tempat-tempat yang sudah ada meliputi objek wisata alam, budaya dan minat khusus tidak terlalu banyak memerlukan intervensi manusia untuk menjadikannya sebagai objek wisata seperti Ngarai Sianok di Bukittinggi, Danau Maninjau, Lembah Anai, Danau Singkarak, Resort Wisata Mandeh di Pesisir Selatan dan lain sebagainya. Selain memiliki alam yang indah, Propinsi Sumatera Barat juga memiliki tempat-tempat bersejarah, pusat-pusat budaya bernilai tinggi dan unik. Diantara situs –situs budaya itu adalah Lobang Jepang, Jam Gadang, Benteng Fort de Kock di Bukittinggi, Istana pewaris raja Pagaruyung di Batu Sangkar dan masih banyak objek wisata budaya lainnya yang menjadi daya tarik sebagai daerah tujuan wisata. Lebih dari itu Sumatera Barat juga memiliki atraksi budaya yang unik dan menarik. Yang terpenting dalam hal ini adalah promosi dan penyebaran informasi yang bagus untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Informasi mengenai pariwisata Sumatera Barat dapat diperoleh oleh para wisatawan dari berbagai media seperti internet, biro perjalanan wisata, TV/Radio, majalah dan surat kabar maupun informasi dari teman atau sanak saudara yang telah pernah mengunjungi Sumatera Barat sebelumnya.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kedatangan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi tersebut salah satunya adalah daya tarik pemandangan alam. Pemandangan yang berupa keindahan alam, baik alam pegunungan, alam lembah/ngarai, alam pantai,panorama air terjun dan danau. Bentukan alam yang beragam, indah dan menarik itu menjadi daya pikat tersendiri bagi para wisatawan untuk berkunjung. Keunikan potensi budaya daerah, peninggalan sejarah, keragaman biodiversiti flora dan fauna serta kelengkapan sarana dan prasarana pendukung menjadi unsur yang membangun kepariwisataan di Sumatera Barat. Begitu pula halnya dengan informasi dan promosi pariwisata. Potensi pariwisata Sumatera Barat dengan banyak pemandangan alam yang indah, pegunungan, pantai sampai potensi wisata dengan minat khusus hingga saat ini belum tergarap maksimal dan memerlukan promosi agar lebih dikenal oleh para wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri.

Bertitik tolak dari uraian dan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor yang menjadi penentu kedatangan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat
2. Bagaimana pola pengembangan kepariwisataan Sumatera Barat di masa datang

**TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang dan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisa faktor-faktor penentu kedatangan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat
2. Merumuskan upaya dan strategi pengembangan kepariwisataan Sumatera Barat di masa datang

**MANFAAT PENELITIAN**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam menyusun rencana, kebijakan dan strategi pembangunan terutama di bidang kepariwisataan. Manfaat pariwisata bukan hanya sekedar untuk menigkatkan perolehan pendapatan daerah dan devisa negara akan tetapi lebih jauh diharapkan pariwisata dapat berperan sebagai katalisator pembangunan (*agent of development*)

**RUANG LINGKUP**

Dalam penelitian ini kedatangan wisatawan mancanegara dilihat dari frekuensi kedatangan mereka yaitu kemungkinan atau peluang wisatawan mancanegara tersebut datang berulang kali ke Sumatera Barat. Sedangkan faktor- faktor yang menjadi penentu keberulangan kunjungan yang dianalisis adalah jenis objek wisata meliputi objek wisata alam, objek wisata budaya, dan objek wisata minat khusus yang ada di Sumatera Barat serta informasi kepariwisataan yang bisa diperoleh oleh wisatawan mancanegara melalui internet, biro perjalanan wisata, serta informasi dari sumber lain-lain seperti TV/Radio, majalah/surat kabar, informasi melalui teman/keluarga mereka yang sudah pernah berkunjung ke Sumatera Barat sebelumnya. Pengaruh diluar faktor-faktor ini dianggap tetap.

**TINJAUAN TEORI**

**Konsep dan Bentuk Pariwisata**

Pariwisata merupakan industri perdagangan jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari negara asalnya, selama berada di daerah tujuan wisata hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai hal seperti transportasi, penginapan, restoran, pemandu wisata, dan lain-lain (Subadra, 2007)

Hunziker dan Kraf dalam Pendit (1999) memberikan batasan tentang pariwisata sebagai berikut: “*tourism is the total relationship and phenomena kinked with the stay of foreigner at a locality, provided that they do not settle there to exercise a major, permanent or temporary remunerated activities”*. Dapat diartikan bahwa pariwisata adalah keseluruhan daripada hubungan dan gejala-gejala yang ditimbulkan oleh berdiamnya orang asing di suatu tempat dengan syarat mereka tinggal tidak menetap disana untuk melakukan kegiatan yang besar, pekerjaan yang tetap atau sementara memberikan keuntungan dari kegiatannya. Suatu kunjungan dapat dikatakan kunjungan wisata apabila memenuhi tiga syarat, persyaratan yang dimaksud (James, 1987): 1). Harus bersifat sementara, 2). Harus bersifat sukarela (voluntary) dalam arti tidak terjadi paksaan, 3) Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah atau bayaran.

Pariwisata pada prinsipnya adalah perjalanan yang memiliki unsur-unsur sebagai berikut: a) Dari suatu tempat ke tempat lain, b) Adanya objek yang dikunjungi, c) Dilakukan hanya untuk sementara waktu, d) Bertujuan untuk menikmati masa libur atau santai, e) Bukan untuk mencari nafkah /penghasilan. Perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, dari suatu daerah ke daerah lain atau dari suatu negara ke negara lain dapat dilakukan secara sendiri-sendiri a taupun kelompok. Dalam perjalanan selain menikmati perjalanan juga tentunya ada objek yang dituju, yaitu objek wisata baik berupa objek wisata alam, wisata budaya maupun tempat-tempat peninggalan sejarah yang memiliki nilai tersendiri bagi pengunjungnya. Perjalanan dengan meninggalkan tempat mereka yang tetap menuju ke suatu tempat wisata tentunya bersifat sementara, dalam arti mereka akan kembali ke tempat mereka tinggal menetap yang dalam hal ini dibedakan dengan piknik atau rekreasi yang perjalannya tidak melebihi 24 jam.

Pada prinsipnya tujuan pariwisata adalah untuk menikmati masa libur dan santai. Tapi karena perkembangan dan dampak dari kegiatan wisata ini, maka ada kecenderungan untuk mengklasifikasikan kunjungan bisnis dan kunjungan yang bersifat kedinasan, serta kunjungan kegiatan keagamaan, olah raga serta ziarah. Semuanya ini termasuk pengertian pariwisata secara luas. Kunjungan bisnis dan kunjungan kedinasan walaupun ada kaitannya dengan memperoleh penghasilan, tetapi pada waktu senggang tidak jarang mereka juga melakukan kunjungan ke objek-objek wisata untuk menikmati, melihat dan menyaksikan keindahan atraksi-atraksi yang ada dan diselenggarakan pada tempat yang dikunjungi.

Guna melakukan kunjungan wisata pada objek-objek wisata diperlukan berbagai fasilitas agar kunjungan tersebut betul-betul dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan. Fasilitas-fasilitas dan pelayanan-pelayanan angkutan yang mencukupi penting untuk berhasilnya pengembangan pariwisata,. Oleh karena itu untuk memotivasi orang melakukan kunjungan wisata, objek-objek wisata yang potensial harus dapat dikembangkan fasilitas penunjangnya. Adapun prasarana dan sarana yang harus ada sebelum kita mempromosikan suatu tujuan wisata adalah (Yoeti, 1982):

1. Fasilitas transportasi
2. Fasilitas akomodasi
3. Fasilitas catering service
4. Objek dan atraksi wisata
5. Aktivitas rekreasi
6. Fasilitas perbelanjaan

Dengan demikian fasilitas penunjang objek wisata adalah semua sarana dan prasarana yang dapat memungkinkan orang untuk berkunjung ke objek wisata tersebut serta pelayanan jasa yang memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung objek wisata.

Menurut Wahab (1997), pengertian pariwisata mengandung tiga unsur yaitu manusia (unsur insan) sebagai pelaku kegiatan pariwisata, tempat (unsur fisik yang sebenarnya tercakup dalam kegiatan itu sendiri), dan waktu (tempo yang dihabiskan dalam perjalanan itu sendiri dan selama berdiam di tempat tujuan wisata). Hunzikerf dan Kraf dalam Pendit (1991), mengemukakan bahwa pariwisata merupakan sejumlah hubungan orang-orang asing, asalkan tinggal mereka itu tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha-usaha yang bersifat sementara atau permanen sebagai usaha penuh.

Dirjen Pariwisata (1991) membagi wisatawan atas dua kelompok, yaitu:

1. Wisatawan mancanegara, yaitu orang asing yang bermukim di luar negeri yang berkunjung ke Indonesia
2. Wisatawan nusantara, yaitu orang Indonesia dan orang asing yang bermukim di Indonesia yang melakukan perjalanan di dalam wilayah Indonesia.

Motivasi dan tujuan perjalanan seseorang berbeda-beda. Dirjen Pariwisata (1991) membagi pariwisata atas beberapa jenis, sebagai berikut:

1. Pariwisata untuk rekreasi, yaitu perjalanan yang dilakukan untuk memanfaatkan hari-hari libur guna memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani
2. Pariwisata olah raga, yaitu perjalanan disebabkan adanya kegiatan-kegiatan di bidang olah raga ataupun didorong oleh kemauan sendiri, melatih dan mempraktekkan kegiatan mendaki gunung, berenang, berburu, memancing dan sebagainya
3. Pariwisata untuk urusan usaha, yaitu perjalanan wisata yang dilakukan oleh pengusaha dan non pengusaha ke tempat-tempat industri dan sebagainya
4. Pariwisata untuk tujuan konferensi, yaitu perjalanan wisata karena mengikuti konferens**i**

**Objek dan Atraksi wisata**

Dalam literatur kepariwisataan, perkataan objek wisata dipakai *tourist attraction* yang artinya segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi seseorang untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Di Indonesia objek wisata selalu dikaitkan dengan atraksi lingkungan objek wisata, berhubungan karena pada setiap daerah tujuan wisata mempunyai daya tarik khusus disamping adanya fasilitas wisata lainnya, sehingga daya tarik lingkungan tersebut sudah termasuk objek wisata itu sendiri.

Menurut Fendeli (1998) komponen sistem lingkungan di bidang kepariwisataan mempunyai struktur ekonomi sebagai berikut:

1. Objek wisata alamiah, binaan dan perikehidupan
2. Subjek wisata, yang terdiri dari wisatawan dan pengelola objek wisata
3. Sarana dan prasarana fisik ataupun nonfisik

Ketiga unsur ekonomi tersebut saling berinteraksi dalam satu kerangka sistem dasar fungsi lingkungan yang disebut kepariwisataan. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata adalah :

1.Daya tarik

 Objek wisata merupakan magnet untuk menarik pengunjung. Daya tarik lingkungan terletak pada atraksi yang dibawakan baik sumber daya alam, manusia, dan hasil ciptaan manusia.

2.Aksesibilitas (tingkat kemudahan pencapaian)

Yang termasuk dalam tingkat kemudahan pencapaian objek wisata antara lain adalah jasa dan kelancaran perjalanan, jarak tempuh, kondisi jalan, fasilitas transportasi dan biaya perjalanan

3.Tingkat kesiapan prasarana dan sarana objek wisata, yang termasuk kedalamnya adalah fasilitas akomodasi, rekreasi, olah raga, pendidikan dan kebudayaan serta mutu perjalanan

4.Tersedianya bahan-bahan informasi dan promosi melalui tulisan pada berbagai media masa dengan mempergunakan berbagai bahasa

5.Permintaan wisatawan

 Pengembangan pariwisata berkaitan erat dengan permintaan pasar (selera wisatawan). Berhubungan karena latar belakang kehidupan wisatawan berbeda satu sama lain maka didalam pengembangan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung

6.Prospek objek atau tujuan wisata

Pengembangan pariwisata tidak terlepas dengan sektor pengembangan lainnya, sehingga dalam pelaksanaannya ditempuh melalui berbagai kebijaksanaan. Jika prospeknya jelas di kemudian hari barulah ada pihak swasta menanamkan modalnya, terutama dibidang sarana dan jasa lainnya

7.Daya tarik objek wisata

Daya tarik objek wisata sebenarnya terkandung pada unsur-unsur yang dimilikinya. Oleh karena itu potensi daya tarik lingkungan objek wisata ditentukan oleh komponen pembentuknya. Objek wisata adalah suatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan yang dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan. Objek wisata dengan minat khusus pada akhir-akhir ini semakin banyak digemari pengunjung. Daya tarik wisata dengan minat khusus antara lain karena keindahan alam, kebudayaan, bentukan alam yang sulit dicapai, perburuan, peninggalan sejarah, kehidupan satwa dan tumbuhan liar di hutan.

**KERANGKA PEMIKIRAN**

Beberapa faktor yang mempengaruhi perrmintaan pariwisata (Intosch, 1994) antara lain: pendapatan, harga, kualitas objek wisata dan daya tarik wisata, fasilitas, aksesibiltas, informasi pariwisata, hubungan politik antar negara, perubahan cuaca atau iklim, hari libur, peraturan pemerintah, dan teknologi pengangkutan. Selain itu juga tidak kalah pentingnya faktor bencana alam, peperangan, krisis energi, kepadatan penduduk, tingkat urbanisasi. Selanjutnya Djaya Purnama dalam Yoeti (1985) menambahkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata adalah:1. Pendapatan, 2. Harga, 3. Kualitas, 4. Hubungan politik antar dua negara, 5. Hubungan ekonomi antar dua negara,6. Hubungan sosial budaya antar dua negara, 7. Perubahan cuaca atau iklim, 8. Faktor hari libur, 9. Teknologi pengangkutan. Kemudian Soekadijo (1996) mengungkapkan bahwa kualitas permintaan pasar wisata ditentukan oleh empat hal, yaitu: faktor kekayaan, faktor waktu senggang, faktor demografi dan segmentasi pasar. Kaelany (1996) menambahkan bahwa faktor keamanan dan penyakit lebih berperan dalam mempengaruhi kegiatan pariwisata, sementara Syamsurizal (1996) mengungkapkan bahwa kemajuan sektor pariwisata tidak terlepas dari faktor pertumbuhan ekonomi masyarakat, keamanan dan kelancaran di bidang angkutan, serta faktor komunikasi seperti informasi media cetak maupun elektronika juga mempunyai peran untuk menumbuhkan kegiatan pariwisata.

Suatu objek wisata yang tinggi daya tariknya akan dapat mendorong seseorang untuk menyaksikan atau menikamatinya walaupun kurang didukung oleh kemudahan untuk mencapainya, atau belum tersedianya sarana yang layak. Sebaliknya objek wisata yang kecil daya tariknya, kecil kemungkinannya untuk dikunjungi walaupun telah tersedia sarana yang mendukungnya dan mudah mencapainya. Faktor-faktor yang turut menentukan jadi atau tidaknya seseorang melakukan perjalanan wisata tergantung pada faktor umur, jenis kelamin, pendapatan dan promosi yang menggugah keinginan mengunjungi objek wisata (Yoeti 1992). Motivasi perjalanan disebabkan oleh faktor fisik, kebudayaan, kekeluargaan dan status harga diri (Intosch, 1994). Apapun motivasi perjalanan secara garis besar akan timbul 5 kelompok kebutuhan, yaitu daya tarik objek wisata, angkutan, jasa serta kemudahan melakukan perjalanan, akomodasi, makanan dan minuman (Anonimus,1997). Dengan demikian mutu perjalanan perlu ditingkatkan, disamping penambahan keanekargaman daya tarik wisata sebab salah satu motivasi pengunjung adalah menghilangkan kejenuhan dan melihat sesuatu yang baru. Wahab dalam Gromang (1997),mengemukakan bahwa perjalanan wisata ditentukan oleh faktor u mur, jenis kelamin, tempat tinggal atau negara asal, pekerjaan, maksud kunjungan wisata serta jenis objek wisata itu sendiri.

Dalam penelitian ini penulis lebih menitik beratkan penelitian kepada faktor-faktor yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung berulang kali ke Propinsi Sumatera Barat. Dalam hal ini penulis mencoba menganalisis objek wisata dan daya tarik wisata serta ketersediaan informasi dan promosi mengenai kepariwisataan Sumatera Barat. Selanjutnya untuk melengkapi penelitian ini, terutama untuk mengetahui objek dan daya tarik wisata paling diminati serta informasi mana yang paling berperan dalam menarik kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat akan dilakukan survei terbatas terhadap wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Sumatera Barat.

Berdasarkan uraian pada tinjauan teoritis terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kedatangan wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata. Maka untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi penentu kedatangan wisatawan ke Sumatera Barat penulis akan menganalisis beberapa variabel seperti dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1

SALEH WAHAB

(1989)

1. Umur

2. Jenis kelamin

3. Negara asal

4. Pendapatan

5. Jenis objek wisata

6. Maksud kunjungan

SYAMSURIZAL

(1996)

1. Pemandangan alam

2. Tempat bersejarah

3. Amenitas

ANONIMUS

(1987)

1. Panorama alam

2. Hutan wisata

3. Peninggalan sejarah

4. Kehidupan masyarakat

DJAYA PURNAMA
(1985)

1. Pendapatan
2. Harga
3. Hubungan Politik, ekonomi,sosial budaya
4. Forign exchange restructoin
5. Hari libur

**VARIABEL YG DIUJI DALAM PENELITIAN**

1. **Pemandangan alam**
2. **Kebudayaan**
3. **Objek Wisata Dengan Minat khusus**
4. **Informasi pariwisata**

OKA. A. YOETI

(1982)

1. Umur

2. Pendapatan

3. Pekerjaan

INTOSCH

(1987)

1. Faktor fisik

2. Kebudayaan

3. Kekeluargaan

4. Pendapatan

5. Teknologi pengangkutan

SOEKADIDJO

(1996)

1. Keindahan alam

2. Waktu senggang

3. Segmentasi pasar

INDERA KESUMA

(1989)

1. Kebudayaan

2. Kehidupan masyarakat

3. Keindahan alam

**Skema Penurunan Variabel**

Pada gambar 1 terlihat bahwa dalam penelitian ini akan diidentifikasi hubungan antara keindahan alam, kebudayaan, objek wisata dengan minat khusus yang dimiliki serta informasi atau promosi wisata yang diperoleh wisatawan sebagai informasi terhadap minat dan keinginan mereka untuk melakukan kunjungan wisata ke Sumatera Barat. Informasi pariwisata bisa diperoleh oleh wisatawan melalui internet, biro perjalanan wisata, TV/Radio, dari teman/ keluarga dan majalah/ surat kabar**.**

**HIPOTESIS**

Berdasarkan kerangka analisa diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Diduga potensi keindahan alam, kebudayaan, dan objek wisata dengan minat khusus yang ada di Sumatera Barat mempengaruhi tingkat keberulangan kunjungan wisatawan mancanegara ke propinsi Sumatera Barat
2. Diduga tingkat keberulangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat juga dipengaruhi oleh promosi dan informasi wisata yang dapat diperoleh oleh wisatawan dari internet, biro perjalanan wisata, dan informasi lainnya seperti informasi melalui TV/Radio, majalah/surat kabar serta informasi yang diperoleh oleh wisatawan dari teman/ keluarga mereka yang sebelumnya sudah pernah berkunung ke Propinsi Sumatera Barat

**METODOLOGI PENELITIAN**

**Variabel Penelitian**

Variabel yang dianalisa dalam penelitian ini terdiri dari 2 bagian: variabel tidak bebas (dependent variable), dan variabel bebas (independent variable). Karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan kualitatif, maka dalam penelitian ini variabel tidak bebas dijadikan variabel dummy.

1.Variabel yang dipengaruhi (dependent variable)

Variabel y adalah kemungkinan atau peluang wisatawan mancanegara datang ke Sumatera Barat berulang kali. Wisatawan mancanegara adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya didorong oleh suatu atau beberapa keperluan tanpa maksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi

2.Variabel yang menjelaskan (independent variables)

1. Pemandangan alam, yaitu keindahan alam Sumatera Barat, baik alam pegunungan, alam lembah/ngarai, alam pantai, panorama, air terjun dan danau
2. Kebudayaan, adalah kebiasaan-kebiasaan yang tergambar dalam kehidupan masyarakat termasuk juga bentuk kesenian-kesenian tradisional serta benda-benda bernilai sejarah yang ada di Sumatera Barat.
3. Objek wisata dengan minat khusus, adalah objek wisata atau atraksi wisata bernuansa olah raga dan tantangan seperti surfing, arung jeram, paralayang dan panjat tebing
4. Informasi, adalah media yang diperoleh wisatawan sebagai informasi tentang pariwisata di Sumatera Barat. Informasi ini bisa diperoleh melalui internet, biro perjalanan wisata, informasi melalui sumber lain-lain (melalui teman/sanak famili, , media baik cetak maupun elektronik)

**Data dan Sumber Data**

**Populasi dan Sampel**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survei yang dilakukan dilapangan. Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah semua wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Sumatera Barat selama penelitian. Besar sampel yang diambil ditentukan berdasarkan jumlah variabel bebas yang diteliti. Pada penelitian ini variabel-variabel bebas yang diteliti antara lain: pemandangan alam, kebudayaan, objek wisata dengan minat khusus, informasi wisata yang diperoleh oleh wisatawan melalui internet, informasi melalui biro perjalanan wisata, dan informasi melalui sumber lain-lain (`TV/Radio, majalah/surat kabar, informasi yang diperoleh dari teman/ sanak famili). Dengan kata lain, terdapat enam variabel bebas yang akan diteliti dengan menggunakan regresi logistik. Menurut Sastroasmoro (2002) bahwa jika menggunakan analisis multivariat, maka jumlah sampel yang diambil berkisar antara 10-50 kali jumlah variabel bebas. Sehingga jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah lebih kurang sebanyak 300 sampel yang terdiri dari 200 orang wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi dan 100 orang wisatawan yang berkunjung ke kota Padang. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan sistem random melalui kuesioner yang disebarkan pada hotel-hotel dan biro perjalanan wisata dengan bantuan beberapa tenaga administasi dan guide hotel atau biro perjalanan wisata yang berada di dua daerah tujuan wisata yaitu Padang dan Bukittinggi. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya mengenai frekuensi kunjungan wisatawan mancanegara menurut negara asal, umur, jenis kelamin, fasilitas akomodasi yang digunakan dan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara untuk datang berulang kali ke Sumatera Barat. Sementara data sekunder diperoleh dari Dinas Pariwisata Sumatera Barat, Dinas Pariwisata Kota Padang, Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi dan Badan Pusat Statistik Sumatera Barat.

**Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilakukan di daerah tujuan wisata Kota Padang dan Bukittimggi Propinsi Sumatera Barat. Daerah ini sangat menguntungkan dan sangat potensial untuk berperan aktif dalam pengembangan sektor pariwisata karena secara geografis kota Padang dan kota Bukittinggi merupakan pintu gerbang masuk wisatawan mancanegara dan dekat dari daerah tujuan wisata yang memiliki pasar (Sumatera Utara dan Riau). Disamping itu kedua daerah tujuan wisata ini didukung oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Aksesibilitas (kemudahan pencapaian) baik dari waktu tempuh ke objek wisata maupun alat transportasi yang digunakan sangat mudah
2. Akomodasi, pada daerah tujuan wisata ini sudah tersedia rumah-rumah penginapan seperti hotel, baik yang berbintang maupun nonbintang, bungalow,losmen dan pondok wisata bagi wisatawan yang ingin beristirahat.
3. Fasilitas rekreasi, dikedua daerah tujuan wisata ini cukup banyak tempat-tempat rekreasi yang sudah memadai baik yang bersifat alam, budaya, maupun peninggalan sejarah
4. Keamanan, bila dibandingkan dengan daerah-daerah lain maka Sumatera Barat termasuk daerah yang aman di Indonesia

**Metode Analisa Data**

**Pembentukan Model**

Data diperoleh dari responden dengan menggunakan kuesioner dianalisis dengan menggunakan metode regresi logistik. Regresi logistik adalah suatu model regresi, dimana dependent varibelnya adalah binary(dummy), sedangkan untuk variabel independentnya bisa berbentuk dichotomous, polytomous, dan continious (Holmer dan Lemeshow, 1989). Bentuk persamaan logistic regression untuk kasus satu variabel bebas dapat ditulis sebagai berikut (Norusis dalam Sofyardi, 2007):

$Pi=\frac{e^{β0+β1X1}}{1+e^{β0+β1X1 }}$…………………….(1)

atau

$Pi=\frac{1}{1+e^{-(β0+β1X1) }}$………………….(2)

Dimana Bo dan B1 merupakan parameter yang diestimasi, X adalah variabel bebas, dan e adalah logaritma natural yang bernilai 2,718 dan Pi adalah probabilitas suatu kejadian terjadi.

Untuk kasus lebih dari satu variabel bebas, modelnya dapat ditulis sebagai berikut (Norusis dalam Sofyardi, 2007)

$Pi=\frac{e^{Zi}}{1+e^{-Zi }}$…………………………(3)

atau

$Pi=\frac{1}{1+e^{-Zi }}$…………………………(4)

dimana Z adalah persamaan linear

$$Z=β\_{0}+β\_{1}X\_{1}+β\_{2}X\_{2}+…+β\_{p}X\_{p}$$

Agar persamaan (4) dapat diestimasi, maka persamaan tersebut dimanipulasi dengan cara mengalikannya dengan 1 + e-z pada kedua sisinya, sehingga diperoleh persamaan berikut:

$\left⌊1+e^{-Zi}\right⌋Pi=\frac{1}{1+e^{-Zi}} \left[1+e^{-Zi}\right]$……(5)

atau

$\left[1+e^{-Zi}\right]Pi=1$……………………...(6)

$$Pi+Pi e^{-Zi}=1$$

$$Pi e^{-Zi}=1-Pi $$

$$e^{-Zi}=\frac{1-Pi}{Pi}$$

$\frac{i}{e^{-Zi}}= \frac{1-Pi}{Pi}$……………………………(7)

Atau dalam bentuk lain

$e^{-Zi}=\frac{Pi}{1-Pi}$……………………………(8)

Angka ini disebut odd atau sering disebut resiko. Bila nilai odd ini ditransformasikan menjadi model logaritma natural, akan dihasilkan persamaan (log odd) sebagai berikut:

$Zi=1n\left[\frac{Pi}{1-Pi}\right]$………………………(9)

Persamaan (9) dapat ditulis menjadi persamaan berikut:

$Zi=1n \left[\frac{Pi}{1-Pi}\right]= β\_{0}+ β\_{1}X\_{1}+ β\_{2}X\_{2 }+ ….+ β\_{p} $……………………………….(10)

Dimana Pi = persentase wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat

β0 = kostanta

β 1, β 2,... β p = koefisien regresi untuk variabel bebas

X1,X2…..Xp = variabel bebad

 β0 menyatakan log odd pada saat X1,X2,…Xp, sama dengan nol. β2 menyatakan perubahan Z bila X1 berubah 1 unit. Dengan kata lain β2 menunjukkan bagaimana log odd berubah bila X1 berubah 1 unit. Pengertian yang sama juga untuk β 2, β 3, dan β p. . Persamaan (10) dikenal sebagai model logit. Nilai Z antara -~ sampai +~, Pi terletak antar 0 sampai 1.

**Uji G**

Sebelum melakukan proses multiple regression, harus dilakukan terlebih dahuli uji korelasi terhadap variabel independent. Uji tersebut dilakukan dengan menggunakan uji G dengan langkah-langkah sebagai berikut Nachrowi, 2002):

Ho: $β\_{0} $= $β\_{1} $= β2 = …….= β p = 0

H1= sekurang-kurangnya terdapat satu Bj ≠ 0

Statistic uji yang digunakan adalah :

$$G= -2ln \left[\frac{likehood (model B)}{likehood (model A)}\right]$$

Model B = model yang terdiri dari konstanta saja

Model A = model yang terdiri dari seluruh variabel

G berdistribusi Khi Kuadrat dengan derajat bebas P atau G~X2p. H0 ditolak jika G>X2α,p;α; tingkat signifikansi. Bila H0 ditolak, artinya model A signifikan pada tingkat signifkansi α. Adapun nilai α yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada tingkat kepercayaan 0,05 (5%).

**Uji Wald**

Uji signifikansi tiap-tiap parameter dilakukan dengan uji wald, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

H0: Bj= 0 untuk suatu j tertentu : j= 0,1,2,…p

H1: Bj≠ 0

Statistik uji yang digunakan adalah (Nachrowi dan Usman dalam Sofyardi, 2007$ $):

$Wj=\left[\frac{Bj}{SEBj}\right]\begin{matrix}-2\\\\\end{matrix} j=0,1,2………………..P$

Statistik ini berdistribusi Khi kuadrat dengan derajat bebas 1 atau secara simbolis ditulis Wj~X2. Ho ditolak jika Wj>Xa2, 1 dengan α adalah tingkat signifikan yang dipilih. Ho ditolak artinya parameter tersebut signifikan secara statistik pada signifikansi α.

Interpretasi koefisien-koefisien dalam model regresi logistik dilakukan dalam bentuk odd ratio (perbandingan resiko) atau dalam adjusted probability (probabilitas terjadi). Karena variabel-variabel yang digunakan adalah dummy (boneka) maka digunakan kategori 1 dan 0 sebagai kategori referensi, dan interpretasi koefisien pada variabel ini adalah rasio dari nilai odds kategori 1 terhadap nilai odds kategori 0, ditulis sebagai berikut:

$$ψ=\left[\frac{P(Xj=1)}{1-P(Xj=1)}/\frac{P(Xj=0)}{1-P(Xj=0)}\right]=exp.(Bj)$$

Artinya resiko terjadinya Y=1 pada kategori Xj=1 adalah sebesar exp.Bj kali resiko terjadinya Y=1 pada kategori Xj=0.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penerapan analisis regresi logistik dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui probabilitas kunjungan wisatawan mancanegara yang datang berulangkali (frekuensi kunjungan) ke Propinsi Sumatera Barat. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan tersebut, namun yang dibahas dalam penelitian ini adalah objek atau daya tarik wisata itu sendiri yang meliputi potensi keindahan alam, keragaman budaya, dan potensi objek wisata dengan minat khusus serta pengaruh faktor informasi atau promosi wisata Sumatera Barat yang bisa diperoleh oleh wisatawan melalui internet, informasi melalui biro perjalanan wisata dan informasi mengenai pariwisata yang diperoleh oleh wisatawan tersebut dari sumber lain seperti TV/Radio, majalah/surat kabar, maupun informasi dari teman/sanak keluarga mereka yang pernah mengunjungi Propinsi Sumatera Barat. Untuk melihat bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap frekuensi kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat dapat dilihat dari tingkat signifikansi regresi logistik yang kecil dari α = 0,05. Tetapi sebelum itu dilihat dulu apakah model logistic yang digunakan telah sesuai dengan data, yang dapat dilihat dari perhitungan test Hosmer dan Lemeshow. Jika nilai signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa model yang digunakan telah sesuai dengan data. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1**

**Test Hosmer dan Lemeshow**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Step** | **Chi-square** | **Df** | **Sig.** |
| 1 | 3,314 | 5 | ,652 |

Dari tabel 1 diatas dapat kita lihat bahwa test Hosmer dan Lemeshow menghasilkan nilai signifikansi yang besar yaitu 0,652, sehingga model regresi logistik yang digunakan telah sesuai dengan data.

Untuk menguji keseluruhan model,apakah semua variabel dapat digunakan secara bersama-sama dalam model, dapat dilihat dari hasil perhitungan Model Summary berikut ini:

**Tabel 2**

**Model Summary**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Step | -2 Log likelihood | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
| 1 | 113,112 | ,368 | ,593 |

Dari tabel 2 diatas dapat dijelaskan bahwa angka -2 log likelihood yang dihasilkan cukup besar yaitu 113,112, sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang terdiri dari 6 variabel bebas signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 5 %, sehingga model ini secara keseluruhan dapat digunakan untuk menentukan faktor-faktor yang menjadi penentu kedatangan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat.

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisa regresi logistik dengan m enggunakan perangkat Software SPSS 15, maka diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$Ln(P\_{i }/1-P\_{i}=0,630+1,784X1+0,423X2+0474X3+1,312X4+0,230X5+0,362X6$$

Untuk mengetahui nilai estimasi uji Wald dan nilai exp (B), maka dapat diketahui dari hasil perhitungsn pada tabel berikut:

**Tabel 3**

**Hasil Estimasi Regresi Logistik**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **B** | **Wald** | **Sig.** | **Odds ratio** |
| **Step 1(a) X1** **X2** **X3** **X4** **X5** **X6****Constant** | **1,784****0,423****0,474****1,312****0,230****0,362****0,630** | **4,284****1,656****0,277****1,741****0,072****0,740****4,109** | **0,000****0,000****0,198****0,000****0,000****0,187****0,043** | **1,533****1,207****0,652****1,181****0,526****0,696****1,878** |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2009

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa tidak semua variabel bebas signifikan secara statistik pada α =0,05. Terdapat 4 variabel yang signifikan secara statistik yaitu keindahan alam (X1), kebudayaan (X2), informasi pariwisata yang diperoleh wisatawan dari internet (X4) dan informasi pariwisata melalui biro perjalan wisata (X5), dimana nilai signifikancenya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, 0,000, 0,000, 0,000. Sedangkan variabel objek wisata dengan minat khusus (X3) dan informasi pariwisata dari sumber lain-lain (X6) tidak signifikan secara statistik pada α = 0,05.

Pada variabel keindahan alam (X1), ditemukan bahwa variabel ini sangat mempengaruhi frekuensi kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat. Dari analisis data ditemukan bahwa nilai koefisiennya bertanda positif, sedangkan exp(B)nya bernilai 1,533 yang berarti bahwa pesona daya tarik keindahan alam yang dimiliki oleh Propinsi Sumatera Barat mempunyai peluang lebih besar 1,533 kali dalam menjadi penentu keberulangan kunjungan wisatawan mancanegara ke propinsi ini bila dibandingkan dengan jenis objek wisata lainnya.Daya tarik wisata yang berbasis alam di Propinsi Sumatera Barat tersebar di wilayah-wilayah yang memiliki keragaman topografi yang menakjubkan. Keindahan alam memang merupakan modal dasar dalam mengembangkan kepariwisataan Sumatera Barat.

Pada variabel kebudayaan (X2), ditemukan bahwa variabel ini juga sangat menentukan kedatangan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat. Dari hasil regresi logistik diperoleh nilai koefisiennya bertanda positif sedangkan exp(B)nya bernilai 1,207, yang berarti bahwa keragaman budaya yang dimiliki oleh Propinsi Sumatera Barat mempunyai peluang lebih besar 1,207 kali menjadi penentu keberulangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat.

Pada variabel objek wisata dengan minat khusus (X3), ditemukan bahwa variabel ini tidak signifikan dalam menentukan tingkat keberulangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat. Hal ini diduga karena objek wisata jenis ini masih relatif baru dan saat ini sedang dikembangkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dari luar negeri.. walaupun begitu nilai koefisien (B)nya 0,474 dan exp (B) 0,652 yang berarti bahwa potensi wisata dengan minat khusus mempunyai peluang yang lebih besar 0,652 kali untuk menjadi penentu kedatangan wisatawan mancanegara ke Sumatera barat.

Pada variabel informasi pariwisata melalui internet (X4), ditemukan bahwa variabel ini sangat signifikan dalam menentukan tingginya kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat. Dari hasil analisis data diperoleh bahwa informasi mengenai pariwisata Sumatera Barat yang diperoleh wisatawan melalui internet mempunyai peluang 1,181 kali lebih besar menjadi penentu keberulangan kunjungan wisatawan tersebut ke Sumatera Barat bila dibandingkan dengan sumber informasi pariwisata lainnya.

Variabel informasi pariwisata melalui biro perjalanan wisata (X5) juga signifikan secara statistik pada α =0,05. Berdasarkan hasil analisa pada tabel nilai koefisien (B) variabel informasi melalui biro perjalanan wisata bertanda positif, sedangkan nilai exp(B)nya 0,526. Ini berarti informasi mengenai pariwisata yang diperoleh oleh wisatawan melalui biro perjalanan wisata mempunyai peluang 0,526 kali lebih besar untuk menjadi penentu keberulangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat bila dibandingkan dengan sumber informasi pariwisata lainnya .

Untuk variabel inforrmasi pariwisata lainnya (X6) dapat dilihat tidak signifikan mempengaruhi tingkat keberulangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat. Halini dapat dilihat dari hasil analisis data pada tabel 5.15 dimana nilai koefisien (B) untuk variabel ini bertanda positif, sedangkan nilai exp(B)nya 0,696. Ini berarti informasi mengenai pariwisata Sumatera Barat yang diperoleh oleh para wisatawan mancanegara dari sumber informasi selain dari biro perjalanan wisata dan internet mempunyai peluang 0,696 kali lebih besar untuk menjadi penentu keberulangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat bila dibandingkan dengan informasi mengenai pariwisata yang bisa mereka dapatkan dari sumber lainnya seperti internet dan biro perjalanan wisata.

**IMPLIKASI KEBIJAKAN**

Hasil analisis data baik secara deskriptif maupun dengan menggunakan metode regresi logistik didapatkan temuan bahwa secara bersama-sama keindahan alam, kebudayaan, objek wisata dengan minat khusus, serta informasi mengenai pariwisata SumateraBarat yang diperoleh oleh wisatawan mancanegara baik melalui internet, biro perjalanan wisata, dan informasi yang mereka peroleh dari media lain-lain seperti TV/radio, majalah/surat kabar dan informasi dari teman/kerabat berpengaruh terhadap tingkat keberulangan kunjungan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat.

Dengan menggunakan analisa regresi logistik ditemukan bahwa pesona keindahan alam yang dimiliki oleh Propinsi Sumatera Barat mempunyai pengaruh paling besar terhadap minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung berulang kali ke propinsi ini. Hal yang tidak dapat dipungkiri adalah bahwa ranah minang( Sumatera Barat) tidaklah punya letak strategis untuk dunia perdagangan sebagaimana propinsi lain seperti Riau (Batam, Dumai, Pekanbaru) yang sangat pesat perkembangannya di dunia bisnis akhir-akhir ini karena berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia.. Satu-satunya produk yang punya masa depan cerah untuk Sumatera Barat adalah pariwisata dengan menjual alam (nature) yang diakui sangat istimewa. Keindahan alam Sumatera Barat sebagai resources dunia wisata merupakan sesuatu yang given sebagai karunia Allah. Sumatera Barat memiliki kawasan dan kondisi geografis yang sangat indah yang tidak terlau banyak membutuhkan intervensi manusia untuk menjadikannya sebagai tempat tujuan wisata. Sumatera Barat sesungguhnya sangat dipuji oleh wisatawan mancanegara karena objek-objek wisata hampir ada di semua daerah. Dengan alam yang berbukit-bukit dan sebagian berada di dataran tinggi, alam Sumatera Barat memberikan kesan yang sejuk bagi wisatawan yang mengunjungi daerah ini maka tidaklah mengherankan, tidak hanya wisatawan domestik saja tetapi juga wisatawan mancanegara selalu menjadikan Propinsi Sumatera Barat sebagai tempat tujuan wisata mereka.

Untuk konteks Sumatera Barat, selain keindahan alam, kebudayaan merupakan salah satu unggulan dalam dunia kepariwisataan. Budaya Minangkabau yang dapat dieksploitasi sebagai magnet untuk menarik arus wisatawan agar datang ke Sumatera Barat cukup melimpah dan beragam.Berbagai atraksi budaya tradisional yang unik, menyejukkan dan bermakna luhur menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan terutama wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Propinsi Sumatera Barat.

Maju dan berkembangnya destinasi wisata di Sumetera Barat tidak terlepas dari peranan informasi dan promosi pariwisata terutama melalui situs-situs kepariwisataan di internet karena memperkenalkan objek wisata tidak bisa dilakukan secara lisan saja, tapi juga perlu didukung dengan teknologi informasi. Kehadiran biro perjalanan wisata untuk memasarkan segala informasi potensi wisata di Sumatera Barat mutlak diperlukan guna meningkatkan arus kunjungan wisatawan ke propinsi ini. Biro perjalanan wisata menjadi pendamping dan jembatan penghubung antara wisatawan dengan pelaku wisata. Pesona keindahan alam, keragaman dan keunikan budaya Sumatera Barat tidak akan berarti apa-apa tanpa adanya informasi dan pemaparan yang menarik dari brosur,, buku kepariwisataan dan leaflet oleh biro perjalanan wisata. Biro perjalanan wisata harus mampu merancang, mengemas informasi wisata sesuai dengan minat dan permintaan wisatawan. Dengan demikian calon wisatawan yang semula tidak tertarik, akhirnya memutuskan untuk berkunjung ke Sumatera Barat

Berdasarkan analisis dan pembahasan diatas untuk lebih meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat di masa datang, maka kebijakan-kebijakan yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pemulihan dan peningkatan citra pariwisata, pengembangan wisata minat khusus serta melakukan perpaduan yang serasi antara potensi objek wisata dengan sejumlah atraksi lain yang dapat melengkapi acara wisata para wisatawan terutama wisatawan mancanegara.
2. Meningkatkan pelaksanaan festival budaya yang merupakan kesempatan bagi Sumatera Barat untuk menampilkan kesenian dan kerajinan tradisional daerah serta menjaga warisan budaya tersebut sebagai salah satu aset penunjang kepariwisataan.
3. Melakukan penataan kembali destinasi pariwisata dengan objek wisata alam serta membenahi pariwisata yang telah ada agar dikemas lebih baik lagi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke daerah tujuan wisata tersebut
4. Untuk meningkatkan daya saing kepariwisataan daerah, maka pemerintah daerah Sumatera Barat hendaklah menggalakkan pemasaran ke luar negeri dengan membuka kantor pusat promosi pariwisata Sumatera Barat di luar negeri guna meningkatkan pomosi secara berkesinambungan, konsisten, dan mantap terutama pada pasar yang sedang tumbuh dan berpotensi tinggi, meningkatkan promosi yang mencerminkan kekhususan atau karakteristik Sumatera Barat.
5. Mempromosikan even-even pariwisata yang digelar setiap tahun melalui kalender even pariwisata secara terencana dan berkala dengan terus memperbaharui informasi pariwisata, penyajian yang menarik serta jujur sehingga para wisatawan mancanegara tertarik untuk berkunjung ke Propinsi Sumatera Barat. dinggap mampu menggaet wisatawan barat.
6. Mengoptimalkan peranan biro perjalanan wisata untuk meningkatkan pelayanan, menata paket-paket wisata , meingkatkan kerjasama dengan biro perjalanan wisata yang berada di luar negeri serta memberikan informasi pariwisata yang lengkap dan menarik sehingga mampu menggaet wisatawan mancanegra lebih banyak lagi untuk datang berkunjung
7. Pemerintah Daerah Propinsi Sumatera Barat bersama instansi terkait melakukan pembangunan, pembinaan dan peningkatan kualitas sarana dan prasarana penunjang pada objek-objek wisata.
8. Pemerintah daerah bersama pihak swasta perlu melakukan pengembangan strategi, kebijakan dan meningkatkan promosi potensi wisata melalui media elektronik (website di internet, radio, televisi), media cetak (majalah, surat kabar, bulletin, brosur, leaflet), serta spanduk/papan reklame pada tingkat daerah, nasinal dan internasional.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berkut:

Beberapa faktor yang menjadi penentu kedatangan wisatawan mancanegara ke Propinsi Sumatera Barat antara lain:

1.Objek atau daya tarik wisata, meliputi:

1. Keindahan alam
2. Kebudayaan
3. Objek wisata dengan minat khusus

2.Informasi dan pomosi pariwisara , yang antara lain dapat diperoleh wisatwan melalui

1. Internet
2. Biro perjalanan wisata
3. Informasi lain-lain (informasi dari teman/ sanak famili, Tv/radio, majalah/surat kabar)

Dari hasil analisis dan pembahasan penelitian dengan menggunakan analisis regresi logistik, maka 6 variabel bebas , signifikan secara statistic pada kepercayaan 5 %, dengan angka \_2 log likelihood 113,112. Namun secara parsial faktor-faktor yang menetukan kedatangan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat adalah:

1. Keindahan alam yang dimiliki Sumatera Barat
2. Keragaman budaya dan sejarah
3. Informasi (promosi) wisata yang bisa diakses oleh wisatawan dari situs-situs pariwisata Sumatera Barat melalui internet
4. Serta informasi kepariwisataan Sumatera Barat yang diberikan oleh biro perjalanan wisata

**Saran**

Upaya menjaring wisatawan mancanegara untuk datang ke propinsi Sumatera Barat sudah selayaknya dilakukan oleh semua pihak terkait karena yang bertanggung jawab meningkatkan kunjungan wisatawan bukan semata pemerintah tetapi juga pihak legislatif, pelaku industri pariwisata dan pihak-pihak yang menagani sektor-sektor yang terkait langsung dengan kepariwisataan. Sektor pariwisata Sumatera Barat masih belum digarap secara potensial.

Potensi wisata yang besar meliputi keindahan alam, keragaman budaya serta pengembangan objek wisata dengan minat khusus masih belum dikelola secara baik sehingga mampu menjadi daya tarik bagi kunjungan wisatawan ke propinsi Sumatera Barat. Aksesibilitas menuju objek wisata serta penyediaan sarana dan prasarana seperti toilet, tempat ibadah, peranan polisi wanita harus ditingkatkan lagi. Sebagian objek wisata dan daya tarik wisata di Sumatera Barat masih bersifat potensial yang sudah menjadi objek kunjungan belum dikembangkan secara terencana dan masih perlu ditingkatkan kualitasnya. Objek wisata budaya dan sejarah tersebar tetapi belum dirangkai sebagai suatu objek wisata yang menarik. Semua bentuk tradisi dan busaya yang dimiliki sumatera barat hendaklah dihidupkan kembali dan terus dijaga kelestariannya denganmenetapkan kalender-kalender pertunjukkan wisata yang permanen di setiap Daerah Tingkat II. Untuk meningkatkann kunjungan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat maka beberapa saran antara lain:

1. Setiap daerah hendaklah menghidupkan kembali kesenian-kesenian anaknagari
2. Penelitian yang lebih focus terhadap upaya optimalisasi pemanfaatan kekayaan alam, budaya yang dimiliki Sumatera Barat daoat terkelola dengan baik dan terjaga kelestariannya
3. Para pelaku industri pariwisata dapat melakukan perpaduan yang serasi antara alam yang rupawan, udara yang nyaman, tatanan adat dan budaya yang unik sserta berbagai potensi lainnya dengan sejumlah atraksi lain serta informasi dan promosi yang persuasif sehingga dapat melengkapi acara wisata para wisatawan yang berkunjung ke propinsui Sumatera Barat. Pada akhirnya semua pihak perlu membangun atau menciptakan rasa aman, nyaman dan tenteram bagi para wisatawan dalam rangka meningkatkan kedatangan wisatawan mancanegara ke daerah-daerah tujuan wisat yang berada di propinsi Sumatera Barat

**DAFTAR PUSTAKA**

Ardike, G. I, (1993), *Penentuan Prioritas Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata*, Majalah Teknis Pariwisata, Jakarta

Dirjen Parpostel, (1993), *Analisa Pasar Wisatawan Mancanegara*, Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi, Jakarta

Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Propinsi Sumatera Barat, (2006), *Kumpulam Makalah Kongres Kebudayaan dan Apresiasi Seni Budaya Minangkabau*, Padang

Deparpostel Kantor Wilayah Sumatera Barat (1997), *Analisa Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Sumatera Barat Tahun 1996*, Padang

Dinas Pariwisata Tingkat 1 Sumatera Barat, (1999), *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Propinsi Sumatera Barat*, Buku Analisa dan Rencana, PT. Mitra Inti Kreasi

Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Propinsi Sumatera Barat, (2006), *Statistik Pariwisata Sumatera Barat*

Ermina, Minanti, (2006), *Prospek Pengembangan Pariwisata Sumatera Barat,* Economic review. No. 203. Maret 2006

Fandelli, Chalik, (1995), *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisataan alam,* Yogyakarta, Jakarta UI Press

Hartono, H, (1994), *Perkembangan Pariwisata, kesempatan Kerja dan Permasalahannya*, Prisma No 1 februari, Jakarta LP3ES

Harjono, W, 91995), *Pariwisata rekreasi dan entertainment, akademi industri Pariwisata*, Bandung

Kodyat, H, (1990), *Pariwisata dalam Pembangunan Daerah,* Analisi, tahun XIX, no.3

Lains. A. (1994), *Ekonometrika (Teori dan Aplikasi)*, buku Kesatu, Pusat Antar Universitas, Bidang Ilmu Ekonomi, Universitas Indonesia, depok

Pandit, Ns, (1998), *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*, Pradnya Paramita, Jakarta

Prajono, M.J. (1996), *Pengantar Pariwisata Indonesia,* Direktorat Jenderal Pariwisata, Jakarta

Pramono. H. (1993), *Dampak Pembangunan Pariwisata Terhadap Ekonomi, Sosial dan Budaya*, Lembaga Pengabdian Masyarakat IKIP Yogyakarta, Cakrawala Pendidikan no. 1 Tahun XII

Rinaldi, Bursan, *Analisis Pengaruh Dimensi Wisata terhadap Loyalitas Wisatawan (studi Kasus Propinsi Lampung),* Jurnal bisnis dan Manajemen Volime 3 No. 12, September 2006

Syamsurizal dan Kaelany, 91986), *Peluang di Bidang Pariwisata,* Jakarta, Mutiara sumberdaya

Spillane. J. J, (1987), Ekonomi Pariwisata, (Sejarah dan Prospeknya), Yogyakarta, Kanisius

Soekadijo, (1994), *Anatomi Pariwisata dan Pengajaran Guide dalam Penyiapan tenaga Kerja*, Lembaga Pengabdian Masyarakat, IKIP Yogyakarta, Cakrawala pendidikan No. 2 tahun XIII

Sofyardi, (2007), analisa regresi Logistik Dalam Ilmu ekonomi, Fakultas ekonomi Universotas, 2007

Suhairi, (1997), Peningkatan Intensifikasi Manajemen dan Pengelolaan Retribusi Objek Wisata di Kotamadya Padang, Jurnal Penelitian Universitas Andalas, No. 25 tahun IX

Supranto. J, (1986), statistic, Teosi dan Aplikasi, jilid 1 , jakarta, Erlangga

Wahab, S, (1992), Manajemen Kepariwisataan, Jakarta, PT. PradnyaParamita

Wardianta, Drs, M. Hum(2006), Metode Penelitian Pariwisata, Penerbit Andi, Yogyakarta

Wiwoho, B. dkk, (1990), *Pariwisata, Citra dan Manfaatnya,* PT. Bina Rena Pariwisata, Jakarta

Yoet. A. Oka, (1985), *Ilmu Kepariwisataan*, Akademi Kepariwisataan, Bandung

\_\_\_\_\_\_, (1985), *Pemasaran Pariwisata,* Bandung, angkasa

\_\_\_\_\_\_,(1997), *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata,* Jakarta, Pradya Paramita

\_\_\_\_\_\_\_(1989-1990), *Pengantar Ilmu Pariwisata*, angka, Bandung, Buletin Pariwisata edisi VII

\_\_\_\_\_\_(2008), *Ekonomi Pariwisata, Introduksi, Informasi, dan Implementasi,* Jakarta, Kompas