

Motivasi dan Persepsi Pengunjung Pedestrian Sudirman Palembang

Motivations and Perceptions To Visit Pedestrian Sudirman Palembang

Natanael Mangasi Simanjuntak⁽¹⁾, Desloehal Djumrianti⁽²⁾, Lisnini⁽³⁾

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

Email: natanaeljuntak14@gmail.com

Abstrak

Salah satu objek wisata baru yang berkembang di Kota Palembang adalah wisata malam Pedestrian Sudirman Palembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi dan persepsi pengunjung terhadap keputusan berkunjung ke Pedestrian Sudirman Palembang. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 100 responden. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa variabel motivasi dan persepsi pengunjung berpengaruh terhadap keputusan berkunjung baik secara simultan maupun parsial. Terdapat beberapa hal yang menjadi motivasi dan persepsi untuk berkunjung ke Pedestrian Sudirman Palembang yaitu karena Pedestrian Sudirman merupakan tempat yang nyaman untuk menghabiskan waktu luang, banyaknya pilihan makanan dan minuman serta adanya atraksi musik, seni dan tari. Pemerintah Kota Palembang diharapkan dapat melakukan perbaikan pada fasilitas parkir karena rata-rata responden merasakan bahwa sarana parkir pada objek wisata ini belum memadai sehingga hal ini dapat menjadi persepsi negatif bagi pengunjung yang dapat menyebabkan penurunan kunjungan pada objek wisata ini.

Kata Kunci: Motivasi, Persepsi, Keputusan Berkunjung.

Abstract

One of the new tourism objects developing in Palembang City is the Sudirman Palembang Pedestrian night tour. The purpose of this study was to determine the influence of motivation and visitor perceptions on the decision to visit Pedestrian Sudirman Palembang. The sample in this study used the Probability Sampling technique with a simple random sampling approach. The number of samples in this study was 100 respondents. This study found that the variables of motivation and visitor perceptions influence the decision to visit both simultaneously and partially. There are several things that motivate and perceptions to visit the Pedestrian Sudirman Palembang, namely because Pedestrian Sudirman is a comfortable place to spend leisure time, there are many choices of food and drinks, as well as music, art and dance attractions. The government of Palembang City is expected to be able to make improvements to parking facilities because the average respondent feels that the parking facilities at this tourist attraction are inadequate so this can be a negative perception for visitors which can lead to a decrease in visits.

Keywords: Motivation, Perception, Decision to Visit.

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Kota Palembang semakin terlihat ditandai dengan munculnya beberapa objek wisata baru, misalnya wisata air Sungai Sekanak, wisata kuliner Lorong Basah dan salah satu yang paling ramai dikunjungi oleh pengunjung setiap minggunya, wisata malam Pedestrian Sudirman Palembang. Dinas Pariwisata Kota Palembang mengatakan bahwa Pedestrian Sudirman pertama kali dibuka pada tanggal 22 Maret 2017. Pada saat itu jalan Sudirman ditutup sebagian selama pembangunan *Light Rail Transit* (LRT). Bagian jalan yang ditutup ini lalu dikembangkan menjadi tempat komunitas anak muda berkumpul dan tempat pedagang makanan dan minuman berjualan. Setelah trotoar yang ada diperbaiki dan diperluas, Jalan Sudirman akhirnya ditutup setiap seminggu sekali dari sore hingga tengah malam. Jalanan lalu dijadikan ajang berkreasi bagi setiap komunitas yang ada di Palembang, mereka diberi waktu dan kesempatan untuk menunjukkan kemampuan mereka di ruang publik.

Sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan wawancara secara informal dengan Ketua Paguyuban Pedestrian Sudirman (19 Maret 2020). Hasil wawancara tersebut didapatkan

bahwa terdapat ratusan komunitas pegiat seni dan budaya di kota Palembang yang berpartisipasi menampilkan bakatnya untuk menghibur pengunjung yang melakukan kunjungan ke Pedestrian Sudirman Palembang. Bahkan, komunitas yang berasal dari luar daerah maupun luar provinsi diberikan kesempatan yang sama untuk menampilkan kemampuan mereka sembari melakukan promosi kepada publik yang sedang melakukan kunjungan ke Pedestrian Sudirman. Dalam wawancara yang telah dilakukan, juga mendapatkan hasil bahwa Pedestrian Sudirman Palembang selalu ramai dikunjungi sejak diresmikan pada tahun 2017. Bahkan di tahun 2019 kondisinya kredit

Ramainya kunjungan ke Pedestrian Sudirman Palembang tidak terlepas dari motivasi dan persepsi yang ada pada para pengunjung. Menurut Sutojo dalam Zulkarnaen (2018) mengatakan motivasi dapat diartikan sebagai dorongan manusia untuk melakukan sesuatu guna menemui kebutuhan atau keinginan mereka. Biasanya, motivasi muncul akibat dorongan langsung maupun tidak langsung. Dorongan langsung dapat berupa saran atau anjuran yang diberikan oleh seorang kerabat maupun lingkungan sekitar. Sedangkan dorongan tidak langsung biasanya muncul akibat pandangan seseorang yang melihat begitu

banyak orang tertarik mendatangi ataupun mencoba suatu hal sehingga timbul rasa penasaran dan ingin mencoba. Selalu ramainya Pedestrian Sudirman dikunjungi juga memunculkan persepsi yang baik di mata pengunjung dan calon pengunjung.

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung ke destinasi wisata dalam penelitian ini menggunakan pendekatan perilaku keputusan pembelian, sehingga dapat dianalogikan keputusan berkunjung wisatawan sebagai keputusan pembelian produk atau jasa. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, dan proses, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul tentang produk atau jasa apa yang akan dibeli (Alma, 2011). Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Zulkarnaen (2018), pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa Latin *movere* yang artinya 'menggerakkan'. Kata

movere dalam bahasa Inggris sering disamakan dengan *motivation* yang artinya motif atau keadaan yang menimbulkan dorongan (Suwanto dan Priansa, 2014). Menurut Sudirman (2011) motivasi merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang menyebabkan orang tersebut bertindak melakukan sesuatu tanpa disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu. Teori Motivasi yang dijelaskan oleh Sangadji (2013) lebih memperjelas teori-teori motivasi yang ada, ia mengatakan motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri seseorang (terutama lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai.

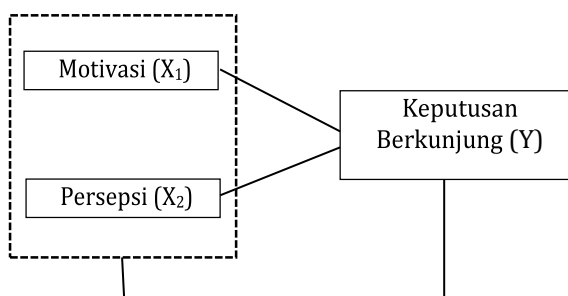
Pitana dan Gayatri (2005) dalam Lestari dan Sunarti (2019) mengatakan bahwa pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi 4 kelompok yaitu 1. Motivasi fisik atau fisiologis, 2. Motivasi kebudayaan, 3. Motivasi sosial atau interpersonal, dan 4. Motivasi fantasi.

Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau

penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua, persepsi akan timbul (Sangadji dan Sopiah, 2013). Murianto (2014) dalam Anggela dkk (2017) mengatakan bahwa persepsi merupakan cara pandang, tindakan dan gambaran yang diberikan seseorang terhadap sesuatu yang berada di sekitar lingkungannya baik persepsi yang diberikan positif atau negatif. Cahya Murti dkk (2013) mengatakan bahwa seseorang, kelompok orang atau wisatawan dapat menghasilkan persepsi dengan melakukan pengukuran terhadap kejelasan objek dan pelayanan yang terdapat dalam objek berdasarkan dua aspek, yaitu 1. Persepsi fisik, 2. Persepsi non-fisik.

Hipotesis



Gambar 1. Hipotesis Penelitian

Sumber: Penulis (2020)

- H₁= Diduga motivasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung
- H₂= Diduga persepsi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

H₃= Diduga motivasi dan persepsi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini bertempat di Pedestrian Sudirman Palembang, Jalan Jenderal Sudirman, 18 Ilir Timur I Kota Palembang. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 100 responden. Uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda, uji t dan uji f dengan bantuan IBM SPSS Versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	t	Sig.
	B	Beta		
(constant)	4.687		1.779	.078
X1	.484	.490	5.196	.000
X2	.681	.294	3.121	.002

a. Dependent variabel: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 2. Hasil Uji F ANOVA

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	1420.019	2	710.009	51.900	.000 ^b
Residual	1326.981	97	13.680		
Total	2747.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant) X₁, X₂

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.719 ^a	.517	.507

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil Koefisien Determinasi pada tabel 3, diperoleh hasil *R Square* sebesar 0.517 yang artinya variabel motivasi dan persepsi dapat menjelaskan perubahan pada variabel keputusan berkunjung sebesar 51.7%, sedangkan sisanya sebesar 48.3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang berada diluar penelitian ini.

Variabel Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Tabel 4. Hasil Uji t (Motivasi)

Variable	T	Sig
X ₁ (Motivasi)	5.196	.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Zulkarnaen (2018) yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel motivasi terhadap keputusan berkunjung ke Kota Takengon. Sangadji (2013) berpendapat bahwa motivasi merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri seseorang yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai. Dalam hal ini, menilik pernyataan Sangadji dapat diketahui bahwa motivasi memiliki pengaruh terhadap

keputusan berkunjung yang dapat diasumsikan sebagai arah tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan hasil tanggapan responden, item X1.5 yang merupakan item pernyataan dari indikator motivasi sosial, mendapatkan nilai mean tertinggi sebesar 4,47. Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara peneliti dengan 3 informan yang pernah berkunjung ke Pedestrian Sudirman Palembang 2 dari 3 informan mengatakan alasan mereka mengunjungi Pedestrian Sudirman Palembang adalah untuk bertemu dan menghabiskan waktu dengan teman-temannya. Hal ini juga sejalan dengan teori Pitana dan Gayatri (2005) dalam Lestari dan Sunarti (2019) yang mengatakan bahwa motivasi seseorang dapat bersifat sosial yaitu dengan mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi, melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan dan seterusnya.

Variabel Persepsi Terhadap Keputusan Berkunjung

Tabel 5. Hasil Uji t (Persepsi)

Variable	T	Sig
X ₂ (Persepsi)	3.121	.002

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini didukung oleh pendapat dari Hasibuan (2018) yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan

signifikan antara variabel persepsi terhadap variabel keputusan berkunjung kembali ke Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun. Persepsi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Pedestrian Sudirman dapat dibuktikan dengan penilaian atau pendapat yang bagus dari pengunjung mengenai banyaknya tempat yang menyediakan makanan dan minuman bervariasi di kawasan Pedestrian Sudirman Palembang. Dengan banyaknya pilihan makanan dan minuman, dapat diasumsikan bahwa pengunjung menilai saat berkunjung ke Pedestrian Sudirman Palembang, menikmati atraksi musik, seni dan tari akan lebih mengasyikan sambil menikmati makanan dan minuman selama berada disana, dibuktikan dengan skor mean pada item X2.2 yaitu sebesar 4,21.

Pengaruh Motivasi dan Persepsi Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil uji F, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas motivasi (X1) dan persepsi (X2) secara serentak terhadap variabel terikat keputusan berkunjung (Y). Jika dilihat dari nilai uji determinasi berdasarkan R square yang diperoleh, maka kemampuan untuk menjelaskan atau besaran pengaruh dari variabel motivasi dan persepsi terhadap

keputusan berkunjung adalah 0,517 atau 51,7% yang termasuk kedalam kategori sedang, sementara sisanya sebesar 48,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang berada diluar penelitian ini. Hasil tersebut didukung oleh teori Kotler dan Keller (2009) dalam Zulkarnaen (2018) yang mengatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, salah satunya adalah faktor psikologis yang dibagi menjadi 4 yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan pendirian. Namun dengan hasil besaran pengaruh motivasi dan persepsi yang hanya 51,7% mengindikasikan bahwa kedua variabel bebas ini tidak menunjukkan pengaruh yang sangat kuat, tetapi hanya menunjukkan pengaruh yang sedang. Hal demikian dapat terjadi karena kurangnya inovasi atau pengembangan Pedestrian Sudirman Palembang yang membuat objek wisata ini seiring waktu dapat menjadi tidak menarik dan mengurangi motivasi atau dorongan wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke Pedestrian Sudirman Palembang. Demikian juga sarana dan prasarana seperti pada item X2.1 yaitu, tempat parkir yang memadai, dinilai pengunjung hanya sebatas cukup (nilai mean 3,19) dan hal ini dapat menurunkan persepsi positif wisatawan dikarenakan kenyamanan pengunjung dapat terganggu

apabila kesulitan untuk mendapatkan tempat parkir dan dapat menimbulkan kesan atau pengalaman buruk yang nantinya justru menghasilkan persepsi negatif kemudian akan berdampak pada penurunan keputusan berkunjung.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu, variabel motivasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pedestrian Sudirman Palembang, variabel persepsi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pedestrian Sudirman Palembang dan secara serentak variabel motivasi dan persepsi berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Pedestrian Sudirman Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggela M.M, Karini N.M.O & Wijaya N.M.S. (2017). *Persepsi dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng*. Bali: Jurnal IPTA Vol. 5 No. 2.
- Cahya Murti, Hestara & Sujali. (2013). *Persepsi Wisatawan terhadap Pengembangan Obyek Wisata Batang Dolphin Center*. Yogyakarta: Jurnal Pengembangan Obyek Wisata Vol. 2 No. 2.
- Fadhilla D.L & Sunarti. (2019). *Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan*

Berkunjung (Survei pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang). Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 70 No. 1.

- Iskandar Zulkarnaen. (2018). *Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Takengon (Studi pada Pengunjung Wisata Bur Telege*. Skripsi. Medan: Departemen Administrasi Bisnis. USU.
- Sangadji E.M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudirman. (2011). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Grafindo Persada
- Suwanto & Priansa. (2004). *Manajemen SDM*. Bandung: CV Alfabeta.
- Yoki J.H. (2018). *Pengaruh Motivasi dan Persepsi terhadap Keputusan Wisatawan Domestik Berkunjung Kembali ke Bukit Indah Simajarunjung Kabupaten Simalungun*. Skripsi. Medan: Departemen Administrasi Bisnis. USU