

Analisis Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Tilanga

Arah Pratiwi Topang

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email: araunapратиwi@gmail.com

Isak Pasulu

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email: isakpasulu24@gmail.com

Abedneigo. C. Rambulangi

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email: abedneigocarterrambilangi134@gmail.com

Korespondensi penulis : araunapратиwi@gmail.com

Abstract. *The problem of this research is how tourists decide to visit the Tilanga' tourist attraction. The types of data used are primary and secondary data with data collection techniques through observation and interviews with managers and visitors so that the data collected is truly accurate according to the researcher's needs. This research uses qualitative methods, data obtained from interviews and observations. The results of this research show that the respondents' decision to visit the Tilanga' tourist attraction was because the attraction of this object was able to make visitors come to the Tilanga' tourist attraction, such as the clear water, the atmosphere at one with nature, and even the Masapi that was there was able to attract tourists to visit.*

Keywords: *Tourist Decisions to Visit*

Abstrak. Persoalan penelitian ini adalah Bagaimana Keputusan Wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Tilanga'. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara kepada pengelola dan pengunjung sehingga data yang dikumpulkan benar-benar akurat sesuai dengan kebutuhan peneliti. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, data yang di peroleh dari hasil wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan responden berkunjung ke objek wisata tilanga' karena daya tarik dari objek tersebut mampu membuat pengunjung untuk datang ke objek wisata tilanga' seperti air yang jernih, suasana yang menyatuh dengan alam bahkan masapi yang ada disana mampu menarik wisatawan untuk berkunjung.

Kata Kunci: Keputusan Wisatawan Berkunjung

LATAR BELAKANG

Perkembangan pariwisata berdampak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat, Salah satu diantaranya adalah dampak pariwisata terhadap pendapatan pemerintah. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat berperan dalam proses pembangunan dan pengembangan wilayah yaitu dalam memberikan kontribusi bagi pendapatan pemerintah daerah maupun masyarakat. Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan lapangan kerja, pendapatan, tarif hidup, dan dalam rangka mengaktifkan sektor produksi lain di dalam Negara penerima wisatawan.

Covid-19 berpengaruh terhadap jumlah pengunjung di Objek Wisata Tilanga' pembatasan aktivitas seperti Peraturan Sosial Berskala Besar (PSBB) berdampak langsung kepada lingkungan masyarakat di Objek Wisata. Kurangnya pengunjung di Objek Wisata berdampak langsung kepada pendapatan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan di Objek Wisata Tilanga'. Bahkan pandemi *Covid-19* juga berpengaruh pada indikator, target dan capaian pembangunan Wisata. Situasi perlu dijaga sehingga kontraksi tidak menjadi semakin dalam, di harapkan bahwa Pariwisata telah kembali pulih pada tahun 2024, bahkan lebih cepat, yaitu pada tahun 2023 seperti sekarang.

Objek Wisata Tilanga' adalah salah satu objek wisata yang ada di Tana Toraja, objek ini berupa kolamalam yang memiliki Daya Tarik tersendiri, Karena adanya mitos yang tersimpan di dalamnya dan bahkan mitos ini menjadi salah satu Daya Tarik utama dari destinasi Wisata Tilanga'. menurut warga yang tinggal di sekitar Objek Wisata Tilanga' di celah bebatuan kolam terdapat Moa atau Belut Berkuping yang hidup disana, bahkan orang Toraja menyebut belut ini dengan nama Masapi. Masapi ini dikaitkan dengan pesan keberuntungan. Masapi yang berwarna belang putih dan hitam disebut sebagai Masapi bunga, juga dipercaya memiliki keberuntungan yang lebih bila dibandingkan dengan Masapi yang lain. Di luar mitosnya yang sangat melegenda di kalangan masyarakat, permandian tilanga' memang memiliki air jernih yang begitu segar. Kesejukan airnya ini tidak akan mampu untuk di tolak pengunjung. Dengan adanya pepohonan yang rimbun di sekitar kolam, serta suara gesekan daun bambu yang tertiuip angin bisa membuat pengunjung betah untuk berlama lama duduk di pinggir kolam. Selain itu ada juga tantangan untuk yang berjiwa pemberani, ada beberapa dahan pohon yang melintang pada area sekitar kolam bisa dijadikan papan untuk berayun kemudian meloncat ke dalam kolam'.

Beberapa pengunjung sering melakukan hal tersebut agar aktivitas berenang di kolam menjadi lebih menyenangkan. Pengunjung juga tidak perlu khawatir jika berenang di kolam alam tilanga' karena mata airnya sudah di kelola dengan baik, juga terdapat perlengkapan berenang, terdapat kamar mandi, gazebo tempat beristirahat atau berteduh dan ada beberapa warung yang menjajakan berbagai macam kuliner.

Wisata Kolam Alam Tilanga' berada di pertengahan antara Makale dan Rantepao. Kemudian dapat di tempuh dengan jarak kurang lebih 3km. Sedangkan dari pusat rantepao sendiri, destinasi wisata ini memiliki jarak sekitar 10 km. Akses menuju Objek Wisata ini cukup mudah dari pusat kota. Pengunjung bisa menggunakan mobil pribadi maupun kendaraan sewa fasilitas hotel, pengunjung juga bisa menaiki angkutan umum atau pete-pete dari Makale atau Rantepao. Objek Wisata ini memiliki beberapa jalur untuk di tempuh salah satunya berada di

kawasan Rantelemo jalur utama, kemudian berada di jalan kalimbuang. Jalan menuju Objek Wisata ini memiliki akses jalan yang baik, sehingga memudahkan pengunjung untuk menuju ke Objek Wisata Tilanga' Dari tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata tilanga' mengalami fluktuasi, hal ini dapat dilihat dari data kunjungan dari tahun 2018 hingga tahun 2023.

Tabel 1.1

Pra Opservasi Jumlah Wisatawan Berkunjung Dari Tahun 2018-2023

No	Tahun	JenisWisatawan		Jumlah KeseluruhanWisatawan (orang)
		Domestik (orang)	Mancanegara (orang)	
1	2018	21.600	600	22.200
2	2019	14.400	180	14.580
3	2020	1.200	0	1.200
4	2021	2.160	120	2.280
5	2022	9.600	240	9.840
6	2023	5.400	75	5.475

Sumber: DinasKebudayaan danPariwisata Kabupaten tana toraja 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata tilanga' dari tahun 2018 hingga tahun 2023 tidak stabil. pada tahun 2018-2019 jumlah pengunjung sangat meningkat dan pada tahun 2020 terjadi penurunan dengan jumlah pengunjung domestik 1.200 sedangkan mancanegara 0 pengunjung yang di sebabkan covid-19 dan dilakukan pembatasan (PSBB) oleh pemerintah. Kemudian pada tahun 2022 terjadi peningkatan dengan jumlah pengunjung domestik 9.600 sedangkan mancanegara 240 pengunjung dan pada tahun 2023 semakin meningkat dari bulan januari-juni saat ini dengan jumlah pengunjung domestik 5.400 sedangkan mancanegara 75 pengunjung. Dari latar belakang masalah diatas,dapat dilihat bahwa objek wisata tilanga' merupakan salah satu potensi pariwisata yang sangat bagus dan perlu terus dikembangkan. Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Tilanga”.

KAJIAN TEORITIS

Yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengertian 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 (Boy ericson 2017). Keputusan berkunjung juga merupakan keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata dalam mengambil keputusan tentunya wisatawan memilih objek wisata sebagai tempat tujuan. Pada dasarnya manusia bertindak dalam mempertimbangkan informasi yang tersedia dan juga mempertimbangkan segala resiko sebelum melakukan keputusan untuk berkunjung. Maka dari itu sebelum memutuskan dalam melakukan keputusan untuk berkunjung ada 5 tahap yaitu, kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan, pencarian informasi, keputusan perjalanan wisata, persiapan perjalanan, dan evaluasi perjalanan wisata (simamora 2014).

Pengertian Wisatawan

Pengertian wisatawan menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 9 tentang Kepariwisataan, Bab 1 berisi tentang ketentuan Umum Pasal 1 Ayat 1 dan 2 dirumuskan wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Pariwisata mengacu pada bentuk perjalanan yang melibatkan kunjungan berulang atau beberapa kali ke tujuan tertentu. Pariwisata mengacu pada perjalanan rekreasi atau liburan, bersama dengan pengaturan yang diperlukan untuk kegiatan tersebut (Rambulangi *et al.*, 2023). Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Wisatawan adalah individu atau sekelompok yang melakukan perjalanan wisata untuk maksud beristirahat, berbisnis, berobat atau melakukan kunjungan keagamaan dan untuk perjalanan studi. Dengan melakukan perjalanannya dan meninggalkan tempat tinggalnya dalam waktu sementara, maka ia bisa dikatakan sebagai wisatawan. Selain itu dalam melakukan wisata, seorang wisatawan memiliki maksud dan tujuan seperti beristirahat, berbisnis dan atau lainnya dalam tujuan wisatanya (Sugiama 2011).

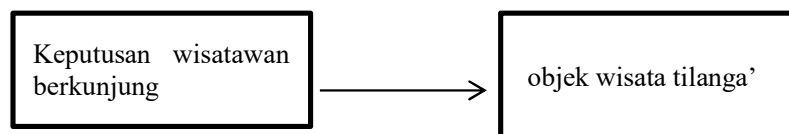
Pengertian Objek Wisata

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan pengunjung karena mempunyai sumberdaya, baik alami maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monumen-

monumen, candi-candi, tari-tarian, atraksi dan kebudayaan khas lainnya (Ananto, 2018). objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata, objek wisata sangat erat hubungannya dengan daya tarik wisata. Tempat wisata adalah salah satu kawasan yang potensial untuk dikembangkan serta dikelola dengan maksimal, sebab berhubungan langsung dengan masyarakat, dengan mengembangkan wisata dan berbagai usaha lainnya, contohnya dengan meningkatkan media dan infrastruktur di tempat wisata sehingga dapat dijadikan tempat piknik bagi keluarga (Zhuhaeny, Adriana Madya Marampa², 2023)

Kerangka Berpikir

Pengenalan kebutuhan atau masalah terjadi ketika konsumen menghadapi ketidakseimbangan antara keadaan sebenarnya dengan keinginan. Dalam pengenalan kebutuhan ini konsumen merasa apakah produk atau jasa yang akan dikonsumsi benar-benar kebutuhan mendesak atau tidak. Untuk mendapatkan gambaran yang tepat dalam mendapatkan barang atau jasa yang akan dikonsumsi konsumen (wisatawan) melakukan pencarian informasi. Berdasarkan uraian di atas jelas bahwa keputusan berkunjung mempengaruhi konsumen untuk melakukan kunjungan ke objek wisata tilanga'. Keputusan konsumen dalam penelitian ini yang dimaksud adalah keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata tilanga'. Dengan demikian maka dapat digambarkan kerangka berpikir pada gambar 2.1 di bawah ini:



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menguraikan, menjelaskan tentang Analisis Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Tilanga'.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer data yang di peroleh oleh peneliti dari sumber-sumber asli. Data tersebut dapat diperoleh langsung dari personil

yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari wawancara langsung kepada pihak berkompeten dari beberapa pengunjung yang ada di objek wisata tilanga' (Sugiyono, 2018). Dan Data sekunder data yang diperoleh peneliti atau pengumpul data secara tidak langsung karena data diperoleh melalui perantara yaitu orang lain ataupun lewat dokumen (Sugiyono, 2018).

Informan Penelitian

Informan penelitian yaitu sumber dari mana data diperoleh, penentuan informan pada penelitian kualitatif dilakukan secara purposive, yaitu ditentukan dengan menyesuaikan pada tujuan tertentu. Berdasarkan penjelasan tersebut maka disimpulkan bahwa dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan di namakan responden tetapi sebagai narasumber atau partisipan, informan, dan teman dalam penelitian. Jumlah informan ada 4 orang, pengelola 1 orang dan pengunjung 3 orang (Sugiyono 2016).

Fokus Penelitian

Adapun yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. 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 (Boy ericson 2017). Keputusan berkunjung juga merupakan keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata dalam mengambil keputusan tentunya wisatawan memilih objek wisata sebagai tempat tujuan. Pada dasarnya manusia bertindak dalam mempertimbangkan informasi yang tersedia dan juga mempertimbangkan segala resiko sebelum melakukan keputusan untuk berkunjung. Maka dari itu sebelum memutuskan dalam melakukan keputusan untuk berkunjung ada 5 tahap yaitu, kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan, pencarian informasi, keputusan perjalanan wisata, persiapan perjalanan, dan evaluasi perjalanan wisata (simamora 2014).

2. Objek Wisata Tilanga'

Objek wisata tilanga' adalah objek yang ada di Tana Toraja, objek wisata ini merupakan kolam alam purba yang ada di Toraja. Yang awalnya hanya sebuah sumur untuk mengambil air tetapi seiring berjalannya waktu objek wisata ini mulai di kenal oleh masyarakat. Objek

wisata tilanga' adalah objek yang mulai berkembang dari tahun ke tahun. Objek wisata Tilanga' mulai beroperasi pada tahun 1970-an tanpa memungut biaya, dan dikelola pertama kali oleh Bapak Y. Kadang. Setelah itu dikelola oleh masyarakat sekitar sampai sekarang. Objek wisata tilanga' berlokasi di Kelurahan Sarira, Kecamatan Makale Utara, Tana Toraja. Letaknya 8km dari kota Makale arah ke utara dan 1,5 km dari jalan poros Makale-Rantepao.

3. Daya Tarik Objek Wisata Tilanga'

Dari daya tarik objek wisata tilanga' membuat pengunjung semakin meningkat setiap tahun. melalui destinasi alam yang indah dapat menarik minat wisatawan agar objek wisata tersebut ramai dengan adanya pengunjung. Keputusan berkunjung merupakan keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata dalam mengambil keputusan tentunya wisatawan memilih objek wisata sebagai tempat tujuan. Pada dasarnya manusia bertindak dalam mempertimbangkan informasi yang tersedia dan juga mempertimbangkan segala resiko sebelum melakukan keputusan untuk berkunjung. Maka dari itu sebelum memutuskan dalam melakukan keputusan untuk berkunjung ada 5 tahap yaitu, Pengenalan masalah, pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan berkunjung dan Perilaku setelah berkunjung.

Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data pada pengamatan dilakukan dengan beberapa metode:

1. Observasi (Pengamatan), yaitu mengamati dan meneliti langsung ke lokasi penelitian.
2. Wawancara, yaitu kegiatan penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan kepada informan penelitian.
3. Dokumentasi, yaitu kegiatan penelitian dengan cara mengumpulkan bukti penelitian berupa foto/gambar, ataupun dalam bentuk dokumen lain selama masih berhubungan dengan objek penelitian.

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data. Data kualitatif adalah data yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara dan responden yang berupa pendapat, teori, dan gagasan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data penelitian kualitatif. Data-data yang belum direduksi berupa catatan-catatan lapangan, Hasil observasi dan dokumentasi, berupa informasi yang diberikan berhubungan dengan masalah penelitian yang menggambarkan apa yang berkaitan dengan keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata tilanga'. Adapun metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini, yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data, penyajian data merupakan salah satu kegiatan dalam pembuatan laporan hasil penelitian yang telah dilakukan agar dapat dipahami dan analisis sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung merupakan keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata dalam mengambil keputusan tentunya wisatawan memilih objek wisata sebagai tempat tujuan. Pada dasarnya manusia bertindak dalam mempertimbangkan informasi yang tersedia dan juga mempertimbangkan segala resiko sebelum melakukan keputusan untuk berkunjung. Proses pengambilan keputusan di mulai saat pengunjung mulai menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dialami oleh kemauan internal. Pengelola perlu memperhatikan keadaan yang dapat mengganggu keputusan wisatawan untuk berkunjung. Setelah mengetahui kebutuhan, pengunjung akan mencari informasi lebih lanjut. Ketika pengunjung sudah mengumpulkan informasi ada beberapa pilihan yang membuat pengunjung untuk memiliki keinginan dalam berkunjung. Setiap sumber informasi memanfaatkan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pengunjung. Pada tahap evaluasi pengunjung membentuk pilihan dalam berkunjung, kemudian pengunjung membentuk suatu minat terhadap objek yang paling disukai. Setelah berkunjung di objek wisata tilanga', pengunjung biasanya melakukan evaluasi terhadap apa yang mereka alami pada saat berada di lokasi objek wisata. Maka dari itu sebelum memutuskan dalam melakukan keputusan untuk berkunjung ada 5 tahap yaitu, Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Berkunjung Dan Perilaku Setelah Berkunjung. Sesuai dengan penjabaran dalam penyajian data yang dikaitkan dengan

teori keputusan berkunjung, maka analisis keputusan berkunjung ke objek wisata tilanga' adalah:

a. Pengenalan masalah

Proses pengambilan keputusan di mulai saat pengunjung mulai menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dialami oleh kemauan internal. Pengelola perlu memperhatikan keadaan yang dapat mengganggu keputusan wisatawan untuk berkunjung. Kemudian mereka dapat mengembangkan kualitas yang memicu minat pengunjung. Dari pemaparan diatas maka dapat dikatakan bahwa pengenalan masalah, di objek wisata tilanga' seusai dengan teori pengenalan masalah dalam keputusan berkunjung.

b. Pencarian informasi

Setelah mengetahui kebutuhan, pengunjung akan mencari informasi lebih lanjut. Ketika pengunjung sudah mengumpulkan informasi ada beberapa pilihan yang membuat pengunjung untuk memiliki keinginan dalam berkunjung. jika mendapatkan informasi yang kurang tepat maka pengunjung akan terus berusaha mencari informasi yang lebih mendalam dengan cara mendapatkan informasi dari berbagai pihak. Informasi yang sudah di dapatkan oleh pengunjung dapat di bagi menjadi beberapa kelompok sebagai sumber informasi yaitu:

- Pribadi : keluarga,teman dan masyarakat
- Komersial : iklan,situs,web
- Publik : sosial media, pengunjung

Secara umum pengunjung menerima informasi dari pihak pribadi,komersial dan publik, namun sumber informasi paling efektif di dominasi dari sumber publik. Setiap sumber informasi memanfaatkan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pengunjung. Hal ini menjadi sumber perhatian pengunjung adalah pencarian informasi di sosial media. Dari pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa teknik pencarian informasi para wisatawan ke objek wisata tilanga' sudah sesuai dengan teori pencarian informasi dalam keputusan berkunjung. Setelah melalui tahap pencarian informasi pengunjung akan menghadapi sejumlah pilihan, pilihan ini melalui beberapa proses tertentu yaitu:

c. Evaluasi alternatif

Setelah melalui tahap pencarian informasi pengunjung akan menghadapi sejumlah pilihan, pilihan ini melalui beberapa proses tertentu yaitu:

- a. Pengunjung akan mempertimbangkan jarak yang akan di tempuh menuju tempat tujuan.
- b. Pengelola harus mempertimbangkan aturan yang ada di kawasan tersebut.
- c. Pengelola harus memberikan kepercayaan kepada pengunjung.
- d. Pengunjung memiliki penilaian yang berbeda-beda dari objek tersebut.

Dari pemaparan diatas maka dapat dikatakan bahwa evaluasi alternatif pengunjung ke objek wisata tilanga', sesuai dengan teroti evaluasi alternatif dalam keputusan berkunjung.

d. Keputusan berkunjung

Pada tahap evaluasi pengunjung membentuk pilihan dalam berkunjung, kemudian pengunjung membentuk suatu minat terhadap objek yang paling disukai. Dalam berkunjung, wisatawan dapat membentuk beberapa keputusan yaitu, lokasi, distribusi, kuantitas waktu, metode pembayaran. Dari penjabaran diatas maka dapat dikatakan bahwa keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata tilanga' sesuai dengan teori keputusan berkunjung dalam keputusan berkunjung.

e. Perilaku setelah berkunjung

Setelah berkunjung di objek wisata, pengunjung biasanya melakukan evaluasi terhadap apa yang mereka alami pada saat berada di lokasi objek wisata. Proses evaluasi tersebut biasanya dilakukan pada saat perjalanan pulang atau setelah kembali ke tempat tinggalnya. Biasanya mereka akan membandingkan apa yang telah mereka dapatkan dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya. Jika harapan tersebut terpenuhi, maka mereka akan puas dengan objek tersebut, dan sebaliknya jika harapan tersebut tidak terpenuhi maka mereka cenderung tidak puas. Ada banyak pengunjung yang kembali untuk berkunjung karena merasa puas dan sebaliknya pengunjung yang tidak puas biasanya tidak ingin kembali lagi ke objek tersebut. Dari penjabaran diatas maka dapat dikatakan bahwa perilaku pasca berkunjung ke objek wisata tilanga' sesuai dengan teori perilaku pasca berkunjung dalam bauran keputusan berkunjung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan deskriptif kualitatif, maka kesimpulan Dalam penelitian di objek wisata tilanga' karena adanya daya tarik dari objek tersebut mampu membuat pengunjung untuk datang serta objek wisata tilanga' juga banyak di kunjungi para wisatawan hal tersebut membuat objek wisata semakin berkembang, akan tetapi pengurus juga berupaya untuk melengkapi fasilitas yang masih kurang sehingga pengunjung memiliki kenyamanan selama berada di objek wisata tilanga'.

Keputusan berkunjung juga merupakan keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata dalam mengambil keputusan tentunya wisatawan memilih objek wisata sebagai tempat tujuan. Pada dasarnya manusia bertindak dalam mempertimbangkan informasi yang tersedia dan juga mempertimbangkan segala resiko sebelum melakukan keputusan untuk berkunjung. Proses pengambilan keputusan di mulai saat pengunjung mulai menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dialami oleh kemauan internal. Pengelola perlu memperhatikan keadaan yang dapat mengganggu keputusan wisatawan untuk berkunjung. Setelah mengetahui kebutuhan, pengunjung akan mencari informasi lebih lanjut. Ketika pengunjung sudah mengumpulkan informasi ada beberapa pilihan yang membuat pengunjung untuk memiliki keinginan dalam berkunjung. Setiap sumber informasi memanfaatkan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pengunjung. Pada tahap evaluasi pengunjung membentuk pilihan dalam berkunjung, kemudian pengunjung membentuk suatu minat terhadap objek yang paling disukai. Setelah berkunjung di objek wisata tilanga', pengunjung biasanya melakukan evaluasi terhadap apa yang mereka alami pada saat berada di lokasi objek wisata. Seperti yang telah di jelaskan oleh bapak Jay selaku pengelola bahwa keputusan wisatawan dalam berkunjung ke objek wisata tilanga' karena memiliki daya tarik tersendiri di bandingkan dengan objek wisata lain. Adapun informasi yang didapat oleh wisatawan untuk berkunjung melalui media sosial, keluarga, teman, dan masyarakat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis mengajukan beberapa saran, kepada pengelola objek wisata tilanga' sebagai berikut:

1. Kedepannya di harapkan kepada pihak objek wisata tilanga' untuk tetap menjaga serta merawat kebersihan dan keindahan alam yang ada di objek tersebut sehingga daya tarik yang ada dapat terus terjaga dengan baik, sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tilanga'.

2. Kepada setiap pengelola objek wisata tilanga' baik dinas pariwisata untuk memperhatikan dan membenahi fasilitas umum yang ada, serta memenuhi kebutuhan pengunjung pada saat menggunakan fasilitas dalam waktu yang bersamaan seperti toilet, dan gazebo yang ada.
3. Kepada pengelolah objek wisata tilanga' agar lebih meningkatkan kualitas penggunaan media sosial paling tidak membuat akun tersendiri misalnya facebook dan instagram, dan memperbanyak postingan di media sosial.

REFERENSI

- A.J., Muljadi, 2012, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Aileen, Ezra, Orlando Gaberamos, Innocentius Bernarto, and Henry Pasaribu. 2021. "Enrichment: Journal of Management The Effect Of Social Media Marketing, Word Of Mouth, And Effectiveness Of Advertisi"
- Akbar, Adam. 2012. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba". *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, volume 12, nomor 2. Uni. <http://publication.gunadarma.ac.id/handle/123456789/6152>. Halaman 14-20
- Ananto, O. 2018. Persepsi pengunjung pada objek wisata danau buatan kota pekanbaru. *Jurnal Organisasi dan Manajemen Fisip*. 5(1):1-11
- Aprilia Theresia, Krishna dkk. 2015. *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung. Alfabeta
- Ariyani, M., & Zulkarnaen, D. (2018). *Analisis Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dogo Bandung*.
- BPS dan pusdatin kemenparekraf. (2013). *Rekapitulasi wisatawan mancanegara*.
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Data kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara kota Palembang tahun 2014-2018. www.palembang-tourism.com. Diakses pada tanggal 6 april 2019.
- E, Maryani, 2017 *Pengantar Geografi Pariwisata*, Bandung: Jurusan Pendidikan Geografi FIPSIKIP
- Handayani, Murti. 2013. *Analisis Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, Jumlah Wisatawan, tingkat Hunian Hotel, dan Pendapatan Perkapita Terhadap Retribusi Obyek Pariwisata di Jawa Tengah*. Skripsi Tidak Dipublikasikan, Universitas Dian Nuswantoro.
- Henry Simamora. 2014. *Manajemen Sumber Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bina Aksara
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Mardalis. 2011. *Metodologi Peneitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pitana, Gayatri. 2017. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Pitana, IGede Dan Diarta, Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. Sekretariat Negara. Jakarta.

- Ridwan, Mohamad. (2012), *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT SOFMEDIA: Medan.
- Rambulangi, A. C., Payangan, O. R., & ... (2023). Strategi Pemasaran Obyek Wisata Lemo Kabupaten Tana Toraja. *JEMSI (Jurnal ...)*, 9(3), 949–957. <http://www.journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/view/1204>
- Siregar, M. (2017). Respon Pemberian Nutrisi AbMix Pada Sistem Tanamana Hidroponik Terhadap Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Sawi. *Journal Of Animal Science And Agronomy Panca Budi Vol.*
- Soekadji, R.G. (2013). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Spilane, J.J. 2013. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta : Kanisius.
- Sugiama, A. G. (2011). *Ecotourism : Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D) (Cetakan Ke)*. Alfabeta, Bandung. [Www.Cvalfabetabdg.Com](http://www.cvalfabetabdg.com)
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suwantoro, Gamal. (2015). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2017. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI, Yogyakarta. Alma
- Utama, I Gusti Bagus Rai. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Wahid. 2015. *Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Wisata*.
- Warpani P Suwardjoko, Warpani P Indira, *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*, ITB, Bandung, 2017.
- Yoeti, O. A. (2013). *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Yoeti, Oka A. 2016. *Daya Tarik Wisata*. Bandung : Angkasa. Yogyakarta: Andi
- Zhuhaeny, Adriana Madya Marampa, S. M. P. (2023). *Analisis Pengelolaan Keuangan Objek Wisata Hutan Pinus Buntutatu*. 2(1).