



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 9511-9518

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Pelaksanaan Event Internasional Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Danau Toba (Studi Kasus: F1 Powerboat Lake Toba 2023)

Juni Anggraini

Program Studi Pengelolaan Konversi dan Acara, Politeknik Wilmar Bisnis, Indonesia

Email: juni.ginting@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan pariwisata sangat erat kaitannya dengan peningkatan wisatawan dalam negeri maupun wisatawan internasional. Danau Toba merupakan salah satu objek wisata yang sudah dikenal oleh wisatawan dalam negeri maupun wisatawan internasional. Pelaksanaan event olahraga F1 Powerboat Lake Toba 2023 diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata Danau Toba. Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah sport event berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan?. Penelitian ini menggunakan riset eksplanatori, dan data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 188 wisatawan domestik yang berkunjung pada event F1 Powerboat Lake Toba 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel event olahraga berpengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung kembali dan juga memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap minat berkunjung kembali melalui keputusan berkunjung. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, diharapkan Pemerintah Kabupaten Toba dan Dinas Pariwisata setempat dapat meningkatkan promosi dan memberikan rasa aman dan nyaman wisatawan selama melakukan kunjungan ke daerah sekitar Danau Toba. Melalui kerjasama dengan pelaku usaha pariwisata diharapkan dapat mengoptimalkan aneka ragam daya tarik wisata melalui kerjasama dengan agen wisata dalam membuat inovasi dan meningkatkan kreativitas dalam merangkai sebuah event olahraga.

Kata kunci: *Event Olahraga, Keputusan Berkunjung, Minat Berkunjung Kembali*

Abstract

Tourism growth is closely related to the increase in domestic and international tourists. Lake Toba is a tourist attraction that is well known to domestic and international tourists. The implementation of the F1 Powerboat Lake Toba 2023 sports event is expected to increase tourist visits to the Lake Toba tourists attraction. The formulation of the problem in this research is whether sport event influence tourists interest in returning to visit? This research uses explanatory research, and data was obtained from distributing questionnaires to 188 domestic tourists who visited the F1 Powerboat Lake Toba 2023 event. The results of the research show that the sporting event variable has a direct influence on interest in returning to visit and also has an indirect influence on interest in returning to visit through the decision to visit. Based on the results of research that has been carried out, it is hoped the TOba Regency Government and the local Tourism Office can increase promotion and provide tourists with a sense of security and comfort during visits to the area around Lake Toba. Through collaboration with tourism business actors, it is hoped that we can optimize various tourist attraction through collaboration with tourism agents in making innovations and increasing creativity in organizing a sporting event.

Keywords: *Sports Event, Decision to Visit, Interest in Returning*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah negara yang terletak di garis khatulistiwa bumi. Sebagai sebuah negara maritime yang merupakan gabungan dari beberapa pulau, Indonesia memiliki wisata alam danau vulkanik terbesar dengan keindahan dan memiliki sumber daya hayati yang tinggi. Letak yang sangat dimanfaatkan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah untuk mengembangkan dan memperkenalkan keindahan alam Indonesia ke dunia internasional.

Menurut Higgins (2017:74) event pariwisata adalah perencanaan sistematis, pengembangan dan pemasaran event yang direncanakan sebagai tempat wisata dan untuk keuntungan mereka dalam memasarkan tempat, membentuk citra dan pengembangan. Selain itu, Noor (2009:90) event adalah sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting, baik secara individu atau kelompok. Event adalah suatu atraksi yang bisa berupa tradisi, olahraga, budaya, ritual agama, dan perayaan tertentu. Menurut Yoeti (2002:165) berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya industri wisata sangat tergantung pada atraksi (attraction), aksesibilitas (accessibility), dan fasilitas (amenities). Menurut Getz (2008:404) event adalah sesuatu terjadi, kejadian, sebagai suatu hasil atau bagian dari berbagai kegiatan.

Kabupaten Toba adalah salah satu dari beberapa daerah yang menjadi destinasi wisata di Provinsi Sumatera Utara yang memiliki banyak objek wisata yang perlu

dikembangkan guna dijadikan sebagai peluang untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Setiap daerah memiliki potensi wisata yang berbeda-beda tergantung bagaimana pemerintah, pihak swasta dan masyarakat mengelola potensi tersebut menjadi objek wisata yang menarik dan mengundang banyak wisatawan yang berkunjung. Jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung sangat berdampak pada pengembangan pariwisata dan pendapatan asli daerah baik wisatawan domestic maupun mancanegara.

Menurut Peter dan Olson (2013:163) pengambilan keputusan konsumen adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Keputusan berkunjung dalam penelitian ini merupakan konsep yang disamakan dengan keputusan konsumen dalam hal pembelian. Menurut Sangaji dan Sopiah (2013:123) pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran.

Pengalaman yang konsumen peroleh dari suatu produk dengan merek tertentu akan menimbulkan kesan positif terhadap produk tersebut dan konsumen akan melakukan pembelian ulang (Hellier et al, 2003:1780). minat pembelian kembali merupakan bentuk perilaku positif pasca melakukan pembelian, dalam kondisi ini konsep minat berkunjung kembali disamakan dengan minat pembelian kembali. Minat berkunjung kembali adalah bentuk kepedulian wisatawan mengenai destinasi berdasarkan pengalaman sebelumnya (Mckercher dan Wong 2004). minat berkunjung kembali adalah suatu niat yang mengacu pada kesediaan wisatawan untuk mengunjungi tujuan yang sama (Um;Chon;Ro;2006:1155). Butcher (2005:130) berpendapat bahwa minat konsumen untuk membeli ulang adalah salah satu ukuran dari keberhasilan dari suatu perusahaan, terutama perusahaan jasa.

Danau Toba merupakan danau terbesar di Sumatera Utara yang memiliki keindahan dan sejarah bagi Indonesia khususnya Sumatera Utara. Perkembangan jaman, menjadikan Danau Toba semakin dikenal di dunia internasional. Perkembangan wisata disekitar Danau Toba menjadikan Danau Toba menjadi sorotan dunia dalam melaksanakan berbagai kegiatan internasional. Event F1 Powerboat Lake Toba 2023 merupakan salah satu perkembangan industri pariwisata di Danau Toba. Menurut Yoeti (2002:114), event berfungsi sebagai edukasi wisatawan dengan cara menampilkan budaya atau kebiasaan masyarakat setempat dalam kehidupan sehari-hari. Event olahraga yang sudah dilaksanakan di Danau Toba dapat menciptakan persepsi positif pada setiap pengunjung maupun atlet yang mengikuti event F1 Powerboat Lake Toba 2023 sehingga dapat menstimulus keputusan berkunjung dan menciptakan rasa suka dan mendorong untuk menjelajahi lebih lanjut mengenai daya tarik di Kabupaten Toba, khususnya daerah di sekitar Danau Toba yang dampaknya pada membentuk sikap minat untuk berkunjung

kembali.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner pada wisatawan domestik yang berkunjung pada event F1 Powerboat Lake Toba 2023. Variabel yang diteliti adalah event olahraga, keputusan berkunjung dan minat berkunjung kembali. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 188 responden, yang diambil pada beberapa tempat event F1 Powerboat Lake Toba 2023 dilaksanakan. Jenis sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, dan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis dalam penelitian menggunakan analisis path dan analisis deskriptif.

Berikut adalah rumusan hipotesis yang berkaitan dengan model hipotesis:

H1: Event Olahraga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung

H2: Keputusan berkunjung berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung

H3: Event Olahraga berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan dari 188 responden 68,7% berjenis kelamin laki-laki dan 31,2% berjenis kelamin perempuan. Jumlah terbesar responden berasal dari Kota Medan Medan sebanyak 70,6% atau sebanyak 136 orang sedangkan sisanya tersebar dari Kota Binjai, Tebing Tinggi, Kabupaten Karo dan juga dari DKI. Jakarta. Responden dalam penelitian ini tercatat dari usia termuda 20 tahun hingga usia tertua 50 tahun, dan jumlah terbesar pada usia 26 tahun sebanyak 23 orang. Secara garis besar responden dalam penelitian ini mencatat wisatawan yang berkunjung ke event F1 Powerboat Lake Toba 2023 memiliki tingkat pendidikan terakhir sebagai Sarjana (S1).

Wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini menyebutkan sangat tertarik untuk mengikuti event F1 Powerboat Lake Toba 2023 yang merupakan event olahraga internasional yang dilaksanakan di Kabupaten Toba. Secara garis besar responden pada penelitian sudah pernah melakukan perjalanan ke Danau Toba lebih dari 2 kali.

Variabel event memiliki tiga indikator dengan nilai rata-rata masing-masing attraction (4,84), accessibility (3,71) dan amenities (3,45). struktur keputusan berkunjung

merupakan indikator dari variabel keputusan berkunjung dengan nilai rata-rata sebesar (4,18). transaksional, referensial, preferensi dan eksploratif merupakan indikator dari variabel minat berkunjung kembali. Empat indikator tersebut memiliki nilai rata-rata masing-masing sebesar: transaksional (4,69), referensial (2,62), preferensi (2,70) dan eksploratif (4,72).

B. Hasil Analisis Path

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Path

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Beta	t_{hitung}	Probabilitas	Ket
Event	Keputusan Berkunjung	0,608	7,228	0,000	Sig
Keputusan Berkunjung	Minat Berkunjung Kembali	0,581	5,558	0,000	Sig
Event	Minat Berkunjung Kembali	0,482	3,224	0,024	Sig

1. Koefisien Jalur Event Olahraga Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengaruh variabel event olahraga terhadap keputusan berkunjung memiliki koefisien beta sebesar 0,608, t_{hitung} sebesar 7,228 dengan probabilitas sebesar 0,000. Nilai probabilitas pada hasil analisis lebih kecil dari 0,05 ($p < \alpha$), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Sehingga, hipotesis pertama pada penelitian ini menyatakan bahwa variable event memiliki pengaruh signifikan terhadap variable keputusan berkunjung (H_1) diterima.

2. Koefisien Jalur Keputusan Berkunjung Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Pengaruh variable Keputusan berkunjung terhadap minat berkunjung kembali memiliki koefisien beta sebesar 0,581 dengan t_{hitung} sebesar 5,558 dan probabilitas sebesar 0,000. Nilai probabilitas pada hasil analisis lebih kecil dari 0,05 ($p < \alpha$), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Sehingga, hipotesis kedua pada penelitian ini menyatakan bahwa variable Keputusan berkunjung memiliki pengaruh signifikan terhadap variable Keputusan berkunjung (H_2) diterima.

3. Koefisien Jalur Event Olahraga Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Pengaruh variable event olahraga terhadap minat berkunjung kembali memiliki

koefisien beta 0,482 dan t hitung sebesar 3,224 dengan probabilitas sebesar 0,024. Nilai probabilitas pada hasil analisis lebih kecil dari 0,05 ($p < \alpha$), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Sehingga, hipotesis pada penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa variable event olahraga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variable minat berkunjung kembali (H_3) diterima.

C. Pengaruh Event Olahraga Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil analisis path menunjukkan bahwa pengaruh secara langsung variable event olahraga memiliki pengaruh signifikan terhadap variable Keputusan berkunjung dengan kontribusi sebesar 0,608 (60,8%). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh event olahraga yang positif.

Danau Toba mempunyai potensi sumber daya alam yang baik sebagai daya tarik, sehingga dapat digunakan sebagai venue untuk menjadi tuan rumah dalam event olahraga sebagai daya tarik tambahan yang mendatangkan kunjungan wisata yang tinggi (Getz dan Page 2015:8).

D. Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil analisis path menunjukkan bahwa pengaruh secara langsung variable keputusan berkunjung memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali dengan nilai kontribusi sebesar 0,581 (58,1%). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh keputusan berkunjung secara positif. Objek wisata Danau Toba sebagai salah satu destinasi wisata di Indonesia dapat memberikan pengalaman yang positif terhadap wisatawan yang pernah berkunjung, dan memiliki peluang yang cukup tinggi untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini mendukung pendapat ahli dari Kotler dan Armstrong (2008:240) yang menyatakan pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan, dan pada saat itu pula membentuk minat untuk membeli produk yang disukai.

E. Pengaruh Event Olahraga Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil analisis path maka dapat disimpulkan bahwa event olahraga merupakan salah satu variable yang memberikan pengaruh signifikan pada wisatawan yang pernah berkunjung ke Danau Toba membentuk minat berkunjung kembali. Dampak pengalaman wisatawan saat berkunjung, memberikan kesan positif dan kenangan yang tidak terlupakan sehingga membentuk keinginan untuk datang kembali atau melakukan kunjungan kembali.

Penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian dari Kuusik, et al (2014:268) yang hasil penelitiannya menyatakan event tertentu memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali pada event tersebut.

SIMPULAN

Variable event olahraga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menandakan wisatawan menggunakan variabel event olahraga sebagai bahan pertimbangan berkunjung ke Danau Toba.

Variable Keputusan berkunjung memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan wisatawan merasa senang sehingga ada kecenderungan untuk membentuk minat berkunjung kembali ke Danau Toba.

Variable event olahraga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hal tersebut membuktikan bahwa wisatawan merasa puas dan nyaman selama melakukan kunjungan ke wisata Danau Toba. Sehingga wisatawan ingin melakukan atau mengunjungi kembali ke Danau Toba.

DAFTAR PUSTAKA

- Damster, Greg and Dimitri Tassiopoulos. 2005. *Event Management: A Professional and Development Approach*. 2nd Edition. Lansdowne: Juta Academic.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya Offset.
- Dredge, Dianne and John Jenkins. 2007. *Tourism Planning and Policy*. 1st Edition. New York: Cognizant Communication.
- Getz, Donald. 2008. *Event Tourism: definision, evolution, and research*. *Tourism Managemnt*. Vol 29, pp 403-428
- Getz, Donald dan Page, Stephen J. 2015. *Progress and prospects for event tourism research*. *Tourism Management*. Vol xxx, pp 1-39.
- Higgins, Freya. 2017. *Event Tourism and Event Imposition: A Critical Case Study From Kangaroo Island, South Australia*. *Journal Tourism Management*, Vol. 64. Pp. 73-86.
- Hoyle, Leonard H. 2002. *Event marketing How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions and Expositions*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kuusik, Andres., Nilbe, Kati., Mehine, Tanel., Ahas, Rein. 2014. *Country as a free sample: the ability of tourism events to generate repeat visits. Case study with mobile positioning data in Estonia*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Vol.148, pp 262-270.

Noor, Any. 2009. Manajemen Event. Bandung: CV Alfabeta.

Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2013. Perilaku KOnsumen dan Strategi Pemasaran. Ahli Bahasa: Diah Tantri Dwiandani. Edisi 9. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Yoeti, Oka. 2002. Perencanaan strategei pemasaran daerah tinjauan wisata. Bandung: PT Angkasa.