

Pengaruh Harga Tiket Masuk Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Tur Ma'asering Kumelembuay Kota Tomohon

Norma Yunita Tulong
Sandra Asaloei
Aneke Punuindoong

*Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sam Ratulangi
tulongyunita@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of entrance ticket prices on tourists' decision to visit Tur Ma'asering. The research was carried out with a quantitative approach using a survey through a questionnaire. The sample was taken from 80 respondents using a simple random sampling method. The data were analyzed using simple linear regression to test the relationship between admission price variables and visiting decisions. The results of the study show that the price of entrance tickets has a significant effect on the decision to visit tourists. As much as 75.9% of tourists' decisions are influenced by the price of entrance tickets.

Keyword: Entrance Ticket Prices, Visiting Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga tiket masuk terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Tur Ma'asering. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan survei melalui kuesioner. Sampel diambil dari 80 responden dengan metode simple random sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara variabel harga tiket masuk dan keputusan berkunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket masuk berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sebanyak 75,9% keputusan wisatawan dipengaruhi oleh harga tiket masuk.

Kata Kunci: Harga Tiket Masuk, Keputusan Berkunjung

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan aktivitas bepergian baik dilakukan individu atau rombongan untuk tujuan yang beragam, untuk pendapatan ataupun rekreasi. Tujuan dari aktivitas ini untuk melihat, edukasi, dan secara langsung mengalami semua hal yang berada di luar lingkungannya, serta memenuhi kebutuhan mendesak untuk menemukan keindahan budaya atau alam yang indah dan beragam. Atas dasar tersebut, seseorang akan berinisiatif untuk melakukan perjalanan wisata (Widyastuty & Dwiarta, 2021).

Keputusan berkunjung merupakan proses evaluasi yang dilakukan oleh wisatawan sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi. Proses ini melibatkan berbagai pertimbangan, seperti daya tarik destinasi, harga, fasilitas, ulasan dari pengunjung lain, serta promosi yang ditawarkan. Keputusan berkunjung sangat dipengaruhi oleh daya tarik unik dari destinasi, harga tiket masuk, fasilitas yang tersedia, serta rekomendasi dari orang lain. Faktor eksternal seperti media sosial dan ulasan pengunjung sebelumnya juga memainkan peran penting dalam membentuk minat berkunjung. Keputusan ini adalah hasil akhir dari interaksi antara preferensi individu dan stimulus yang diterima dari destinasi. (Syamsul Huda dan Jalal Ikhwan 2023).

Harga merupakan alat tukar dan menjadi bagian penting bagi produsen atau perusahaan. Harga tiket adalah harga yang ditukarkan untuk tiket. Pada bidang pariwisata minat berwisata dapat dipengaruhi oleh

harga tiket yang ditawarkan, wisatawan akan memperhitungkan harga tiket sebelum mengunjungi objek wisata (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020; Renanita, 2015).

Dengan lokasi geografis yang langsung berbatasan dengan Asia Timur dan Pasifik, Sulawesi Utara menjadi pintu gerbang strategis menuju kawasan Asia Pasifik. Keunggulan posisi geografis ini menjadikan provinsi ini sebagai salah satu wilayah penting untuk pengembangan sektor pariwisata, ekonomi, dan investasi di Indonesia. Salah satu langkah yang diambil oleh pemerintah Sulawesi Utara untuk mempromosikan potensi daerahnya adalah membuka jalur penerbangan langsung Manado-Cina. Inisiatif ini bertujuan untuk memperkenalkan kekayaan alam, keberagaman budaya, serta harmoni antar suku dan agama yang ada di provinsi ini kepada wisatawan. Dengan keindahan alam yang memukau, Sulawesi Utara menarik minat wisatawan domestik maupun internasional. Salah satu destinasi wisata unggulan adalah *Tuur Ma'asering Kumelembuay* yang terletak di Kota Tomohon.

Destinasi pariwisata favorit di Sulawesi Utara yang dikenal memiliki banyak tempat wisata khususnya yang berbasis pertanian (agrowisata) adalah Kota Tomohon, dengan peluang yang cukup besar untuk meningkatkan perekonomian melalui peningkatan sektor pariwisata dengan pengembangan objek wisata di Kota Tomohon. Peluang yang cukup besar untuk meningkatkan perekonomian melalui peningkatan sektor pariwisata dengan pengembangan objek wisata di Kota Tomohon.

Salah satu objek wisata yang menarik serta memiliki potensi yakni *Tuur Ma'asering* yang berlokasi di Kelurahan Kumelembuay, Kota Tomohon, Sulawesi Utara. Objek wisata ini mulai beroperasi sejak Oktober 2022 menawarkan pemandangan dan suasana alam indah yang dikelilingi pohon aren yang masyarakat Minahasa menyebutnya sebagai pohon penghasil sagueer, gula aren dan captikus, bahkan pengunjung dapat melihat langsung proses penyulingan captikus yaitu minuman khas Minahasa yang berasal dari hasil penyulingan air nira atau yang dikenal dengan Sagueer bagi masyarakat Minahasa, serta pengunjung dapat langsung menikmati minuman tersebut dengan cara menukarkan tiket masuk untuk 1 pilihan minuman (captikus atau sagueer).

Objek Wisata *Tuur Ma'asering* juga mempunyai café yang menyediakan berbagai hidangan khas Minahasa mulai dari cemilan sampai makanan berat. Fasilitas yang ditawarkan di *Tuur Ma'asering* cukup lengkap, termasuk area parkir, toilet bersih, live music, dan berbagai spot foto menarik yang memanfaatkan keindahan alam sekitarnya. Dan juga pelayanan yang ramah terhadap wisatawan juga memberi pengalaman yang baik untuk wisatawan yang berkunjung di *Tuur Ma'asering Kumelembuay Kota Tomohon*. Potensi tersebut harus dioptimalkan agar bisa memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat Kota Tomohon, khususnya masyarakat yang berada pada sekitaran Kelurahan Kumelembuay.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga Tiket

Harga tiket masuk merupakan salah satu faktor yang sangat memengaruhi minat wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Menurut harga merupakan elemen penting dalam keputusan konsumen, di mana konsumen cenderung membandingkan harga dengan manfaat yang mereka peroleh. Dalam konteks pariwisata, harga tiket masuk yang kompetitif dapat meningkatkan daya tarik suatu destinasi, sementara harga yang terlalu tinggi bisa menurunkan minat kunjungan wisatawan, terutama wisatawan dengan anggaran terbatas.

Menurut Kotler dan Keller (2016), harga tiket masuk memiliki beberapa implikasi penting. Konsumen, dalam hal ini wisatawan, cenderung menilai harga tiket masuk berdasarkan manfaat atau pengalaman yang mereka peroleh di destinasi wisata tersebut. Jika harga dianggap sepadan dengan pengalaman yang diharapkan, minat kunjungan cenderung meningkat

Menurut Kotler dan Amstrong (2012: 278) dalam Sirait (2017) ada empat indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Keterjangkauan harga, merupakan kemampuan daya beli konsumen atas produk yang dibelinya.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, kualitas produk yang diperoleh sebanding dengan atau bahkan lebih besar dari nilai uang yang dikeluarkan.
3. Daya saing harga, kemampuan dalam menentukan harga yang didapat dengan harga produk yang lain

4. Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang dibelinya.

Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung adalah hasil dari proses evaluasi yang dilakukan wisatawan sebelum memilih untuk mengunjungi suatu destinasi. Proses ini mencakup pertimbangan berbagai faktor, seperti daya tarik destinasi, harga, fasilitas, promosi, dan ulasan dari pengunjung lain (Kotler & Keller, 2016). Dalam penelitian pariwisata, keputusan berkunjung sering dianggap sebagai perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh aspek emosional, sosial, dan ekonomi.

Keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh interaksi antara faktor psikologis dan sosial, seperti pengalaman sebelumnya, kepuasan terhadap destinasi yang sudah dikunjungi, serta pengaruh dari rekomendasi teman atau keluarga (Tanjung et al. 2022). Keputusan ini juga dapat dipengaruhi oleh media sosial dan ulasan yang dibagikan oleh pengunjung lain, yang dapat meningkatkan atau menurunkan minat berkunjung.

Menurut Kotler (2005) dalam Nabila (2019) indikator keputusan berkunjung adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan Proses Berkunjung. Kebutuhan dimulai saat pembeli mengenali masalah atau kebutuhan, yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal misalnya dorongan memenuhi rasa lapar, haus yang mencapai ambang batas tertentu.
2. Pencarian Informasi Pengunjung. Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak.
3. Evaluasi Alternatif Pengunjung. Sikap konsumen yang beragam dalam memandang atribut yang relevan dan penting menurut manfaat yang mereka cari. Kumpulan keyakinan atas merek tertentu membentuk citra merek, yang disaring melalui dampak persepsi selektif, distorsi selektif dan ingatan selektif.
4. Keputusan Berkunjung. Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Faktor sikap orang lain dan situasi yang tidak dapat diantisipasi yang dapat mengubah niat pembelian termasuk faktor-faktor penghambat pembelian. Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen dapat membuat lima sub keputusan pembelian, yaitu: keputusan merek, keputusan pemasok, keputusan kuantitas, keputusan waktu dan keputusan metode pembayaran.
5. Perilaku Pasca Berkunjung. Para pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian dan pemakaian produk pasca pembelian, yang tujuan utamanya adalah agar konsumen melakukan pembelian ulang.

Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Faoziyah, Setiadi, dan Sucipto (2022)	Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari	Dalam uji penelitian didapatkan dengan t hitung harga sebesar 3,065 > tabel 0,1660 dengan nilai signifikan 0.003. Dalam uji penelitian di dapatkan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung dengan thitung sebesar 5,196 > ttabel 0,1660 dengan nilai signifikansi 0,000.
2.	Bolang, Mananeke dan Lintong (2021)	Pengaruh Electronic Word of Mouth, & Lokasi dan Harga terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Desa Warembungan	Kesimpulan penelitian ini adalah Electronic Word of Mouth secara parsial memberikan signifikansi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan survei melalui kuesioner. Sampel diambil dari 80 responden dengan metode simple random sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara variabel harga tiket masuk dan keputusan berkunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koefisien Korelasi

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Korelasi

	Harga Tiket	Keputusan Berkunjung
Harga Tiket	1	0,849
Keputusan Berkunjung	0,849	1

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil pengujian, nilai korelasi antara harga tiket dan keputusan berkunjung adalah 0,849 sehingga dapat disimpulkan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang sangat kuat.

Analisis Regresi Linear Sederhana dan Uji T

Tabel 3 Regresi Linear Sederhana dan Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.668	1.787		7.087	<,001
	Testimoni Pelanggan	.875	.053	.849	16.415	<,001

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhananya yaitu: $Y = 12.668 + 0,857X$, dimana $Y =$ Keputusan Berkunjung dan $X =$ Harga Tiket.

Selain itu, pengujian hipotesis uji t dilakukan dengan melihat nilai signifikan $<0,05$. Pada table di atas terlihat nilai signifikansi $<0,05$, sehingga menunjukkan bahwa harga tiket berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Pembahasan

Dari penelitian yang telah didapatkan, diperoleh sejumlah responden yang sebanyak 106 orang dan 81,1% telah pergi ke wisata Tuur Ma'asering Kumelembuay lebih dari satu kali. Hal ini menandakan bahwa ada kepuasan tersendiri bagi pengunjung yang membuat pengunjung kembali lagi ke Tuur Ma'asering Kumelembuay. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa harga tiket memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan berkunjung serta memiliki pengaruh yang sangat besar yaitu 72,2 %. Hal ini menjadikan harga tiket menjadi salah satu alasan pengunjung mengunjungi wisata Tuur Ma'asering Kumelembuay.

Dari hasil analisis, terlihat harga tiket juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian oleh Faoziyah dkk. (2022), yang menyimpulkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Namun hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kalalo dkk. (2022), yang juga menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung. Perbedaan ini bisa dan wajar terjadi dan dipengaruhi oleh

banyak hal, misalnya banyaknya tempat wisata serupa yang memiliki harga yang tidak jauh berbeda antara lain sehingga harga tidak menjadi bahan pertimbangan pengunjung untuk mengunjungi suatu tempat.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis regresi linier sederhana, harga tiket memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Tuur Ma'asing Kumelembuay. Berdasarkan uji koefisien korelasi menunjukkan harga tiket memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan berkunjung serta berdasarkan hasil uji koefisien determinan harga tiket memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan berkunjung di Tuur Ma'asing Kumelembuay.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatikhatun F., dkk. (2022) Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari. *Jurnal Manajemen dan Kewarganegaraan* 6, 4801- 4810.
- Gomez, P., & Gallego, R. (2016). *Tourism Pricing Strategies: Balancing Cost and Value in Destination Marketing*. *Journal of Tourism Economics*.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw- Hill.
- Helena Sirait. (2017). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan*.
- Heri, S. (2011). *Pengembangan Pariwisata: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Masitah. (2019). *Pengelolaan Pariwisata dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Lokal*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Middleton dan Clarke (2001) Middleton, V. T., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Noftaruli, B., & Winata, E. (2021). Pengaruh Harga Tiket Masuk Dan Publisitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Tjong A Fie Mansion. 3(2), 1– 23.
- O. Ambitan., S. L. H. V. J. Lopian., J. G. Poluan (2023) Pengaruh Faktor Harga, Citra Wisata, Pysical evidence dan Overall Satisfaction Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan pada Objek Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*. 11(1),1283-1294
- Oci Nabila. (2019). Pengaruh Harga Tiket Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Istana Maimun. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*
- Pradikta, P. (2013). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Sumber Daya Alam dan Budaya Lokal. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*.
- Rahayu, S. (2015) *Manajemen Pariwisata: Strategi dan Implementasi Harga dalam Industri Wisata Bandung*: Alfabeta.
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial , Daya Tarik, Harga Tiket , dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125–136.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A SkillBuilding Approach*. Wiley.
- Stella N. A. Kalalo., S. Moniharapon., F.V. Arie (2022) Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Camp James Remboken. *Jurnal EMBA* 10(4), 382-392.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsul Huda & Jalal Ikhwan. (2023). Pengaruh Harga Tiket terhadap Minat Berkunjung di Pantai Caruban. *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan VIII, November 2023*.
- Tanjung, H., et al. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Manajemen Pariwisata*. Undang - Undang RI No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

- Vebriana F. S. Sari (2020) Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 08(1) 723-729.
- Widyastuty, M., & Dwiarta, I. (2021). *Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yolanda F., DKK (2024). Pengaruh Harga Tiket, Biaya Promosi, dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Retribusi Pendapatan Pariwisata (Studi Kasus di Pantai Randusanga Indah Brebes). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 3 (4) 187-207.