

## ANALISIS MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE PADA MASA COVID-19 DI OBJEK WISATA AIR DINGIN BATU GADANG PADANG

RAIYAN RASAKI SYAFRIZAL<sup>1</sup>, DWI PRATIWI WULANDARI<sup>2\*</sup>

Universitas Negeri Padang<sup>1,2</sup>

email: Raiyan.rasaki@gmail.com<sup>1</sup>, dwipratiwi@fpp.unp.ac.id<sup>2</sup>

**Abstrak:** Salah satu hal yang mendasari penelitian ini untuk mengetahui analisis *memorable tourism experience* pada masa covid-19 di objek wisata Air Dingin Batu Gadang Padang. Jenis Penelitian Ini deskriptif kuantitatif yang memakai metode *survey*. Terdapat 5.120 populasi dalam penelitian ini dan sampel berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang diaplikasikan pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling berupa purposive sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan analisis *memorable tourism experience* pada masa covid-19 berdasarkan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada masa Covid-19 *memorable tourism experience* di Objek Wisata Air Dingin Batu Gadang Padang secara keseluruhan dinilai cukup baik yaitu 47%. Sedangkan pada indikator *hedonism* berada dalam dinilai angka cukup baik yaitu 52%.

**Kata Kunci :** *Memorable, Tourism Experience, Covid*

**Abstract:** One of the purpose of this research is to find out the analysis of the memorable tourism experience during the COVID-19 period in the tourism object of Air Dingin Batu Gadang Padang. The type of research is quantitative descriptive using a survey method. There are 5,120 populations in this study and a sample of 100 respondents. The sampling technique applied in this study used non-probability sampling in the form of purposive sampling. The results of this research show an analysis of the memorable tourism experience during the Covid-19 period. The results of this study indicate that the Analysis of the Memorable tourism Experience During the Covid-19 Period at the tourism object of Air Dingin Batu Gadang Padang overall is in the category of good enough, that is in 47%.

**Keywords:** *Memorable, Tourism Experience, Covid*

### A. Pendahuluan

Pariwisata adalah sektor yang mempunyai potensi dan memberikan dampak yang bisa untuk memacu pertumbuhan ekonomi dan sekaligus sebagai penyumbang devisa negara terbesar pada saat ini. Industri ini juga bisa menambah income bagi suatu negara terutama dari kunjungan dari para pelancong. Menurut [1], "Pariwisata yaitu suatu perjalanan dimana berupa rencana yang telah disusun untuk mengunjungi suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan yaitu mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata". Menurut [2] Acuan suatu kegiatan Pariwisata Berkelanjutan, "Pariwisata adalah bentuk dari macam kegiatan wisata dan support oleh beberapa fasilitas serta pelayanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah". Setiap pengunjung saat melakukan kegiatan pariwisata mempunyai tujuan untuk mendapat kan kesenangan dari kegiatan berwisata itu sendiri. Menurut [3] Kegiatan wisata itu merupakan dimana kegitan nya ditujukan untuk meningkatkan visa nasional dalam rangka meningkatkan pendapatan dan lapangan kerja baru bagi rakyat serta, mendorong untuk pengembangan suatu daerah sekaligus untuk memperkenalkan suatu kebudayaan dan daerah tersebut kepada para wisatawan yang akan berkunjung nantinya di suatu objek wisata tersebut. Kegiatan wisata bisa menghasilkan kegiatan konsumsi serta sebagai lahan untuk investasi dan juga kegiatan produksi barang dan jasa.

Menurut [4] apabila wisatawan telah mendapatkan keempat dari indikator memorable tourism experience tersebut maka akan menjadi bagian dari ingatan para wisatawan yg sudah berkunjung dan akan terus diingat oleh wisatawan dalam kurun waktu yang lama. Menurut McCormick, [5] mengemukakan komponen pengukur *memorable tourism experience: Hedonism, Novelty, Refreshment, Meaningfulness, Knowledge*

## B. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif dimana data yang digunakan adalah data kuantitatif [6]. Teknik dan cara untuk mengumpulkan datanya yaitu dengan cara membagikan angket yang terdiri dari lima pilihan jawaban. Kuesioner yang diisi oleh responden, telah melalui uji realibilitas dan uji validitas. Metode Kuantitatif dipahami sebagai suatu metode yang didasarkan pada filosofi positivis, digunakan untuk meneliti suatu populasi, mengumpulkan data dengan instrument penelitian, menganalisa data kuantitatif/statistik dengan tujuan mendeskripsikan serta melakukan uji hipotesis yang telah ditetapkan [7]. Pada penelitian ini terdapat variabel tunggal yaitu "analisis *memorable tourism experience*". Populasi penelitian ini yaitu wisatawan yang sedang dan yang telah berkunjung di objek wisata air dingin batu gadang. Jumlah total sampel yaitu 100 responden, dengan cara sampel *probability sampling*. Dengan cara analisis deskriptif yaitu mengkategorikan jawaban responden ke dalam lima kategori.

## C. Hasil dan Pembahasan

### Hasil Penelitian

#### 1. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasilnya menunjukkan 79,32% respon dari laki-laki dan 20,68% respon dari wanita karakteristik dari responden menurut jenis kelamin bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	55	45
2	Perempuan	45	45
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

#### 2. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Umur

Hasil penelitian menunjukkan 65% pengunjung dengan usia 21 - 30 tahun, 20% pengunjung dengan usia 31 - 40 tahun, 15% pengunjung dengan usia 41 - 50 tahun karakteristik pengunjung dari segi umur bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Umur**

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	21-30	65	65
2	31-40	20	20
3	41-50	15	15
4	>51	0	0
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

#### 3. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 25% pengunjung dengan profesi sebagai PNS, 30% pengunjung dengan profesi sebagai Ibu rumah tangga, 15% responden adalah mahasiswa, 10% bekerja sebagai pegawai swasta, dan 20% nya bekerja di bidang lain, karakteristik pengunjung berdasarkan pekerjaan dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pegawai Negeri	25 Orang	25
2.	IRT	30 Orang	30
3.	Mahasiswa	15 Orang	15
4.	Pegawai Swasta	10 Orang	10

5.	Lain-lain	20 Orang	20
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

#### 4. Karakteristik Pengunjung berdasarkan Informasi Tentang Daya Tarik

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 43% responden berkunjung melalui informasi dari teman/keluarga, 57% responden berkunjung melalui informasimedia sosial, Karakteristik responden berdasarkan Informasi Daya Tarik dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Informasi Tentang Daya Tarik**

No	Kunjungan	Jumlah	Persentasi(%)
1.	Brosur Wisata	0	0
2.	Television	0	0
3.	Teman/Keluarga	43	43
4.	Media Sosial	57	57
5.	Radio	0	0
6.	Lainya	0	0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

#### 5. Karakteristik Pengunjung berdasarkan Alasan Berwisata

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 11% responden berkunjung karena alasan relaksasi, 49% responden berkunjung karena rekreasi, 37% responden berkunjung karena keindahan alam, 3% responden berkunjung karena lokasi strategis Karakteristik pengunjung berdasarkan alasan berwisata bisa dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Informasi Tentang Daya Tarik**

No	Alasan Berwisata	Jumlah	Persentasi(%)
1.	Relaksasi	11	11
2.	Rekreasi	49	49
3.	Keindahan alam	37	37
4.	Lokasi strategis	3	3
5.	Lainnya	0	0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

#### 6. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Asal Daerah

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 83% responden berasal dari kota padang, 17% responden berasal dari luar kota padang dalam sumbar, Karakteristik pengunjung berdasarkan asal daerah dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 6. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Daerah Asal**

No	Kunjungan	Jumlah	Persentasi(%)
1.	Kota Padang	83	83
2.	Luar kota Padang	17	17
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

#### 7. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Dengan Siapa Berwisata

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 5% responden berkunjung sendiri, 76% responden berkunjung bersama teman, 15% responden berkunjung bersama pasangan, 4% responden berkunjung bersama keluarga. Karakteristik responden berdasarkan dengan siapa berwisata dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 7. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Dengan Siapa Berwisata**

No	Kunjungan	Jumlah	Persentasi(%)
1.	Sendiri	5	5
2.	Teman	76	76
3.	Pasangan	15	15
4.	Keluarga	4	4
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

**1.Deskripsi Data Analisis Memorable Tourism Experience pada masa Covid 19 di objek wisata Air Dingin Batu Gadang Padang.**

Dilihat dari tabel diatas, secara umum tinjauan pelaksanaan protokol kesehatan pada pintu masuk, tergolong pada indikator kurang baik. Dari tujuh pertanyaan yang diajukan diketahui skor tingkat capaian responden, sebesar 53,37 dengan kategori tidak baik.

**Tabel 8.Variabel Memorable Tourism Experience**

Kategori	Rentang skor	F	%
Sangat baik	40,05	9	9
Baik	32,83 – <40,05	42	42
<b>Cukup baik</b>	<b>26,66 – 32,83</b>	<b>47</b>	<b>47</b>
Buruk	19,99 – < 26,66	2	2
Sangat buruk	19,99	0	0
Jumlah		100	100

Sumber :Hasil Pengolahan Data SPSS,2022

Dari tabel di atas mengenai *Memorable Tourism Experience* sebanyak 0% pengunjung dengan nilai sangat baik, 42% pengunjung dengan nilai baik, 47% pengunjung menilai cukup baik, 2% rmpengunjung menilai dan 0% pengunjung menilai sangat buruk. Dapat disimpulkan pada variabel *Memorable Tourism Experience* dikategorikan cukup baik. Deskripsi data mengenai *Memorable Tourism Experience* berdasarkan indikator dapat diuraikan sebagai berikut:

**a.Indikator Hedonism (Hedonisme)**

**Tabel 9. Anasilis Memorable Tourism Experience pada indikator Hedonism (Hedonisme)**

Kategori	Rentang skor	F	%
Sangat baik	7,995	25	25
Baik	6,665 - 7,995	19	19
<b>Cukup baik</b>	<b>5,335 - 6,665</b>	<b>52</b>	<b>52</b>
Buruk	4,005 - 5,335	2	2
Sangat buruk	4,005	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas Analisis Memorable Experience dari indikator Hedonism (hedonisme) menilai sangat baik 25% pengunjung, menilai baik 19% pengunjung, menilai cukup baik 52% pengunjung, menilai buruk 2% pengunjung, menilai sangat buruk 2% pengunjung. Dapat disimpulkan pada indikator *hedonism* dikategorikan cukup baik.

**b.Indikator Refreshment (Penyegaran)**

**Tabel 10. Anasilis Memorable Tourism Experience pada indikator Refreshment (Penyegaran)**

Kategori	Rentang skor	F	%
Sangat baik	7,995	30	30
Baik	6,665 - 7,995	2	2

<b>Cukup baik</b>	<b>5,335 - 6,665</b>	<b>61</b>	<b>61</b>
Buruk	4,005 - 5,335	2	2
Sangat buruk	4,005	5	5
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas Analisis *Memorable Tourism Experience* dari indikator *Refresment* (penyegaran) terdapat responden yang mengatakan sangat baik 30% pengunjung menilai baik 2% pengunjung, menilai cukup baik 61% pengunjung, menilai buruk 2% pengunjung, menilai sangat buruk 5% pengunjung. Dapat disimpulkan pada indikator *Refresment* dikategorikan cukup baik.

**c.Indikator Novelty (Kebaruan)**

**Tabel 11 Analisis Memorable Tourism Experience pada indikator Novelty (Kebaruan)**

Kategori	Rentang skor	F	%
<b>Sangat baik</b>	<b>&gt; 7,995</b>	<b>39</b>	<b>39</b>
Baik	6,665 - <7,995	21	21
Cukup baik	5,335 - <6,665	38	38
Buruk	4,005 - <5,335	1	1
Sangat buruk	<4,005	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

Dari tabel di atas Analisis *Memorable Experience* dari indikator *Novelty* (kebaruan) mengatakan sangat baik 39% pengunjung, menilai baik 21% pengunjung, menilai cukup baik 38% pengunjung, menilai buruk 1% pengunjung, menilai sangat buruk 0% pengunjung . Dapat disimpulkan pada indikator *Novelty* termasuk kategori sangat baik.

**d.Indikator Meaningfulness (Kebermaknaa)**

**Tabel 12. Analisis Memorable Tourism Experience pada indikator Meaningfulness (Kebermaknaan)**

Kategori	Rentang skor	F	%
Sangat baik	7,995	29	29
Baik	6,665 - 7,995	14	14
<b>Cukup baik</b>	<b>5,335 - 6,665</b>	<b>47</b>	<b>47</b>
Buruk	4,005 - 5,335	8	8
Sangat buruk	4,005	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas Analisis *Memorable Experience* dari indikator *Meaningfulness* (kebermaknaan) menilai sangat baik 29% pengunjung, menilai baik 14% pengunjung, menilai cukup baik 47% pengunjung, menilai buruk 8% pengunjung, menilai sangat buruk 2% pengunjung. Dapat disimpulkan pada indikator *Meaningfulness* termasuk kategori cukup baik.

**e.Indikator Knowledge (Pengetahuan)**

**Tabel 13. Analisis Memorable Tourism Experience pada indikator Knowledge (Pengetahuan)**

Kategori	Rentang skor	F	%
Sangat baik	7,995	30	30
Baik	6,665 - 7,995	5	5
<b>Cukup baik</b>	<b>5,335 - 6,665</b>	<b>48</b>	<b>48</b>
Buruk	4,005 - 5,335	7	7
Sangat buruk	4,005	10	10
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas Analisis *Memorable Experience* dari indikator *Knowledge* (pengetahuan) menilai sangat baik 30% pengunjung, menilai baik 5% pengunjung, menilai cukup baik 48% pengunjung, menilai buruk 7% pengunjung, menilai sangat buruk 10% pengunjung. Dapat disimpulkan pada indikator *Knowledge* termasuk kategori cukup baik.

## Pembahasan

### 1. Analisis *Memorable Tourism Experience* Pada Masa Covid 19 di Objek Wisata Air Dingin Batu Gadang Kota Padang

Dari hasil olah data diatas disimpulkan bahwa variabel Analisis *Memorable Tourism Experience* pada masa covid 19 di objek wisata Air Dingin Batu Gadang kota Padang dikategorikan cukup baik. Belum sepenuhnya tercapai *Memorable Tourism Experience* disebabkan oleh beberapa faktor seperti *hedonism* (hedonisme) yang masih rendah, *novelty* (kebaruan) yang masih rendah, *refreshment* (penyegaran) yang masih rendah, *meaningful* (kebermaknaan) yang masih rendah dan *knowledge* (pengetahuan) yang masih rendah.

#### a. *Hedonism* (Hedonisme)

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa respon pengunjung tentang *hedonism* (hedonisme) dikategorikan cukup baik. Belum sepenuhnya tercapai *hedonism* (hedonisme) yang masih rendah. Hal ini berkaitan dengan teori Sotiriadis dan Gusroy (2016:436-439) yang menyatakan bahwa hedonisme merupakan salah satu hal penting pada kegiatan wisata dan rekreasi, pengunjung berwisata untuk menikmati tempat sebagai kesenangan tersendiri. Aspek emosional jadi komponen utama bagi pengunjung untuk datang menikmati tempat wisata untuk mendapatkan pengalaman hedonis atau pengalaman yang menyenangkan .

#### b. *Refreshment* (penyegaran)

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa respon pengunjung tentang *refreshment* (penyegaran) dikategorikan cukup baik. Hal ini berkaitan dengan teori Sotiriadis dan Gusroy (2016:436-439) yang menyatakan bahwa *refreshment* merupakan hal paling penting pada kegiatan wisata karna mampu meningkatkan daya ingat pengunjung saat atau setelah berkunjung di tempat wisata.

#### c. *Novelty* (kebaruan)

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa respon pengunjung tentang *novelty* (kebaruan) dikategorikan sangat baik. Hal ini berkaitan dengan teori Sotiriadis dan Gusroy (2016:436-439) yang menyatakan bahwa *novelty* merupakan hal penting karna setelah berwisata akan menjadi hal baru bagi pengunjung dan lebih baik dari tempat wisata yang sebelumnya yang telah dilakukan.

#### d. *Meaningfulness* (Kebermaknaan)

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa respon pengunjung tentang *meaningfulness* (kebermaknaan) pada kategori cukup baik. Hal ini berkaitan dengan teori Sotiriadis dan Gusroy (2016:436-439) yang menyatakan bahwa *meaningfulness* merupakan bagian penting untuk kebahagiaan dan kesejahteraan, karena pengunjung mendapatkan pengalaman baru untuk suatu makna penting dalam kegiatan wisata.

#### e. *Knowledge* (pengetahuan)

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa respon pengunjung tentang *knowledge* (pengetahuan) dikategorikan cukup baik. Hal ini berkaitan dengan teori Sotiriadis dan Gusroy (2016:436-439) yang menyatakan bahwa *knowledge* pengunjung untuk belajar suatu hal baru dan mendapatkan hal baru untuk dikembangkan bagi pengunjung setelah berwisata .

#### D. Penutup

Berdasarkan dari pernyataan di atas disimpulkan bahwa respon dari pengunjung di objek wisata Air Dingin Batu Gadang pada masa covid 19 terkait Memorable Tourism Experience dinilai cukup baik, hal ini sesuai dengan teori Menurut Kim (2017) Mengatakan bahwa *Memorable Tourism Experience (MTE)* merupakan kenangan yang akan diingat oleh para pengunjung setelah berwisata di tempat tersebut. Menurut Sotiriadis (2017) saat pengunjung sudah memperoleh ke empat indikator dari memorable tourism experience, maka pengalaman tersebut menjadi hal yang akan diingat dalam jangka waktu yang lama,.

#### Daftar Pustaka

- [1] Ardiansyah Muhammad, S. A. (2018). PENILAIAN MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE SEBAGAI FAKTOR. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 8, No. 2, Juni 2018, 8, 272-291.*
- [2] Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta:Rineka Cipta.
- [3] Chang, Lan-Lan et al. (2014). *Creative Tourism: A Preliminary Examination of Creative Tourists Motivation, Experience, Perceived Value and Revisit Intention.* *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research.* Vol. 8 no. 4 2014, pp. 401-419
- [4] D. Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono.* 2018. HKN KE-56, Menkes Terawan Tekankan Protokol Kesehatan di Era COVID-19 Tersedia pada : [www.kemkes.go.id](http://www.kemkes.go.id)
- [5] Indonesia 2009 Undang-Undang No. 10 Tahun 2009. ( Tentang Kepariwisataaan)
- [6] Kompas.id, "Upaya dan kebijakan pemerintah menangani pandemi covid-19", 22 Juni 2020, 19:50.
- [7] Kemenkes RI. (2020). *Jaga Diri dan Keluarga Anda dari Virus Cona Covid-19.* [Online] Tersedia pada : [www.kemkes.go.id](http://www.kemkes.go.id)
- [8] Rageh, Ahmed, T.C Melewar dan Arch Woodside. 2013. *Using Netnography Research Method to Reveal the Underlying Dimension of the Costumer/Tourist Experience.* *Qualitative Market Research: An International Journal* Vol. 16 No. 2, pp. 126-149.
- [9] Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung : Alfabeta.
- [10] WHO. 2020. *Rolling Updates on Coronavirus Disease (COVID-19).* [Online] Tersedia pada: [www.who.int](http://www.who.int).