

## FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN BERKUNJUNG DI DAYA TARIK WISATA AIR PANAS SEMURUP DITINJAU DARI PUSH FACTOR DAN PULL FACTOR

SHERINA TRI ALKHISA , DWI PRATIWI WULANDARI

Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang  
trialkhisasherina@gmail.com, dwipratiwi@fpp.unp.ac.id

**Abstract:** *This research is motivated by the existence of Push Factor and Pull Factor. The aim of this research is to determine the extent to which factors influence tourists visiting the Semurup Hot Springs tourist attraction. The research methodology used in this research is descriptive using quantitative data. This research focuses on tourists who visit the Semurup Hot Springs tourist attraction related to Push Factor and Pull Factor. The large number of samples in the research consisted of 190 respondents, and the sampling technique was non-probability sampling. The analysis technique used in data collection is by distributing questionnaires using a likert scale which has gone through a rigorous assessment to determine its validity and reliability. The findings of this research show that the Push Factor indicator shows a score of 43.20% in the unfavorable category, while the Pull Factor indicator shows a score of 44.43% in the unfavorable category. This means that the influence of Push Factor and Pull Factor on the tourist decision making process in visiting the Semurup Hot Springs tourist attraction is less influential.*

**Keywords:** *Push Factor, Pull Factor*

**Abstrak:** Penelitian ini dilatarbelakangi adanya terkait dengan *Push Factor* dan *Pull Factor*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana faktor mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif. Penelitian ini berfokus pada wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Air Panas Semurup terkait dengan *Push Factor* dan *Pull Factor*. Banyak sampel dalam penelitian yaitu terdiri dari 190 responden, dan teknik pengambilan sampel non-probability sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala Likert yang telah melalui penilaian ketat untuk menentukan validitas dan reliabilitasnya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa indikator *Push Factor* menunjukkan skor sebesar 43,20% dengan kategori kurang baik, sedangkan indikator *Pull Factor* menunjukkan skor sebesar 44,43% dengan kategori kurang baik. Artinya pengaruh *Push Factor* dan *Pull Factor* terhadap proses pengambilan keputusan wisatawan dalam berkunjung ke daya tarik wisata Air Panas Semurup kurang berpengaruh.

**Kata Kunci:** *Push Factor, Pull Factor.*

### A.Pendahuluan

Menurut Pitana dan Diarta (2019) pariwisata telah muncul sebagai industri dominan, mengalami pertumbuhan yang stabil setiap tahunnya. Hal ini menjadi sumber penting pemasukan asing bagi banyak negara, sehingga mendorong persaingan global dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Pariwisata mengacu pada tindakan perjalanan antar lokasi yang berbeda, biasanya untuk jangka waktu sementara, yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok, dengan tujuan mencapai hubungan yang harmonis dengan lingkungan dalam aspek sosial, budaya, alam, dan ilmu pengetahuan (Spillane sebagaimana dikutip dalam Wahid (2015). Sebagaimana dikemukakan oleh Suprihatin (2020), konsep pariwisata mencakup dua komponen penting: wisatawan yang melakukan kegiatan pariwisata, dan produk pariwisata yang mencakup barang dan jasa yang dimaksudkan untuk dinikmati wisatawan. Menurut Yoeti dalam Utama (2014), suatu perjalanan dapat digolongkan sebagai perjalanan wisata jika melibatkan perpindahan dari satu lokasi ke lokasi lain, dilakukan untuk tujuan rekreasi, dan tidak melibatkan segala bentuk pekerjaan atau kegiatan ekonomi di daerah tujuan yang dikunjungi. Seseorang yang melakukan perjalanan wisata disebut wisatawan, jika

lama tinggalnya di tempat atau negara yang dikunjunginya paling sedikit 24 jam. Sedangkan seseorang yang mengunjungi suatu tempat dalam jangka waktu kurang dari 24 jam disebut dengan pengunjung (Hariyana & Mahagangga, 2015).

Saat memulai perjalanan, sangat penting bagi wisatawan untuk memiliki motivasi perjalanan. Motivasi memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan calon pengunjung ketika memilih lokasi wisata yang ingin dikunjungi. Menurut Sandra Putri Dewanti et al., (2018), kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut dapat dibedakan menjadi faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong mengacu pada motivasi internal yang mendorong individu untuk melakukan perjalanan, sedangkan faktor penarik adalah pengaruh eksternal yang menarik pengunjung untuk mengunjungi destinasi tertentu (Pradnya Dewi et al., 2017). Sementara itu, menurut Jackson (dalam Pitana & Gayatri, 2005) faktor pendorong atau *push factor* merupakan faktor internal yang terdiri dari : 1) *Ego enhancement* (peningkatan ego), 2) *Ritual inversion* (pembalikan ritual), 3) *Pilgrimage* (ziarah), 4) *Religion* (agama), 5) *Health* (kesehatan), 6) *Education* (pendidikan/pengetahuan), 7) *Perceived authenticity* (persepsi keaslian), 8) *Conventions/conferences* (koferensi). Faktor penarik yaitu: 1) *Location climate* (iklim lokasi), 2) *National promotion* (promosi nasional), 3) *Retail advertising* (periklanan ritel), 4) *Wholesale marketing* (pemasaran), 5) *Incentive schemes* (skema isentif), 6) *Visiting friends* (mengunjungi teman), 7) *Visiting relatives* (mengunjungi kerabat), 8) *Tourist attractions* (tempat wisata), 9) *Culture* (kebudayaan), 10) *Natural environment man-made environment* (pengelolaan lingkungan).

Indonesia, sebagai negara kepulauan, memiliki sumber daya alam yang luar biasa sehingga menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan dalam industri pariwisata. Provinsi Jambi teridentifikasi sebagai salah satu daerah di Indonesia yang mempunyai potensi kunjungan wisata yang cukup besar. Provinsi Jambi memiliki kekayaan keanekaragaman alam menawan yang tersebar di berbagai kabupaten dan kota, termasuk Kabupaten Kerinci. Kabupaten Kerinci memiliki beragam daya tarik wisata alam dan buatan. Berdasarkan data BPS Kabupaten Kerinci pada tahun 2021, jumlah daya tarik wisata yang terdaftar di Kabupaten Kerinci berjumlah 108 objek wisata, menjadikannya sebagai kabupaten dan kota dengan daya tarik wisata terbanyak di antara kabupaten dan kota lain di Provinsi Jambi 108 tempat wisata tersebut mencakup beragam situs budaya, buatan, dan alam yang populer di kalangan wisatawan. Beberapa lokasi wisata terkenal di kawasan ini antara lain Gunung Kerinci, Air Terjun Telun Berasap, Air Terjun Pancuran Rayo, Danau Kaco, Danau Gunung Tujuh, Rawa Bento, Danau Kerinci, dan Sumber Air Panas Semurup. Salah satu destinasi wisata unggulannya adalah Air Panas Semurup yang terletak di Desa Air Panas, Kecamatan Air Hangat Barat, Kabupaten Kerinci.

Berdasarkan pengamatan peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata Air Panas Semurup, khususnya kaitannya dengan faktor pendorong dan faktor penarik, teridentifikasi beberapa permasalahan. Permasalahan tersebut antara lain kurangnya wisatawan yang membagikan fotonya ke media sosial dengan menggunakan tagar *airpanassemurup*, serta keluhan wisatawan mengenai persepsi kegagalan daya tarik wisata Air Panas Semurup dalam memenuhi harapan mereka. Harapan tersebut terutama berkisar pada antisipasi akses terhadap fasilitas terapi kesehatan, padahal penyediaan sebenarnya hanya terbatas pada kolam kecil yang diperuntukkan bagi perebusan telur. Selain itu, peneliti melakukan wawancara dengan wisatawan dan melaporkan bahwa aliran air yang digunakan untuk tujuan pengobatan menunjukkan tanda-tanda pencemaran, seperti warna kekuningan dan bau tidak sedap. Selanjutnya peneliti juga mewawancarai wisatawan lain yang mengindikasikan adanya kegiatan edukasi di daya tarik wisata Air Panas Semurup. Namun, para wisatawan tersebut menyatakan ketidakpuasannya dengan tidak adanya jadwal yang jelas yang ditetapkan oleh pengelola wisata tersebut.

Setelah mengkaji permasalahan-permasalahan yang ditemui di daya tarik wisata Air Panas Semurup, maka peneliti melakukan analisis yang mengungkapkan adanya korelasi antara permasalahan-permasalahan tersebut dengan faktor-faktor pendorong yang mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup. Selain itu,

terdapat tantangan eksternal atau faktor penarik yang memberikan pengaruh terhadap calon wisatawan, antara lain belum efektifnya promosi yang dilakukan secara digital atau dilakukan melalui platform media sosial, belum adanya paket wisata untuk daya tarik wisata Air Panas Semurup, dan kelangkaan paket wisata. Selain itu, ditemukan juga kurangnya penawaran budaya dan hiburan, serta praktik pengelolaan sampah yang tidak memadai di lokasi tersebut.

Peneliti melakukan analisis terhadap permasalahan yang muncul dan sampai pada kesimpulan bahwa kegagalan dalam mengatasi permasalahan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di daya tarik wisata Air Panas Semurup dapat mengakibatkan menurunnya jumlah pengunjung dan berkurangnya kepuasan wisatawan, sehingga dapat mengakibatkan menurunnya jumlah pengunjung dan berkurangnya kepuasan wisatawan. Serta mengurangi kecenderungan dan minat wisatawan untuk mengunjungi kembali daya tarik wisata Air Panas Semurup. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji sejauh mana berbagai faktor mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata Air Panas Semurup, meskipun kondisi daya tarik wisata kurang optimal.

## **B. Metodologi Penelitian**

Jenis Penelitian ini menggunakan deskriptif dengan data kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang menitikberatkan pada pengujian terhadap satu variabel atau variabel bebas. Dalam artianya penelitian ini, peneliti tidak membuat perbandingan antar variabel (Sugiyono, 2013). Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, yang digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui pemanfaatan instrumen penelitian, diikuti dengan analisis statistik data untuk mengevaluasi hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Penelitian ini berfokus pada satu variabel, yaitu faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung. Faktor tersebut ditinjau melalui dua indikator, yaitu faktor pendorong dan faktor penarik. Penelitian ini dilakukan di daya tarik wisata Air Panas Semurup dengan rentang waktu pada bulan Agustus hingga September 2023. Partisipan dalam penelitian ini terdiri dari wisatawan yang berkunjung ke Air Panas Semurup. Teknik pengambilan sampel yaitu non-probability, penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 190 partisipan yang diambil dari total populasi sebanyak 22.815 orang pada tahun 2022. Penelitian ini menggunakan dua jenis data: data primer dan data sekunder. Data primer berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Air Panas Semurup. Sedangkan data sekunder berupa informasi mengenai volume kunjungan wisatawan ke objek wisata tersebut. Teknik pengumpulan data mengacu pada berbagai metodologi yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam konteks penelitian (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data meliputi teknik-teknik sebagai berikut: Kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian. Hal ini melibatkan pendistribusian formulir tertulis yang berisi pernyataan atau pertanyaan kepada individu, yang kemudian memberikan tanggapan tertulis. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi untuk penelitian. Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kuesioner yang dikembangkan pada skala likert.

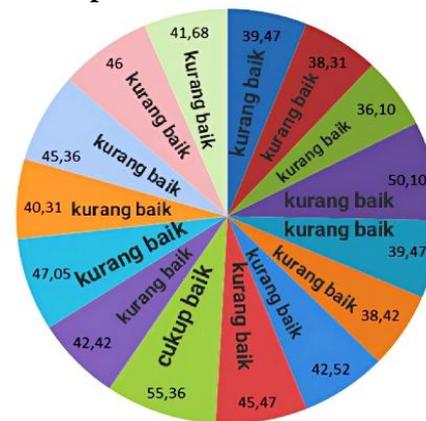
## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Hasil**

Analisis data yang dilakukan terhadap variabel faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung menunjukkan bahwa skor tingkat pencapaian responden (TCR) termasuk dalam kategori kurang baik dengan nilai 43,84. Selanjutnya akan dilakukan kategorisasi data untuk setiap indikator seperti diuraikan di bawah ini :

a. Indikator *Push Factor* (Faktor Pendorong)

**Diagram Rekapitulasi TCR Indikator *Push Factor***



- Saya bangga karena pernah berkunjung di Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup
- Saya merasa senang apabila ada orang lain yang mengetahui bila saya pernah berkunjung ke Daya Tarik Air Panas Semurup
- Saya berkunjung ke Daya Tarik Air Panas Semurup karena terdorong ingin menikmati wisata ini yang berbeda dari wisata biasanya yang saya kunjungi
- Saya berkunjung di Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup untuk mengetahui bagaimana asal mula air panas tersebut
- Saya berkunjung ke Daya Tarik Air Panas Semurup untuk meningkatkan rasa spiritual saya
- Saya mengunjungi Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup karena ingin mengetahui keyakinan/kebiasaan disekitar lingkungan Daya Tarik wisata Air Panas Semurup
- Saya berkunjung ke Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup ingin mengetahui keagamaan yang dianut masyarakat sekitar lingkungan wisata
- Saya mengunjungi Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup karena untuk kesehatan, terapi, kebugaran, dan relaksasi
- Saya berkunjung ke Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup karena dorongan untuk menjaga kesehatan fisik
- Saya berkunjung di Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup karena ingin menambah wawasan
- Saya berkunjung di Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup karena ingin mempelajari hal-hal baru
- Saya berkunjung karena ingin menikmati keunikan di Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup
- Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup merupakan tempat yang saya ingin kunjungi untuk mendapatkan kenyamanan pada diri saya
- Saya mengunjungi Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup sambil menghadiri acara konferensi yang diadakan sekitar lingkungan Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup
- Saya berkunjung ke Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup untuk menemui mitra kerja saya

Berdasarkan data-data di atas diketahui bahwa variabel yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Air Panas Semurup untuk *push factor* berada pada kategori kurang baik. Berdasarkan analisis terhadap 15 item pernyataan yang diberikan, diperoleh skor tingkat capaian responden sebesar 43,20 dengan kategori kurang baik. Artinya bahwa, rata-rata faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup ditinjau dari dari push factor yang terdiri dari delapan sub indikator yang termasuk dalam indikator faktor tersebut, daya tarik wisata Air Panas Semurup kurang berpengaruh untuk mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup.

b.Indikator *Pull Factor* (Faktor Penarik)

Diagram Rekapitulasi TCR Indikator *Pull Factor*



- Saya berkunjung di daya tarik wisata air panas semurup karena ingin menikmati suasana yang baru
- Saya mengunjungi Daya Tarik Air Panas Semurup untuk melihat keindahan alam di daya tarik wisata ini
- Saya berkunjung di Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup setelah melihat promosi yang dilakukan oleh pemerintah
- Saya mengunjungi Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup karena banyak informasi yang dibagikan oleh pemerintah tentang keunggulan daya tarik wisata tersebut
- Saya mengunjungi daya tarik wisata air panas semurup karena mendapatkan informasi tentang wisata air panas semurup dari situs internet atau media massa
- Saya mengunjungi Daya Tarik Air Panas Semurup karena adanya penawaran paket tur oleh travel agent
- Saya berkunjung ke Daya Tarik Air Panas Semurup karena banyak penawaran diskon paket wisata yang tersedia
- Saya berkunjung di wisata ini saat saya mendapatkan reward berupa perjalanan incentive (bonus) dari tempat kerja saya
- Saya mengunjungi Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup sambil mengunjungi teman saya yang tinggal di sekitar Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup
- Saya berkunjung ke Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup karena diajak oleh teman saya
- Saya mengunjungi Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup sambil mengunjungi anggota keluarga saya yang tinggal di sekitar Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup
- saya berkunjung ke Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup karena di ajak oleh keluarga saya
- Saya menikmati kunjungan saya ke daya tarik wisata air panas semurup
- Saya berkunjung di Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup untuk mengetahui kebudayaan atau kesenian masyarakat sekitar
- Saya mengunjungi Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup untuk mengetahui tradisi dan gaya hidup masyarakat sekitar
- saya berkunjung ke Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup karena penataan lingkungan sekitarnya yang menarik

Berdasarkan data diatas, diperoleh informasi bahwa secara umum faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup dilihat dari indikator *Push Factor* tergolong Kurang Baik. Dari 16 item pernyataan yang diajukan diperoleh skor tingkat capaian responden sebesar 44,43 dengan kategori Kurang Baik. Artinya bahwa, rata-rata faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup ditinjau dari *Pull Factor* yang terdiri dari sembilan sub indikator yang termasuk dalam indikator faktor tersebut, daya tarik wisata Air Panas Semurup kurang berpengaruh untuk mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik waisata Air Panas Semurup.

## 2. Pembahasan

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang melibatkan penyebaran kuesioner terhadap jumlah sampel sebanyak 190 responden, terlihat bahwa daya tarik wisata Air Panas Semurup menunjukkan karakteristik tertentu yang berkaitan dengan gender. Secara khusus, perempuan merupakan proporsi pengunjung terbesar, yaitu 52,6% dari total pengunjung. Lebih lanjut, penelitian ini mengungkapkan bahwa mayoritas wisatawan berada dalam rentang usia 31 hingga 40 tahun, mewakili 57,9% sampel. Dari segi status pekerjaan, ibu rumah tangga merupakan segmen terbesar, yaitu 35,3% responden. Selain itu, penelitian menunjukkan

bahwa rata-rata frekuensi kunjungan ke daya tarik wisata Air Panas Semurup adalah satu kali per individu. Terakhir, temuan penelitian memberikan wawasan tentang asal usul para wisatawan, mayoritas wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata tersebut merupakan wisatawan domestik yakni sebesar 63,7% dari total keseluruhan. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan tingkat capaian responden yang telah dilakukan maka dapat dipaparkan pembahasan mengenai faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup sebagai berikut :

**Push Factor**, Berdasarkan temuan analisis data, ditentukan bahwa indikator *Push Factor* yang diperoleh dari 15 pernyataan memiliki skor tingkat pencapaian responden sebesar 43,20% pada data penelitian. Nilai keseluruhan dari indikator ini menunjukkan bahwa indikator *Push Factor* dikategorikan kurang baik. Artinya rata-rata faktor pendorong wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata Air Panas Semurup kurang optimal. Hal ini disebabkan karena hampir setiap pernyataan yang diungkapkan responden menunjukkan adanya ketidaksetujuan terhadap kuesioner yang disampaikan. Dalam artian *Ego enhancement, Ritual inversion, Pilgrimage, Religion, Health, Education, Perceived authenticity*, dan *Conventions /conferences* yang dirasakan responden belum maksimal dan harus ditingkatkan. Hal ini disebabkan kurangnya wisatawan merasa bangga saat berkunjung di daya tarik wisata, tidak sesuai harapan wisatawan dengan keadaan yang sebenarnya wisatawan jumpai saat berkunjung, serta aliran air yang digunakan untuk wisatawan kurang terjaga tingkat kebersihannya. Dalam artianya *Push Factor* (faktor pendorong) yang mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup belum maksimal dan didukung oleh pernyataan Said & Maryono (2018) menyatakan faktor pendorong sama halnya dengan faktor internal atau psikologis wisatawan yang mempengaruhi mereka untuk mengunjungi tempat wisata dan destinasi dengan tujuan untuk mendapatkan kedamaian, kesepian, dan merasakan pengalaman baru. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Push Factor* di daya tarik wisata Air Panas Semurup dalam kategori kurang berpengaruh, dengan kata lain *Push Factor* di Air Panas Semurup harus lebih ditingkatkan lagi.

**Pull Factor**, Berdasarkan temuan analisis data diketahui bahwa indikator *Pull Factor* yang dinilai dari 16 pernyataan menghasilkan skor tingkat pencapaian responden sebesar 44,43%. Nilai tersebut di atas menunjukkan bahwa indikator *Pull Factor* pada tingkat kurang baik. Artinya rata-rata pengaruh *Pull Factor* terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Air Panas Semurup kurang optimal. Pada umumnya jawaban yang ada menunjukkan kurangnya persetujuan terhadap pertanyaan yang diajukan. Dalam artiannya *location climate, national promotion, retail advertising, wholesale marketing, visiting relatives, tourist attractions, culture*, dan *natural environment man-made environment* yang dirasakan wisatawan belum maksimal dan harus ditingkatkan. Hal ini disebabkan kurangnya hiburan seperti belum adanya pertunjukkan yang menjadi ciri khas ditampilkan kepada wisatawan, minimnya atraksi wisata yang ditawarkan di daya tarik wisata Air Panas Semurup kepada wisatawan, kurang efektifnya promosi yang dilakukan untuk menarik wisatawan berkunjung. Artinya faktor penarik atau *Pull Factor* yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan ketika memilih berkunjung ke daya tarik wisata Air Panas Semurup kurang berpengaruh, dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan (Antara & Prameswari, 2018) mengungkapkan bahwa faktor penarik, yaitu faktor eksternal yang memotivasi individu untuk melakukan perjalanan guna memenuhi kebutuhan atau keinginannya, tidak terlalu mendukung daya tarik wisata Air Panas sebagai tujuan wisata. Seseorang akan memilih satu tujuan yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Pull Factor* di daya tarik wisata Air Panas Semurup kurang berpengaruh, dengan kata lain *Pull Factor* di Air Panas Semurup harus lebih maksimal dan ditingkatkan lagi.

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung secara keseluruhan menunjukkan tingkat pencapaian responden sebesar 43,84%, termasuk dalam kategori **kurang baik**. hal ini terjadi karena hampir setiap pernyataan responden kurang setuju, dari dua indikator Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung yaitu *Push Factor* dan *Pull Factor* didominasi oleh indikator *Pull Factor* dengan persentase 44,43% dikategori kurang baik sedangkan *Push*

*Factor* dengan persentase 43,20% juga dikategori kurang baik. Setelah dianalisa bahwa, hasil dari penelitian ini adalah rata-rata faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup ditinjau dari *push factor* dan *pull factor*. Kedua faktor tersebut menunjukkan hasil yang sama yaitu pada ketegori kurang berpengaruh dalam mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Pitana & Gayatri (2005:66) dijelaskan bahwa kuatnya perjalanan seseorang dipengaruhi oleh kuatnya faktor penarik dan faktor pendorong. Selanjutnya pernyataan diatas juga didukung penelitian yang dilakukan oleh (Subadra et al., 2019) dengan judul *investigating push and pull factors of tourists visiting bali as a world tourism destination* menyimpulkan bahwa, faktor pendorong paling signifikan untuk mengunjungi suatu tempat adalah keinginan untuk merasakan “tempat baru”, kekhasan budaya yang ada di tempat tertentu dapat menarik wisatawan untuk datang dan merasakan sesuatu yang berbeda yang biasanya ditemukan di tempatnya sendiri. Jadi, dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung berada pada tingkatan kurang baik dalam mempengaruhi wisatawan berkunjung. hal ini juga sesuai dan terbukti saat pra penelitian yang dilakukan bahwa terdapatnya permasalahan yang terkait dengan *push factor* dan *pull factor* sehingga menyebabkan kedua indikator tersebut kurang maksimal dalam mempengaruhi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Air Panas Semurup dan berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata Air Panas Semurup.

#### D.Penutup

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian berkaitan dengan “Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung di Daya Tarik Wisata Air Panas Semurup” sebagai berikut: *Push Factor* mempengaruhi kunjungan wisatawan sebesar 43,20%, dengan kategori kurang berpengaruh. *Pull Factor* mempengaruhi kunjungan wisatawan sebesar 44,43% dengan kategori kurang berpengaruh.

#### Daftar Pustaka

- Antara, M., & Prameswari, Y. A. (2018). Push and pull factors of tourists visit the tourism destination of Bali, Indonesia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(1), 112–120. <https://doi.org/10.15640/jthm.v6n1a11>
- Hariyana, I. K., & Mahagangga, I. G. (2015). Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Goa Peteng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Wisata*, 3(1), 24–34.
- Pitana, G., & Diarta, K. S. (2019). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi pariwisata*. Andi.
- Pradnya Dewi, N. W. A., Mahendra, M. S., & Wiranatha, A. A. P. A. S. (2017). Faktor Pendorong Dan Penarik Orang Bali Berwisata Ke Luar Negeri. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 3, 207–222. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2017.v03.i02.p01>
- Said, J., & Maryono, M. (2018). Motivation and Perception of Tourists as Push and Pull Factors to Visit National Park. *E3S Web of Conferences*, 31, 1–5. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20183108022>
- Sandra Putri Dewanti, K., Sendra, I. M., & Sasrawan Mananda, I. G. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Pura Puseh Desa Adat Batuan, Gianyar. *Jurnal IPTA*, 6(2), 85. <https://doi.org/10.24843/ipta.2018.v06.i02.p02>
- Subadra, I. N., Ketut Sutapa, I., Wayan, I., Artana, A., Herindiyah, L. K., Yuni, K., Sudiarta, M., Pariwisata, S. T., & Jaya, T. (2019). International Journal of Multidisciplinary Educational Research Investigating Push and Pull Factors of Tourists Visiting Bali As a World Tourism Destination. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 8(7), 253–269. [www.ijmer.in](http://www.ijmer.in)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suprihatin, W. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 ( Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat ). *Jurnal Bestari*, 19(1), 56–66.

- Utama, I. G. B. R. (2014). Pengantar Industri Pariwisata Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif. In *Deeppublish*.
- Wahid, A. (2015). *Strategi Pengembangan Wisata*. Alfabeta.