

Analysis Of The Influence Of The Revitalization Of Toko Merah Kota Tua Jakarta On Tourists' Visiting Preferences

Analisis Pengaruh Revitalisasi Toko Merah Kota Tua Jakarta Terhadap Preferensi Berkunjung Wisatawan

Andrew Febrian^{1*}, Hari Iskandar²
Universitas Bunda Mulia, Jakarta^{1,2}
aman.sien@gmail.com, hiskandar@bundamulia.ac.id

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of the revitalization of Toko Merah in Kota Tua Jakarta on tourists' visiting preferences. The revitalization efforts included improvements and enhancements to attractions, amenities, accessibility, and services at Toko Merah. The research method used is quantitative, with data collection through questionnaires distributed to 400 respondents who have or have not visited Toko Merah. The results indicate that the revitalization of Toko Merah significantly affects tourists' visiting preferences. Most respondents (98.3%) who have visited expressed a high interest in the destination after the revitalization. Data analysis also shows that the dimensions of attractions, amenities, accessibility, and services each positively contribute to increasing tourists' interest in visiting. The conclusion of this study is that the revitalization of Toko Merah in Kota Tua Jakarta successfully enhances tourists' visiting preferences. This can serve as a reference for stakeholders in planning and executing the revitalization of other heritage buildings to increase tourist attraction. Recommendations include increasing promotions to reach segments of the community who have not yet visited and adjusting tourism services according to tourists' preferences and expectations.

Keywords : Revitalization, Toko Merah, Kota Tua Jakarta, tourists' preferences, attractions, amenities, accessibility, services

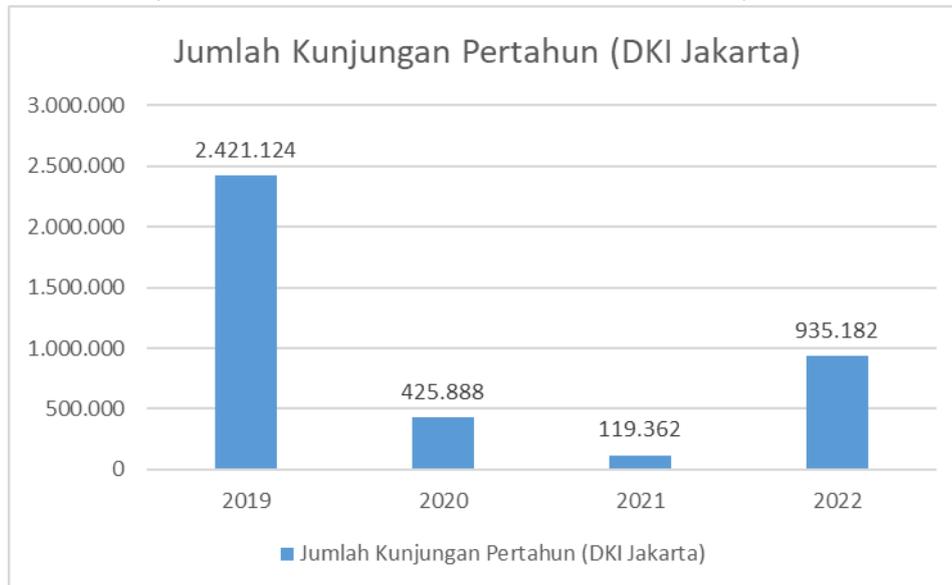
1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan keanekaragaman sejarah dan budaya. Pariwisata menjadi salah satu pendongkrak pertumbuhan ekonomi negara. Jumlah kunjungan asing ke Indonesia meningkat 22,91% pada tahun 2023, menurut data dari Badan Pusat (Badan Pusat Statistika, 2024).



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Pertahun (Indonesia)

Salah satu destinasi wisata utama di Indonesia adalah Ibu Kota Jakarta. Jakarta tidak hanya menjadi pusat pemerintahan dan bisnis, tetapi juga menawarkan berbagai objek wisata budaya dan sejarah. Jumlah wisatawan asing ke Jakarta meningkat 689,88 persen pada tahun 2022, yang dimana mencapai 935 ribu orang, menurut data dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI. (Badan Pusat Statistika Provinsi DKI Jakarta, 2024).



Gambar 2. Jumlah Kunjungan Pertahun (DKI Jakarta)

Salah satu destinasi wisata bersejarah yang menjadi ikon pariwisata di Jakarta adalah Kota Tua Jakarta. Kawasan ini merupakan pusat pemerintahan pada masa kolonial Belanda dan masih menyimpan banyak bangunan bersejarah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hudalah & Hariyanto, 2017), Kota Tua Jakarta mempunyai banyak potensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata. budaya yang menarik, namun masih menghadapi beberapa tantangan seperti kurangnya promosi, aksesibilitas terbatas, dan kondisi lingkungan yang kurang terawat.

Salah satu bangunan bersejarah yang menjadi ikon di Kota Tua Jakarta adalah Toko Merah atau Gedung Toko Merah, salah satu bangunan terlama yang masih ada di daerah Kota Tua sejak abad ke-17. Toko Merah memiliki arsitektur yang unik dan merupakan bangunan bergaya Indo-Eropa yang merupakan perpaduan gaya Belanda dan Cina (Zahnd, 2008). Bangunan ini pada tahun 1730-1780 berfungsi sebagai tempat tinggal oleh Gubernur dan Jendral Belanda, dari 1743 hingga 1755, digunakan sebagai Kampus dan Asrama Academie de Marine, akademi angkatan laut Belanda. Selanjutnya difungsikan sebagai hotel dari 1786-1799, dan pada tahun 1809-1813 Toko Merah dibeli oleh Anthony Nacare, seorang hakim pemerintah Hindia Belanda yang berfungsi sebagai rumah tinggal, pada periode selanjutnya Toko Merah berpindah tangan ke warga Tionghoa yang dijadikan toko sekaligus tempat tinggal.

Pada periode 1920 sampai 1930, Toko Merah dijadikan kantor untuk Bank voor Indie, dan pada 1939 beralih fungsi menjadi kantor Perusahaan asuransi dan industri milik Belanda. Ketika Jepang menginvasi Batavia, Toko Merah diambil alih dan dijadikan sebagai dinas kesehatan tentara Jepang, dan setelah Jepang menyerah pada 1945, setelah merdekanya Indonesia, Toko Merah sempat menjadi kantor untuk beberapa Perusahaan BUMN.

Dikarenakan Toko Merah memiliki nilai Sejarah yang tinggi, bangunan peninggalan kolonial Belanda ini akhirnya ditetapkan sebagai bangunan cagar budaya pada 1993. Sejak 2003, Toko Merah dikelola oleh PT Perusahaan Perdagangan Indonesia, sebuah perusahaan BUMN yang bergerak dalam perdagangan dalam negeri dan internasional. Mereka bekerjasama dengan Dinas Museum dan Pemugaran DKI Jakarta untuk melakukan renovasi, revitalisasi, dan perawatan bangunan toko merah (Widya Lestari, 2024). Yang sekarang Sebagian besar

bangunan Toko Merah dialihfungsikan menjadi kafe, yang dapat disinggahi wisatawan yang datang.

Dari hasil wawancara penulis dengan manajer Rode Winkel. Salah satu landmark bersejarah yang penting di Kota Tua Jakarta adalah Toko Merah yang menjadi salah satu destinasi wisata, yang sebelumnya tidak bisa dimasuki oleh wisatawan, dimana wisatawan hanya dapat berfoto didepan Toko Merah, dan mempelajari Sejarah mengenai bangunan tersebut, pengunjung sekarang sudah dapat masuk kedalam Toko Merah, karena sudah dimanfaatkan sebagai spot nongkrong, yang dimana ini pastinya akan menarik minat pengunjung yang sudah pernah berkunjung maupun yang belum pernah mengunjungi Toko Merah, yang pada mulanya Toko Merah hanya dapat menarik minat wisatawan melalui Sejarah yang dimiliki, dan juga menjadi spot foto bagi wisatawan, sekarang dapat menarik minat wisatawan ataupun warga lokal dengan kafe Bernama Rode Winkel.

Kafe ini dibuka pada 1 November 2023 yang mengusung konsep coffee house yang mengunggulkan kopi dan makanan Nusantara, terletak di bagian depan Toko Merah, sehingga pengunjung dapat melihat Sebagian suasana dari bangunan cagar budaya yang sebelumnya sulit dimasuki ini. Berikut adalah data kunjungan ke Toko Merah/Rode Winkel:

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Toko Merah

Bulan	Jumlah Kunjungan
November, 2023	3.100
Desember, 2023	6.292
Januari, 2024	3.832
Februari, 2024	1.680
Maret, 2024	833
Total:	15.737

Berdasarkan tabel yang diberikan, kita dapat melihat jumlah kunjungan ke Toko Merah/Rode Winkel dari bulan November 2023 hingga April 2024.

Pada bulan November 2023, Toko Merah/Rode Winkel menerima 3.100 kunjungan. Jumlah kunjungan meningkat menjadi 6.292 pada bulan Desember 2023, yang merupakan jumlah kunjungan tertinggi dalam periode tersebut. Di bulan Januari 2024, jumlah kunjungan turun menjadi 3.832. Pada bulan Februari 2024, Toko Merah/Rode Winkel menerima 1.680 kunjungan. Jumlah kunjungan terus menurun pada bulan Maret 2024, menjadi 833 kunjungan. Jika kita menjumlahkan jumlah kunjungan dari November 2023 hingga Maret 2024, total kunjungan yang diterima toko merah/rode winkel adalah 15.737 kunjungan.

Dengan demikian, kita dapat melihat tren jumlah kunjungan ke toko merah/rode winkel selama periode November 2023 hingga Maret 2024, di mana jumlah kunjungan tertinggi terjadi pada bulan Desember 2023, dan kemudian menurun pada bulan-bulan berikutnya.

Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 18 tahun 2010 tentang Pedoman Revitalisasi Kawasan, Revitalisasi adalah upaya untuk meningkatkan nilai lahan atau kawasan melalui pembangunan kembali suatu wilayah yang dapat meningkatkan fungsi kawasan sebelumnya (pasal 1 ayat 1)(Ismono, n.d.). Kawasan ini didefinisikan sebagai wilayah yang memiliki fungsi utama budi daya atau lindung (pasal 1 ayat 4)(Ismono, n.d.). dan revitalisasi adalah proses menghidupkan kembali area yang sudah tidak aktif, meningkatkan aktivitas di area yang masih aktif, dan menambah bangunan dan aktivitas baru (Kimpraswil 2003 dalam (Ihsan & Siregar, 2020)).

Dengan mempertimbangkan teori-teori sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa revitalisasi wilayah adalah upaya untuk meningkatkan nilai lahan atau wilayah melalui pembangunan kembali di wilayah lindung atau budidaya. Tujuannya menghidupkan kawasan tidak aktif, meningkatkan vitalitas kawasan aktif, dan menciptakan aktivitas serta infrastruktur baru. Revitalisasi mencakup pembangunan kembali, penataan ulang, perbaikan lingkungan

fisik, peningkatan fasilitas, dan penambahan atraksi untuk menjadikan kawasan lebih hidup dan produktif. Dalam pariwisata, revitalisasi penting untuk meningkatkan daya tarik dan vitalitas kawasan wisata guna menarik minat dan kunjungan wisatawan dengan mempertimbangkan preferensi dan kebutuhan wisatawan.

Mowen dan Minor dalam (Bafadhal & others, 2020) menyatakan bahwa persepsi seseorang terhadap produk menentukan preferensi mereka. Demikian pula, kebutuhan dan preferensi wisatawan terhadap barang yang mereka beli saat bepergian menentukan pilihan mereka (Purnama & Rahmidani, 2023). Preferensi berkunjung wisatawan mengacu pada kecenderungan atau pilihan yang dibuat oleh wisatawan dalam memilih destinasi atau aktivitas wisata tertentu. Ini mencakup berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan, seperti minat pribadi, preferensi budaya, kebutuhan liburan, dan harapan pengalaman. Preferensi berkunjung wisatawan dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, termasuk atribut-atribut spesifik dari destinasi wisata, fasilitas yang ditawarkan, harga, aksesibilitas, dan ulasan dari pengalaman sebelumnya (Lauw et al., 2022).

Dari teori yang dijabarkan diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi wisatawan dalam berkunjung terbentuk dari persepsi mereka terhadap produk atau destinasi wisata yang ditawarkan, muncul dari keinginan dan kebutuhan wisatawan terhadap produk atau aktivitas wisata tertentu. Preferensi berkunjung wisatawan mengacu pada kecenderungan atau pilihan yang dibuat oleh wisatawan dalam memilih destinasi atau aktivitas wisata tertentu, dipengaruhi oleh minat pribadi wisatawan, preferensi budaya, kebutuhan liburan, harapan pengalaman wisata, atribut spesifik dari destinasi wisata, fasilitas yang ditawarkan, harga, aksesibilitas, dan ulasan dari pengalaman wisata sebelumnya. Dengan memahami preferensi berkunjung wisatawan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, pihak terkait dapat menyesuaikan produk dan layanan wisata agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan, sehingga dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan mendorong peningkatan kunjungan wisatawan.

2. Tinjauan Pustaka

Revitalisasi

Revitalisasi merujuk pada proses menghidupkan kembali kawasan yang sudah tidak aktif, meningkatkan vitalitas kawasan yang masih aktif, serta menciptakan hal-hal baru, baik dalam bentuk aktivitas maupun bangunan di suatu kawasan (Kimpraswil 2003 dalam (Ihsan & Siregar, 2020)). Hal ini merupakan salah satu strategi untuk membangkitkan kembali tempat yang memiliki potensi berharga, seperti warisan alam atau budaya, dalam upaya pelestarian. Tujuannya adalah untuk mengembalikan kehidupan pada suatu kawasan, baik dari segi kegiatan sosial-budaya, ekonomi, infrastruktur, dll (Rohman et al., 2024). Produk wisata merujuk pada segala fasilitas dan layanan yang tersedia untuk dinikmati oleh pengunjung, sehingga pengalaman mereka selama berada di tempat wisata tersebut menjadi menyenangkan, mulai dari saat mereka tiba hingga kembali ke tempat asalnya (Safitri et al., 2020).

Dimensi produk wisata meliputi atraksi, amenitas, dan aksesibilitas. Atraksi mengacu pada potensi-potensi yang menarik minat pengunjung untuk berkunjung. Amenitas mencakup berbagai fasilitas yang mendukung kenyamanan dan kepuasan pengunjung. Aksesibilitas merujuk pada kemudahan bagi pengunjung untuk mencapai tujuan wisata tersebut (Dani & Thamrin, 2019). Menurut Nindyo (2008) yang dikutip dalam (Ihsan & Siregar, 2020), pengembangan untuk memperbaiki suatu wilayah, yang mencakup penilaian terhadap produk wisata termasuk revitalisasi atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan, memiliki potensi untuk memengaruhi minat pengunjung terhadap kunjungan ke destinasi wisata tersebut.

Preferensi Berkunjung Wisatawan

Preferensi berkunjung wisatawan mengacu pada kecenderungan atau pilihan yang dibuat oleh wisatawan dalam memilih destinasi atau aktivitas wisata tertentu. Ini mencakup berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan, seperti minat pribadi, preferensi budaya, kebutuhan liburan, dan harapan pengalaman. Preferensi berkunjung wisatawan dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, termasuk atribut-atribut spesifik dari destinasi wisata, fasilitas yang ditawarkan, harga, aksesibilitas, dan ulasan dari pengalaman sebelumnya (Lauw et al., 2022). Menurut Wirawan, "Pemahaman tentang preferensi berkunjung wisatawan penting bagi para pemangku kepentingan dalam industri pariwisata, termasuk pemerintah, operator wisata, dan penyedia layanan, karena hal itu membantu mereka merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan mengembangkan produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar" (Wirawan et al., 2022). Preferensi berkunjung wisatawan merupakan variabel yang kompleks dan multidimensi. Berbagai penelitian telah mengidentifikasi dimensi-dimensi yang berbeda dari variabel ini, diantaranya yaitu motivasi, minat, kepuasan, dan kesetiaan.

Hipotesis

Peneliti mengemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut dengan menggunakan paradigma penelitian ini sebagai pedoman:

H1 : Dimensi Revitalisasi Atraksi mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

H0 : Dimensi Revitalisasi Atraksi tidak mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

H2 : Dimensi Revitalisasi Amenitas mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

H0 : Dimensi Revitalisasi Amenitas tidak mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

H3 : Dimensi Revitalisasi Aksesibilitas mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

H0 : Dimensi Revitalisasi Aksesibilitas tidak mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

H4 : Dimensi Revitalisasi Pelayanan mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

H0 : Dimensi Revitalisasi Pelayanan tidak mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

H5 : Variabel Revitalisasi mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

H0 : Variabel Revitalisasi tidak mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang penulis gunakan adalah metode kuantitatif yang berhubungan dengan angka dan data agar bisa memperoleh data yang diinginkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu wawancara, observasi, studi Pustaka, dan kuesioner. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*". Partisipan dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Merah yang mampir atau membeli makanan dan minuman dari toko tersebut. Pada wawancara penulis mendapatkan data jumlah kunjungan sebanyak 15,737 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 411 orang. Metode Analisa yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan teknik analisis data dan uji hipotesis.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Analisis Regresi Linear Sederhana

Pemaparan temuan analisis regresi linier dasar dilakukan setelah semua asumsi tradisional terpenuhi. Analisis regresi digunakan untuk menghitung koefisien regresi linier sederhana dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 for Windows. Temuannya ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	43.520	4.545
Revitalisasi	0.538	0.059

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	43.520	4.545			9.576	.000
Revitalisasi (X)	.538	.059	.415		9.094	.000

a. Dependent Variable: Preferensi Berkunjung Wisata (Y)

Tabel 2 menyajikan temuan penelitian regresi linier langsung untuk mengetahui bagaimana variabel dependen preferensi kunjungan wisatawan (Y) dipengaruhi oleh variabel revitalisasi (X). Persamaan regresi yang dihasilkan sebagai konsekuensinya adalah:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 43.520 + 0.538X$$

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel Revitalisasi (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Preferensi Berkunjung Wisata (Y). Ini berarti, jika tidak ada revitalisasi, preferensi berkunjung wisata berada pada nilai konstanta 43.520. Setiap peningkatan satu unit dalam revitalisasi akan meningkatkan preferensi berkunjung wisata sebesar 0.538 unit.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa jika pengaruh revitalisasi bertanda positif dan terus ditingkatkan, preferensi berkunjung wisatawan di Toko Merah Kota Tua Jakarta akan meningkat.

Uji Hipotesis

Uji t (hipotesis)

Pengaruh dimensi variabel independen revitalisasi atraksi (H1), revitalisasi amenitas (H2), revitalisasi aksesibilitas (H3), dan revitalisasi pelayanan (H4) terhadap variabel dependen preferensi berkunjung wisata (Y) yang diuji dengan menggunakan Uji t. Menurut Ghazali, (2021) "kriteria pengujian untuk menjelaskan interpretasi pengaruh antar masing-masing variabel yakni apabila nilai signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak".

Tabel 3. Hasil Uji t (1)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	45.221	4.096			11.041	.000
Revitalisasi Atraksi (H1)	.246	.152	.075		1.621	.106
Revitalisasi Amenitas (H2)	.686	.164	.209		4.177	.000
Revitalisasi Aksesibilitas (H3)	.649	.132	.239		4.900	.000
Revitalisasi Pelayanan (H4)	.424	.172	.123		2.460	.014

a. Dependent Variable: Preferensi Berkunjung Wisata (Y)

Diketahui nilai t tabel untuk N = 400, k = 4, df residual = 395 adalah 1,966. Maka nilai t tabel adalah 1,966.

H₁ : Dimensi Revitalisasi Atraksi mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis yang merujuk pada tabel 3, pengaruh Dimensi Revitalisasi Atraksi terhadap Preferensi Berkunjung Wisatawan Dengan t hitung sebesar 1,621, nilai

koefisien regresi positif sebesar 0,075, dan nilai signifikansi sebesar 0,106 maka diperoleh hasil. Oleh karena itu H1 dibuang berdasarkan nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi $0,106 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan hal itu Dimensi Revitalisasi Atraksi tidak mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan, maka hipotesis pertama ditolak, dan H0 diterima.

H2 : Dimensi Revitalisasi Amenitas mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis yang merujuk pada tabel 3, pengaruh Dimensi Revitalisasi Amenitas terhadap Preferensi Berkunjung Wisatawan Nilai signifikansi yang dicapai sebesar 0,000 dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,209 dan t hitung sebesar 4,177. Oleh karena itu H2 dapat diterima berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan hal itu Dimensi Revitalisasi Amenitas mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan, maka hipotesis kedua diterima, dan H0 ditolak.

H3 : Dimensi Revitalisasi Aksesibilitas mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis yang merujuk pada tabel 3, pengaruh Dimensi Revitalisasi Aksesibilitas terhadap Preferensi Berkunjung Wisatawan Dengan t hitung sebesar 4,900 dan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,239 maka nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Oleh karena itu H3 dapat diterima berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan hal itu Dimensi Revitalisasi Aksesibilitas mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan, maka hipotesis ketiga diterima, dan H0 ditolak.

H4 : Dimensi Revitalisasi Pelayanan mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis yang merujuk pada tabel 3, pengaruh Dimensi Revitalisasi Pelayanan terhadap Preferensi Berkunjung Wisatawan Dengan t hitung sebesar 2,460 dan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,123 maka nilai signifikansi yang ditentukan sebesar 0,014. Oleh karena itu H4 dapat diterima berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan hal itu Dimensi Revitalisasi Pelayanan mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan, maka hipotesis keempat diterima, dan H0 ditolak.

Tabel 4. Hasil Uji t (2)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	43.520	4.545		9.576	.000
Revitalisasi (X)	.538	.059	.415	9.094	.000

a. Dependent Variable: Preferensi Berkunjung Wisata (Y)

Diketahui nilai t tabel untuk $N = 400$, $k = 1$, df residual = 398 adalah 1,966. Maka nilai t tabel adalah 1,966.

H5 : Variabel Revitalisasi mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis yang merujuk pada tabel 4, pengaruh Variabel Revitalisasi terhadap Preferensi Berkunjung Wisatawan Dengan t hitung sebesar 9,094 dan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,415 maka nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Oleh karena itu H5 dapat diterima berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil-hasil ini sangat penting bahwa Variabel Revitalisasi mempengaruhi Preferensi Berkunjung Wisatawan, maka hipotesis kelima diterima, dan H0 ditolak.

Uji F Simultan

Uji simultan berupaya untuk menentukan apakah Preferensi Kunjungan Wisatawan (Y) dapat diprediksi secara akurat menggunakan semua faktor independen yang ditunjukkan (Pengaruh Revitalisasi, X). Ujian ini sering disebut dengan tes F. Menurut Ghozali, (2021) "pedoman yang digunakan untuk mengambil keputusan adalah jika *probability* $> 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa ho benar atau koefisien regresi tidak signifikan sedangkan nilai

probability < 0,05 mengindikasikan bahwa H_0 benar dan koefisien regresi signifikan". Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1898.501	4	474.625	25.713	.000 ^b
Residual	7291.176	395	18.459		
Total	9189.677	399			

a. Dependent Variable: Preferensi Berkunjung Wisata (Y)

b. Predictors: (Constant), Revitalisasi (X)

Diketahui nilai F tabel untuk $N=400$ dan $k = 4$ adalah 2,39. Maka nilai F tabel yaitu 2,39.

Hasil uji F simultan bertujuan untuk mengevaluasi signifikansi keseluruhan dari model regresi, dengan mempertimbangkan kontribusi bersama-sama dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, uji F simultan digunakan untuk menentukan apakah revitalisasi secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan dalam memprediksi preferensi berkunjung wisata (Y).

Hasil uji F simultan yang ditunjukkan dalam Tabel 5 menunjukkan bahwa Signifikansi keseluruhan model regresi adalah kuat (Sig. = 0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel terikat—preferensi kunjungan wisatawan—dipengaruhi secara signifikan oleh serangkaian faktor independen yang dimasukkan dalam model regresi. Adanya korelasi yang cukup besar antara seluruh faktor independen dengan preferensi pengunjung didukung oleh nilai F yang tinggi ($F = 25,713$). Hipotesis diterima karena nilai F hitung sebesar $25,713 > F$ tabel 2,39 dijadikan landasan dalam proses pengambilan keputusan uji F.

Dengan demikian, hasil uji F simultan ini mendukung penggunaan model regresi linear berganda dalam penelitian ini, serta menegaskan bahwa variabel-variabel yang diidentifikasi tepat digunakan untuk memprediksi preferensi berkunjung wisata. Ini memberikan keyakinan bahwa faktor-faktor revitalisasi tersebut secara bersama-sama memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk preferensi wisatawan terhadap destinasi yang bersangkutan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Kapasitas model dalam menjelaskan fluktuasi variabel independen ditentukan dan diukur dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2). Dalam menentukan model regresi mana yang optimal, peneliti melihat nilai R^2 yang disesuaikan karena, berbeda dengan R^2 , nilai tersebut dapat berubah tergantung apakah ada satu lagi variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. (Ghozali, 2021) menyatakan bahwa “variabel terikat dalam model regresi yang nilainya antara 0 sampai 1 dapat mengalami perubahan, yang diukur dengan uji determinasi R^2 ”. Tabel 6 di bawah ini menampilkan temuan uji Koefisien Tekadasi untuk penyelidikan ini:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>R Square</i>	<i>Adjusted r Square</i>
0.734	0.729

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.729	.775

a. Predictors: (Constant), Revitalisasi (X)

b. Dependent Variabel: Preferensi Berkunjung Wisatawan (Y)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu Pengaruh Revitalisasi memiliki nilai pengaruh sebesar 0.734 terhadap variabel dependen yang diteliti yaitu Preferensi Berkunjung Wisatawan.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 6 memberikan informasi tentang seberapa baik model regresi linear ini mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen (preferensi berkunjung wisata, Y) menggunakan kombinasi variabel independen yang telah ditentukan (Pengaruh Revitalisasi (X)).

Dalam konteks penelitian ini, nilai R^2 sebesar 0.734 menunjukkan bahwa sekitar 73.4% dari variasi dalam preferensi berkunjung wisata dapat dijelaskan oleh model regresi ini. Ini mengindikasikan bahwa model tersebut memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menggambarkan dan memprediksi preferensi wisatawan terhadap destinasi tertentu.

Dengan demikian, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa model regresi ini cukup baik dalam menjelaskan variasi dalam preferensi berkunjung wisata, dengan nilai R^2 dan adjusted R^2 yang cukup tinggi. Meskipun tidak dapat menjelaskan seluruh variasi secara sempurna, model ini tetap memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi wisatawan.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh revitalisasi Toko Merah di Kota Tua Jakarta terhadap preferensi berkunjung wisatawan, dengan mempertimbangkan variabel independen: Pengaruh Revitalisasi, dengan empat dimensi: revitalisasi atraksi, revitalisasi amenitas, revitalisasi aksesibilitas, dan revitalisasi pelayanan. Berdasarkan analisis data, diperoleh beberapa temuan penting yang memberikan wawasan mendalam tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut.

Pertama, hipotesis 1 yang menyatakan bahwa revitalisasi atraksi (H1) mempengaruhi preferensi berkunjung wisatawan (Y) ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa dimensi revitalisasi atraksi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap preferensi berkunjung wisatawan. Ini berarti bahwa perbaikan dan peningkatan daya tarik dari Toko Merah, seperti pemugaran bangunan, penambahan elemen-elemen budaya dan sejarah, serta penyelenggaraan acara-acara khusus, tidak secara langsung mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung. Salah satu penjelasan yang mungkin adalah bahwa meskipun atraksi menjadi daya tarik utama, wisatawan mungkin lebih menekankan aspek kenyamanan dan aksesibilitas dalam memilih destinasi wisata mereka. Selain itu, mungkin juga bahwa wisatawan sudah memiliki persepsi positif yang kuat tentang atraksi sejarah Toko Merah sebelum revitalisasi, sehingga perubahan pada atraksi tidak banyak mempengaruhi preferensi mereka.

Kedua, revitalisasi amenitas (H2) ditemukan berpengaruh signifikan terhadap preferensi berkunjung. Fasilitas yang memadai seperti area parkir, toilet umum yang bersih, tempat makan, dan toko souvenir meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung. Kemudahan akses terhadap fasilitas ini mempengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih Toko Merah sebagai destinasi wisata. Wisatawan modern mengharapkan kenyamanan dan kemudahan selama perjalanan mereka, dan amenitas yang baik membantu memenuhi ekspektasi tersebut, sehingga meningkatkan preferensi mereka untuk berkunjung kembali atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

Ketiga, revitalisasi aksesibilitas (H3) juga berpengaruh signifikan terhadap preferensi berkunjung wisatawan. Perbaikan infrastruktur jalan, kemudahan akses transportasi umum, serta adanya panduan dan penunjuk arah yang jelas, memudahkan wisatawan dalam mencapai Toko Merah. Aksesibilitas yang baik tidak hanya membuat perjalanan lebih nyaman dan efisien, tetapi juga mengurangi hambatan yang mungkin menghalangi wisatawan potensial untuk mengunjungi lokasi tersebut. Dengan demikian, peningkatan aksesibilitas secara langsung berkontribusi pada meningkatnya preferensi berkunjung.

Keempat, revitalisasi pelayanan (H4) turut berpengaruh signifikan terhadap preferensi berkunjung wisatawan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf, baik dari segi keramahan,

pengetahuan tentang situs, maupun kecepatan dalam memberikan bantuan, berperan penting dalam membentuk pengalaman wisatawan. Pelayanan yang baik menciptakan kesan positif dan membuat wisatawan merasa dihargai, yang sangat penting dalam industri pariwisata. Pengalaman positif ini mempengaruhi persepsi wisatawan tentang Toko Merah dan meningkatkan preferensi mereka untuk mengunjungi kembali di masa depan.

5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara Pengaruh Revitalisasi dan Preferensi berkunjung wisatawan di Toko Merah Kota Tua Jakarta. Maka adapun kesimpulan yang dapat disajikan sebagai berikut:

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun dimensi revitalisasi atraksi tidak berpengaruh signifikan, tiga aspek revitalisasi lainnya (amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan) berkontribusi secara signifikan terhadap preferensi berkunjung wisatawan ke Toko Merah di Kota Tua Jakarta. Temuan ini sejalan dengan teori-teori pariwisata yang menekankan pentingnya pengalaman menyeluruh dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Revitalisasi yang menyeluruh pada aspek amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan mampu menciptakan lingkungan wisata yang menarik, nyaman, mudah diakses, dan ramah bagi pengunjung.

Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola destinasi wisata, khususnya Toko Merah, dalam merancang strategi revitalisasi yang efektif. Pengelola perlu mempertimbangkan semua aspek revitalisasi secara bersamaan, kecuali mungkin atraksi yang ternyata tidak terlalu mempengaruhi preferensi berkunjung, untuk meningkatkan preferensi berkunjung wisatawan.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistika Provinsi DKI Jakarta. (2024). *Kunjungan Wisatawan Mancanegara yang Datang ke DKI Jakarta dan Indonesia 2017-2019*.
- Bafadhal, A. S., & others. (2020). *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Dani, Y. P., & Thamrin. (2019). Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Wisata Mandeh. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 283–295.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivarietedengan Program IBM SPSS. : Vol. Vol.26* (10th ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hudalah, D., & Hariyanto, D. (2017). The potentials and challenges of developing Old Jakarta as urban heritage tourism destination in Jakarta. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2020). Peran Preferensi Memediasi Pengaruh Revitalisasi Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Danau Sipin Jambi. *Ekonomis*, 4(1), 100–105. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i1.129>
- Lauw, V., Sudiarta, I. N., & Sagita, P. A. W. (2022). Analisis Preferensi Wisatawan Staycation Ke Daya Tarik Wisata Di Badung, Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata) p-ISSN*, 2338, 8633.
- Purnama, D., & Rahmidani, R. (2023). Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Mifan Waterpark \& Resort Padang Panjang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 23754–23760.
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran produk wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734.
- Widya Lestari. (2024). Sejarah toko merah di kota tua, eksis sejak era VOC. *Kompas*.