

**PENGARUH PSIKOGRAFI DAN KARAKTERISTIK SOSIAL EKONOMI
PENGUNJUNG TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG
KE OBJEK WISATA ALAM TLOGO MUNCAR
TAMAN NASIONAL GUNUNG MERAPI**

Oleh:

Roy Iman Saputra¹

Retno Nur Utami²

INTISARI

Taman nasional merupakan kawasan pelestarian alam yang dikelola dengan fungsi utama untuk konservasi spesies dan jenis habitat serta untuk tujuan rekreasi. Pemanfaatan taman nasional untuk tujuan rekreasi selain mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan juga turut membantu meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat lokal. OWA Tlogo Muncar merupakan salah satu objek wisata alam di Taman Nasional Gunung Merapi yang ramai dikunjungi wisatawan, sehingga terjadinya tren penurunan jumlah pengunjung dalam lima tahun terakhir turut mengancam kelestarian ekonomi para pelaku wisata apabila tidak segera diupayakan solusinya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik psikografi dan sosial-ekonomi pengunjung, serta besar pengaruh karakteristik psikografi dan sosial-ekonomi pengunjung terhadap minat kunjungan ulang ke Objek Wisata Alam Tlogo Muncar.

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik perandoman dengan bantuan instrumen kuesioner. Data yang dikumpulkan meliputi karakteristik psikografi dan karakteristik sosial-ekonomi (umur, pendidikan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan pekerjaan) pengunjung OWA Tlogo Muncar yang sedang berkunjung pada bulan Januari-Februari 2020 dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif dan metode regresi logistik berganda dengan bantuan *software* IBM SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung OWA Tlogo Muncar didominasi pengunjung dengan tipe psikografi mendekati allosentrik, memiliki rentang umur 18-24 tahun, tingkat pendidikan terakhir SMA, tingkat pendapatan pada rentang Rp 1.000.000,00-Rp 2.500.000,00, dan merupakan pelajar/mahasiswa. Karakteristik yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan ulang ke OWA Tlogo Muncar adalah psikografi, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan dengan pengaruh signifikan yang negatif.

Kata kunci: Objek Wisata Alam Tlogo Muncar, pemasaran pariwisata alam, segmentasi pasar, pengaruh, analisis regresi logistik berganda

¹ Mahasiswa Departemen Konservasi Sumber Daya Hutan, Fakultas Kehutanan, Universitas Gadjah Mada

² Dosen Departemen Konservasi Sumber Daya Hutan, Fakultas Kehutanan, Universitas Gadjah Mada

**THE INFLUENCE OF PSYCHOGRAPHY AND SOCIO-ECONOMIC
CHARACTERISTICS OF VISITORS TOWARD THE RETURN VISIT
INTERESTS AT TLOGO MUNCAR NATURAL TOURISM OBJECT
IN MOUNT MERAPI NATIONAL PARK**

By:

Roy Iman Saputra¹

Retno Nur Utami²

ABSTRACT

The national park is a nature conservation area that has the primary function for the conservation of species and types of habitats and recreational purposes. The use of national parks for recreational purposes in addition to supporting sustainable tourism development also helps improve the economic capacity of the local communities. Tlogo Muncar is one of the natural tourism objects in the Mount Merapi National Park. However, there is a declining trend in the number of visitors in the last five years that also threatens the economic preservation of tourism actors if one cannot find a solution to solve this problem. This study aims to describe the psychographic and socio-economic characteristics of visitors, as well as the magnitude of the influence of visitors' psychographics and socio-economic characteristics toward the return visit interests at Tlogo Muncar Natural Tourism Object.

Retrieval of data in this study is using the technique of randomisation with the help of questionnaire instruments. Data collected included psychographic and socio-economic characteristics (age, education, education level, income level, and occupation) of visitors to Tlogo Muncar Natural Tourism Object that were visiting in January-February 2020 with a total sample of 100 people. Data analysis was performed using descriptive and multiple logistic regression methods with the help of IBM SPSS software version 26.

The results showed that the visitors of Tlogo Muncar Natural Tourism Object were dominated by visitors with the psychography close to allocentric, with an age range of 18-24 years, high school education level, income level in the range of Rp 1.000.000,00-Rp 2.500.000,00, and were students/college student. The characteristics that significantly influence the return visit interests at Tlogo Muncar Natural Tourism Object are psychography, education level, and income level with a significant adverse effect.

Keywords: Tlogo Muncar Natural Tourism Object, natural tourism marketing, market segmentation, influence, multiple logistic regression analysis

¹ Student of Forest Resources Conservation Department, Faculty of Forestry, Universitas Gadjah Mada

² Lecturer of Forest Resources Conservation Department, Faculty of Forestry, Universitas Gadjah Mada