



Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Pelaku Usaha Wisata di Ancol DKI Jakarta

Muhammad Heykal, Suesilowati, Miftahuddin, Latif
Universitas Pertiwi Jakarta, Indonesia

Corresponding Author:  Muhammad.heykal@pertiwi.ac.id

ABSTRACT

ARTICLE INFO

Article history:

Received

May 23, 2023

Revised

July 20, 2023

Accepted

August 06, 2023

One of the efforts to improve the performance of tourism business actors is the application of digitalization which will provide opportunities for business development. This study aims to examine how and how strong the influence of digitalization on tourism business actors in Ancol DKI Jakarta. The type of research used by the author is quantitative with data collection techniques using a questionnaire with a sample of 70 people from all business actors in Ancol DKI Jakarta. The results showed that digitization had a positive effect on tourism business actors in Ancol, as for the output of the SPSS version 24 application, the correlation value (R Square) of digitization was 0.215, which means that digitization has an influence of 21.5% on the performance of actors. tourism business in Ancol DKI Jakarta.

Keywords: *Digitalization Performance, Tourism Business Actors, Tourism Business*

Journal Homepage

<https://www.attractivejournal.com/index.php/aj/>

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Published by

CV. Creative Tugu Pena

PENDAHULUAN

"Konsep 'transformasi digital' ini berasal dari istilah 'digitalisasi', dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk berinovasi pada model bisnis dan memberikan pendapatan baru serta peluang menghasilkan nilai" (Parida et al., 2019). "Untuk mencapai manfaat yang terkait dengan keberhasilan adopsi transformasi digital, perusahaan perlu mengambil inisiatif dan memelihara kemampuan khusus di berbagai tingkat organisasi dan operasional model bisnis mereka" (Battistella et al., 2017; Eller et al., 2020). "Perubahan yang cepat disebabkan oleh berbagai kejadian, perubahan teknologi, dan dampak besar seperti pandemi global mengharuskan masyarakat dan industri untuk beradaptasi dengan segala ketidakpastian" (Sharma et al., 2020)

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, banyak hal yang menuntut penggunaan digitalisasi pada setiap proses bisnis dari aktivitas tertentu. Dikarenakan dari sisi kemudahan yang diberikan, membuat semua pelaku usaha merasa terbantu, baik dari sisi proses, pengerjaan, dan pembuatan laporan. Sebagai contoh yaitu penerapan digitalisasi di objek wisata unggulan warga Ibu Kota yaitu Ancol menyuguhkan beragam objek wisata seperti Pantai, taman rekreasi Dunia Fantasi (Dufan), *Atlantis Water Adventure*, Pasar Seni, *Sea World*, dan Putri Duyung Resort yang mengutamakan pengunjung yang reservasi online, karena semua saat ini semua dituntut untuk serba cepat, mudah, dan aman, termasuk pembayaran. Maka dari itu,

telah banyak objek wisata di Ancol beralih ke pembayaran *cashless environment* atau pembayaran digital menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*).

Jika digitalisasi tersebut dapat memberikan banyak manfaat khususnya bagi pelaku usaha untuk mengembangkan dan memajukan bisnisnya, maka pelaku usaha dapat mengevaluasi kembali terhadap kinerjanya sehingga mampu mengetahui seberapa besar pengaruh digitalisasi yang diterapkan. Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah dalam penelitian adalah bagaimana pengaruh digitalisasi terhadap kinerja pelaku usaha wisata dengan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh digitalisasi terhadap kinerja pelaku usaha wisata.

LANDASAN TEORI

A. Sejarah singkat Ancol

Berdasarkan data sejarah yang diperoleh dari website resmi Taman Impian Jaya Ancol, Pada tahun 1960 Ancol masih menjadi kawasan rawa-rawa, sampai pada tahun 1966 pemerintah membentuk Badan Pelaksana Proyek Ancol (BPP Ancol) diketuai oleh Gubernur Soemarno Sostroatmojo yang dimulai dengan melakukan penimbunan dan reklamasi.

Selanjutnya pada tahun 1967 Proyek dilanjutkan oleh Gubernur Ali Sadikin dengan atas persetujuan Pemerintah DKI Jakarta yang memutuskan untuk menyerahkan Proyek Ancol kepada PT Pembangunan Jaya yang berperan dalam mempersiapkan seluruh tahapan perencanaan proyek, mulai dari penyiapan konsep pengembangan, strategi, master plan hingga kegiatan pembangunan lainnya, termasuk strategi pemasaran, kemudian pada tahun 1992 Badan Pelaksana Pembangunan (BPP) berubah nama menjadi PT Pembangunan Jaya Ancol, dan akhirnya pada tahun 2004 ancil mulai diperkenalkan kepada masyarakat luas.

B. Objek Wisata Unggulan di Ancol

1. Atlantis Water Adventure

Atlantis Water Adventure yang dahulu bernama Gelanggang Renang Ancol yang diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta Bapak Letjen Marinir Ali Sadikin pada tanggal 28 Juni 1974 dengan luas area 7 hektar. Atlantis Water Adventure merupakan taman rekreasi air yang bisa dikunjungi oleh kalangan anak-anak hingga dewasa, dengan konsep peradaban kuno serta beragam wahana air buatan seperti sungai, ombak pantai dan seluncuran yang membuat daya tarik dari Atlantis Water Adventure semakin diminati

2. Dunia Fantasi

Dunia Fantasi atau yang lebih populer dengan sebutan Dufan, pertama kali dibuka untuk umum pada 29 Agustus tahun 1985 dan merupakan theme park pertama yang dikembangkan oleh Perseroan dan telah memiliki sertifikat ISO 9001:2015 sejak Februari 2017. Wahana yang ditawarkan di Dunia Fantasi ini sangat beragam diantaranya adalah wahana indoor, outdoor, dan panggung pertunjukkan. Dunia Fantasi sendiri sebagian besar dikunjungi oleh kalangan remaja, karena di Dunia Fantasi sebagian besar konsep atraksi wisatanya memang membutuhkan adrenalin untuk memainkannya, sehingga di Dunia Fantasi membuat ketentuan sesuai dengan aturan untuk keselamatan pengunjung

3. Sea World

Dikutip dari situs resmi ancil.com Sea World Ancol merupakan sebuah kawasan yang lengkap untuk memberikan hiburan dan pendidikan khususnya dunia laut. Hal tersebut dapat dilihat dari 3 Misi besar Sea World Ancol, diantaranya Pendidikan, Konservasi dan Hiburan. Saat ini Sea World Ancol

memiliki sekitar 7.300 ekor biota air tawar dan 11.500 ekor biota air laut. Seluruh biota tersebut ditempatkan pada 28 akuarium yang di bagi menjadi 9 pcs akuarium air tawar dan 19 pcs akuarium untuk air laut. Selain itu, terdapat juga kolam terbuka sebanyak 4 kolam.

4. Gelanggang Samudera

Gelanggang Samudra menampilkan atraksi wisata yang berupa pertunjukkan dari satwa yang telah dilatih oleh para pawang satwa. Gelanggang Samudra sendiri sebagian besar dikunjungi oleh anak-anak dan didampingi oleh orang tua ataupun pemandu wisata dari penyedia jasa perjalanan.

5. Pantai

Dari segi keindahan, pantai yang berada di kawasan ancol sudah ditata oleh pengelola dengan rapi dan terawat. Pantai merupakan atraksi wisata yang menyediakan beragam sarana aktivitas seperti berenang, bermain air dan pasir, berjemur, olahraga dan aktifitas lainnya. Tidak hanya itu, wisatawan juga dapat melakukan wisata kuliner, karena pada kawasan pantai ini terdapat beberapa rumah makan, kafe, hingga restoran

C. Digitalisasi

“Konsep transformasi digital berasal dari istilah digitalisasi yang memiliki definisi luas terkait dengan penggunaan teknologi digital untuk berinovasi dalam model bisnis, menyediakan sumber penerimaan, dan peluang penciptaan nilai” (Kohtamäki et al., 2019; Parida et al., 2019).

Digitalisasi merupakan peralihan dari proses manual atau tradisional menjadi digital yang memerlukan koneksi internet dan lebih modern. Masyarakat di Indonesia tentunya sudah terbiasa menggunakan internet pada kehidupan sehari-hari. Maka dari itu digitalisasi dilakukan untuk mempermudah dan mempercepat kinerja pelaku usaha. Untuk melakukan proses digitalisasi, biasanya para pelaku usaha akan mengeluarkan biaya lebih. Namun dengan adanya digitalisasi dapat memudahkan para pelaku usaha dalam berbagai bidang, seperti pemasaran, metode pembayaran, memudahkan proses pembelian bahan baku dan lain sebagainya.

1. Manfaat Digitalisasi: Salah satu manfaat adanya digitalisasi adalah untuk memudahkan konsumen dalam hal pembelian maupun pembayaran karena tersedianya berbagai macam pilihan metode pembayaran. Sedangkan bagi pelaku usaha, manfaat digitalisasi yang dapat dirasakan adalah untuk meminimalisir biaya operasional dan untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak.
2. Jenis Digitalisasi: a) Transaksi digital: Transaksi digital atau yang lebih dikenal dengan sebutan digital payment, memiliki dua bentuk dasar berupa jaringan komputer dan sistem digital. Jenis dari transaksi digital yang ada di Indonesia seperti E-wallet (OVO, gopay, dana, linkaja, isaku, jenius), QR code, dan QRIS. b) Pemasaran digital: Pemasaran digital atau yang sering disebut dengan digital marketing dengan sarana media sosial mampu mengolah, menyajikan, serta menyimpan data pelaku usaha dan pelanggan dalam sebuah database secara akurat. Pemasaran digital membantu perluasan pasar melalui media yang digunakan dalam membangun dan mengembangkan pelaku usaha dan produknya.

D. Kinerja

Menurut Zulfikar (2018) kinerja pelaku usaha merupakan suatu istilah yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan dari suatu organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang

diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen dan semacamnya. Sedangkan menurut Nuvriasari (2012) kinerja pelaku usaha adalah fungsi hasil- hasil kegiatan yang ada dalam suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dalam mencapai tujuan yang ditetapkan selama periode tertentu. Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah sebuah perwujudan kerja yang dilakukan oleh pelaku usaha atau karyawan yang biasa digunakan sebagai dasar penilaian terhadap hasil didalam suatu organisasi ataupun pekerjaannya

E. Pelaku Usaha Wisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, BAB I, pasal 1 ayat 7 Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/ atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Menurut pengertian Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

F. Jenis Pelaku Usaha Wisata

Dalam Pasal 14 ayat (1) Undang-Undang Kepariwisata menjelaskan bahwa jenis usaha pariwisata meliputi:

1. Pengelola daya tarik wisata
2. Pengelola kawasan pariwisata
3. Jasa transportasi wisata
4. Jasa perjalanan wisata
5. Kuliner
6. Akomodasi
7. Penyelenggara hiburan dan rekreasi
8. MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition)
9. Jasa informasi pariwisata
9. Jasa konsultan wisata
10. Pramuwisata
11. Wisata tirta
12. Spa

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel, analisis data bersifat statistik, yang bertujuan untuk menguji pengaruh yang akan diteliti.

Pengumpulan data pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui kuesioner yang ditujukan kepada para pelaku usaha wisata di Ancol dengan jumlah responden sebanyak 70 orang. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan link google form. Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam hal ini penulis membuat pertanyaan tertutup, pertanyaan tertutup artinya kuesioner yang menggunakan teknik

pilihan ganda atau sudah ada jawaban, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tepat menurut pandangan responden.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dan memberikan pemahaman mengenai hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah digitalisasi, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah kinerja usaha. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut ini:

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: Pengolahan Data, 2022

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diperoleh dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2019). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelaku usaha wisata yang ada di PT. Taman Impian Jaya Ancol dari segala jenis usaha.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dan dipilih untuk dijadikan perwakilan oleh peneliti dari jumlah populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* berupa *accidental sampling*, yaitu “suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian” Notoatmodjo (2019).

Subjek yang dipilih sebagai responden ditemui atau kebetulan ada di Taman Impian Jaya Ancol, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang ada di Taman Impian Jaya Ancol sebanyak 70 responden.

Sumber data dalam penelitian ini didapat dari sumber data primer yang dikumpulkan dari usaha-usaha wisata di Kawasan Ancol Jakarta Utara melalui survei yang menggunakan kuesioner.

Pengumpulan data merupakan salah satu bagian penting dalam proses penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini diantaranya: 1) Kuesioner: Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab” (Sugiyono, 2019). Kuesioner penelitian berupa pertanyaan tertutup, pertanyaan tertutup artinya kuesioner yang menggunakan teknik pilihan ganda atau sudah ada jawaban, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tepat menurut pandangan responden. 2) Wawancara: “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil” (Sugiyono, 2019). Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden kemudian responden menjawab secara bebas. Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada pelaku usaha wisata. 3) Observasi: “Observasi atau pengamatan proses sistematis yang merekam pola perilaku aktual orang, benda, dan peristiwa yang terjadi. Dalam melakukan observasi, peneliti mengamati situasi peneliti dengan cermat dan mencatat serta merekam semua hal yang ada disekitar objek penelitian yang berkaitan dengan informasi yang diperoleh dari

objek amatan” (Sugiyono, 2019). Observasi yang penulis lakukan, yaitu dengan melihat keadaan pelaku usaha wisata yang ada di kawasan wisata Taman Impian Jaya Ancol.

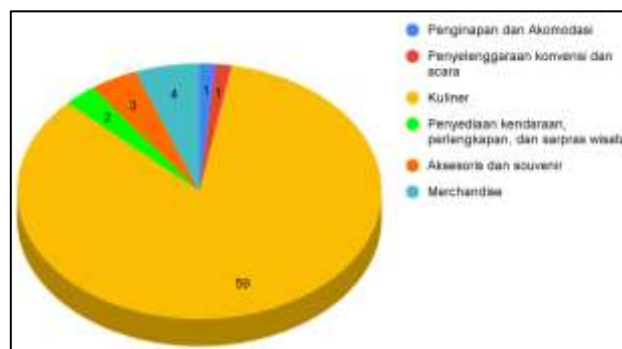
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengumpulan Data

Taman Impian Jaya Ancol merupakan sarana bagi banyak pelaku usaha wisata yang terletak bagian utara Jakarta, maka dari itu penulis akan membaginya menjadi beberapa karakteristik berdasarkan data yang diperoleh dari responden dengan jumlah sebanyak 70 orang yang di buat dalam format diagram dan tabel sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Usaha Wisata

Gambar 3.1 *Jenis Usaha Wisata*

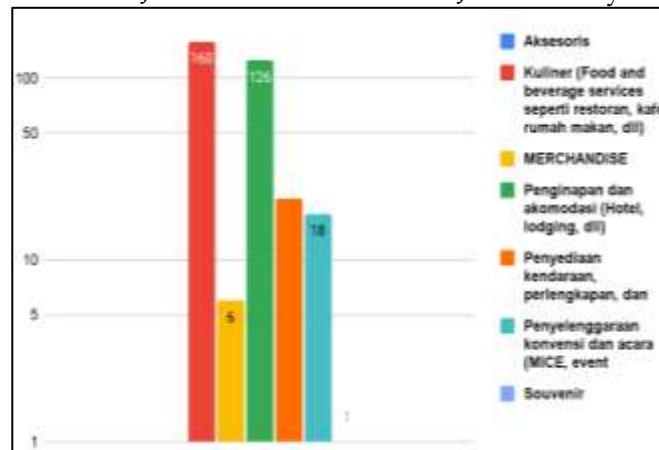


Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari gambar 3.1 dapat disimpulkan jenis usaha wisata yang berada di Taman Impian Jaya Ancol didominasi oleh jenis usaha wisata kuliner berjumlah 59 dari total 70 responden yang telah mengisi kuesioner.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha Wisata dan Jumlah Karyawan

Gambar 3.2 *Jenis Usaha Wisata Dan Jumlah Karyawan*

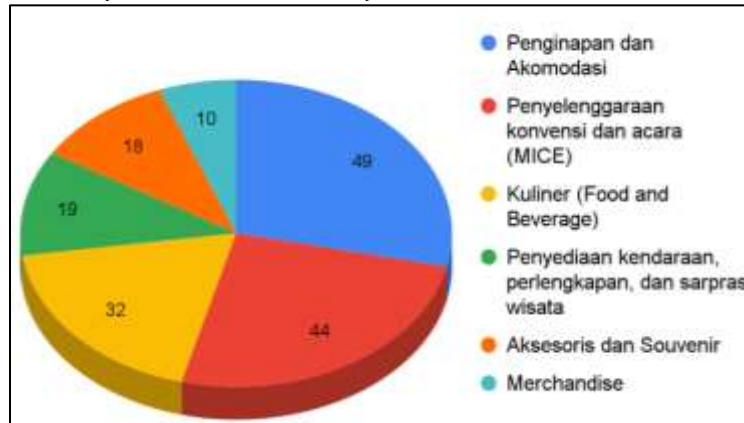


Sumber: Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan gambar 3.2, dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah karyawan tertinggi berada pada jenis usaha wisata kuliner dengan jumlah keseluruhan 160 karyawan, sedangkan jumlah karyawan terendah berada pada jenis usaha wisata penjualan aksesoris dengan jumlah 1 karyawan.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha Wisata beserta Jumlah Tahun Usaha Wisata Beroperasi

Gambar 3.3 Data Jenis Usaha Beserta Jumlah Tahun Usaha Wisata Beroperasi

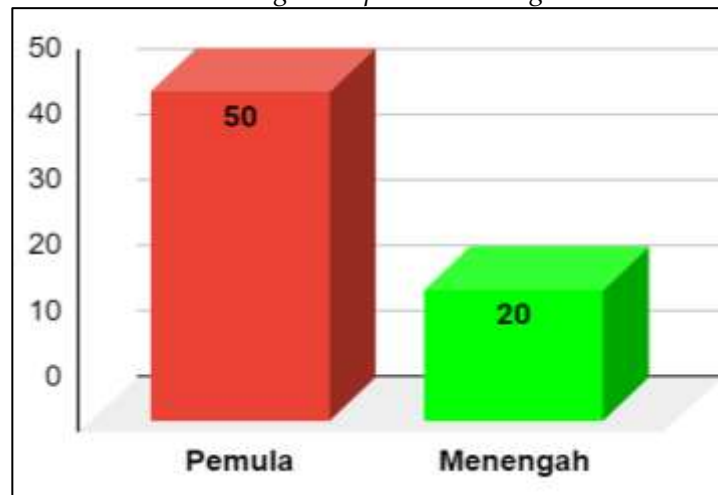


Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari gambar 3.3 dapat disimpulkan bahwa pada jenis usaha wisata penginapan dan akomodasi memiliki jumlah tahun usaha beroperasi tertinggi yaitu 49 tahun, sedangkan jenis usaha wisata merchandise 10 tahun.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Implementasi Digitalisasi

Gambar 3.4 Tingkat Implementasi Digitalisasi

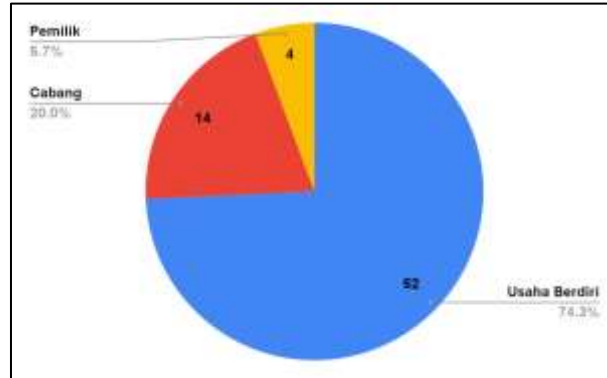


Sumber: Pengolahan Data, 2022

Tingkat kematangan implementasi teknologi pada pelaku usaha wisata di Taman Impian Jaya Ancol tergolong masih rendah, Hal ini terbukti dari jumlah implementasi digital pemula sebanyak 50 responden, sedangkan tingkat implementasi digital menengah sebesar 20 responden, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.4 berikut ini:

5. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Usaha

Gambar 3.5 Jenis Usaha



Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari gambar 3.5 dapat disimpulkan bahwa jenis usaha yang ada di Taman Impian Jaya Ancol didominasi oleh jenis usaha berdiri sendiri, terbukti dari jenis usaha berdiri sendiri berjumlah 52 responden atau 74% dari 100% responden yang telah mengisi kuesioner.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3.1 Usia Responden

Usia (dalam tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
18 - 25	12	17%
26 - 35	36	51%
36 - 45	16	23%
>45	6	9%
Total	70	100%

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Usia responden yang terdata mayoritas pelaku usaha yang menjadi responden adalah rentang usia 26-35 tahun yang dapat dikatakan usia produktif, yaitu sebanyak 36 orang dari 70 orang, atau 51% dari 100% responden, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 3.2 Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sekolah Menengah Atas	56	80%
2	Diploma atau setara	12	17%
3	Sarjana	2	3%
	Total	70	100%

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 3.2 dapat disimpulkan bahwa dari 100% responden mayoritas 80% responden tingkat pendidikannya yaitu Sekolah Menengah Atas dengan jumlah 56 orang dari 70 orang responden.

8. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pengalaman Usaha Wisata

Tabel 3.3 Lama Pengalaman Usaha Wisata

No	Pengalaman Usaha Wisata (dalam tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1 - 5	54	77%
2	6 - 10	11	16%
3	11 - 15	3	4%
4	>15	2	3%
Total		70	100%

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari tabel 3.3 dapat disimpulkan bahwa persentase pengalaman usaha wisata selama 1-5 tahun sebanyak 77%, sedangkan pengalaman lebih dari 15 tahun sebanyak 3%.

9. Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi atau Jabatan

Tabel 3.4 *Posisi / jabatan responden*

No	Posisi / Jabatan	Jumlah	Persentase
1	Non Manajer atau Non Pimpinan Organisasi	55	79%
2	Manajer Organisasi atau setara	10	14%
3	Pimpinan atau Pemilik	5	7%
Total		70	100%

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa persentase jabatan non manajer sebanyak 79% atau sebanyak 55 orang, sedangkan persentase jabatan pimpinan sebanyak 7% atau sebanyak 5 orang.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan sebuah angket disetiap pernyataannya. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 24. Kemudian nilai koefisien dari korelasi dari setiap item pernyataan (r hitung) dibandingkan dengan nilai r tabel dengan nilai signifikansi 5% adalah sebesar

(0.235) angka tersebut didapat dari situs resmi SPSS Indonesia. Adapun dasar pengambilan uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ = valid
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ = tidak valid

Berdasarkan data yang sudah diperoleh, penulis telah melakukan uji korelasi pearson pada variabel digitalisasi (X) dan variabel kinerja pelaku usaha wisata (Y) sehingga memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Digitalisasi (X)

Digitalisasi	$r \text{ hitung}$	$r \text{ tabel}$	Keterangan
Pernyataan 1	0,683	0,235	valid
Pernyataan 2	0,740	0,235	valid
Pernyataan 3	0,703	0,235	valid
Pernyataan 4	0,769	0,235	valid
Pernyataan 5	0,821	0,235	valid
Pernyataan 6	0,812	0,235	valid
Pernyataan 7	0,742	0,235	valid
Pernyataan 8	0,780	0,235	valid
Pernyataan 9	0,833	0,235	valid
Pernyataan 10	0,827	0,235	valid
Pernyataan 11	0,869	0,235	valid
Pernyataan 12	0,824	0,235	valid
Pernyataan 13	0,793	0,235	valid
Pernyataan 14	0,803	0,235	valid
Pernyataan 15	0,802	0,235	valid
Pernyataan 16	0,845	0,235	valid

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Pelaku Usaha Wisata (Y)

Kinerja Pelaku Usaha Wisata	$r \text{ hitung}$	$r \text{ tabel}$	Keterangan
Pernyataan 1	0,780	0,235	valid
Pernyataan 2	0.808	0,235	valid
Pernyataan 3	0.741	0,235	valid
Pernyataan 4	0.726	0,235	valid
Pernyataan 5	0.801	0,235	valid
Pernyataan 6	0.809	0,235	valid
Pernyataan 7	0.729	0,235	valid
Pernyataan 8	0.754	0,235	valid
Pernyataan 9	0.784	0,235	valid

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari hasil uji validitas yang sudah dibuat oleh penulis, tabel 3.5 dan tabel 3.6 menunjukkan bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0.235), dapat diartikan bahwa setiap pernyataan yang sudah dikumpulkan dapat dinyatakan valid dan siap untuk dianalisis.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang dengan menggunakan subjek yang sama. Pengukuran dapat dipercaya jika hasilnya tetap sama apabila pengukuran dilakukan secara berulang-ulang. Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24 dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha. Menurut Wiratna Sujarweni (2014) hasil pengujian dapat dikatakan reliabel apabila Cronbach Alpha $> 0,6$. Berikut ini hasil uji reliabilitas variabel independen (Digitalisasi) antara lain:

Tabel 3.7
Uji Reliabilitas Variabel Digitalisasi (X)

<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.960	16

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari tabel 3.7 dapat disimpulkan bahwa *Cronbach Alpha* untuk semua item dari variabel Digitalisasi (X) sebesar $0.960 > 0.60$ artinya instrumen penelitian pada variabel Digitalisasi telah reliabel dengan kata lain dapat diterima. Adapun variabel Kinerja Pelaku Usaha Wisata (Y) dapat dilihat pada tabel 3.8 dibawah ini:

Tabel 3.8
Uji Reliabilitas Variabel Kinerja Pelaku Usaha Wisata (Y)

<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.913	9

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari tabel 3.8 dapat disimpulkan variabel Kinerja Pelaku Usaha Wisata (Y) sebesar $0.913 > 0.60$, yang dapat diartikan bahwa variabel kinerja pelaku usaha wisata dapat dinyatakan reliabel dengan kata lain dapat diterima.

A. Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu digitalisasi variabel bebas (X) dan kinerja pelaku usaha wisata sebagai variabel terikat (Y). Dikarenakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya ada satu variabel terikat dan variabel bebas maka disebut regresi sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Digitalisasi (X) dengan variabel Kinerja Pelaku Usaha Wisata (Y) apakah positif atau negatif. Hasil dari analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.9
Regresi Linear Sederhana

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	346,120	1	346	18,614	0,000
Residual	12164,466	68	18,595		
Total	1610,586	69			

a. Dependent Variable: Kinerja Pelaku Usaha

b. Predictors: (Constant), Digitalisasi

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari tabel 3.9 diketahui nilai Signifikansi = 0,000 < 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel digitalisasi (X) terhadap variabel kinerja pelaku usaha wisata (Y).

Tabel 3.10
Regresi Linear Sederhana

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16,985	3,149		5,394	0,000
Digitalisasi	0,225	0,052	0,464	4,314	0,000

a. Dependent Variable : Kinerja Pelaku Usaha

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 3.10, didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 16,985 + 0,225 X$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan antara lain sebagai berikut:

$a = 16,985$ merupakan nilai konstanta, menunjukkan bahwa jika tidak adanya digitalisasi atau sama dengan 0, maka Kinerja Pelaku Usaha Wisata nilainya sebesar 16,985.

$b = 0,225$ merupakan nilai koefisien menunjukkan bahwa jika nilai digitalisasi bertambah 1%, maka Kinerja Pelaku Usaha Wisata akan meningkat sebesar 22,5%.

Dari kedua analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa Digitalisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Pelaku Usaha Wisata.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Variabel Digitalisasi (X) terhadap Kinerja Pelaku Usaha Wisata (Y) yang dapat dilihat dari tabel yang diolah dari SPSS versi 24 berikut ini:

Tabel 3.11
Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,464	0,215	0,203	4,312
a. Predictors: (Constant), Digitalisasi				

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Dari tabel 3.11 diketahui nilai korelasi/hubungan (R Square) yaitu sebesar 0,215, yang dapat diartikan bahwa pengaruh variabel digitalisasi (X) terhadap variabel kinerja pelaku usaha wisata (Y) adalah sebesar 21.5%, artinya pengaruh digitalisasi terhadap kinerja pelaku usaha tergolong rendah dikarenakan persentase hasil analisis koefisien determinasi masih dibawah 50%.

KESIMPULAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penulis mengkaji bagaimana dan seberapa kuat pengaruh variabel digitalisasi (x) terhadap variabel kinerja pelaku usaha wisata (y). Pengaruh digitalisasi dapat dilihat berdasarkan hasil dari pembahasan dan analisis yang telah dipaparkan dari data primer yaitu kuesioner dengan responden sejumlah 70 orang, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan yang ditujukan untuk menjawab rumusan permasalahan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana penelitian ini, dengan nilai Signifikansi = $0,000 < 0,5$ maka dapat dinyatakan Variabel Digitalisasi (X) berpengaruh terhadap Variabel Kinerja Pelaku Usaha Wisata. Pada analisis dan hasil persamaan koefisien, variabel kinerja pelaku usaha sebesar 0,225 menunjukkan bahwa jika nilai digitalisasi bertambah 1%, maka Kinerja Pelaku Usaha Wisata akan meningkat sebesar 22,5%.
2. Berdasarkan analisis koefisien determinasi pada penelitian ini, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,215, yang dapat diartikan bahwa pengaruh variabel digitalisasi (X) terhadap variabel kinerja pelaku usaha wisata (Y) adalah sebesar 21.5%.

REFERERENSI

- Nuvriasari, Audita, Gumirlang Wicaksono Sumiyarsih. 2012. Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja UKM. Diakses dari <https://ejournal.stiesia.ac.id/ekuitas/article/view/88/83> pada 7 Agustus 2022
- Sejarah Ancol. Korporat Ancol. Diakses dari <https://korporat.ancol.com/id/page/sejarah> pada 25 Juli 2022
- Parida, V., Sjödin, D., & Reim, W. (2019). Reviewing literature on digitalization, business model innovation, and sustainable industry: Past achievements and future promises. *Sustainability* (Switzerland), 11(2). Diakses dari <https://doi.org/10.3390/su11020391> pada 10 Agustus 2022
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. BAB I, Pasal 1 ayat (3)
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, BAB I, Pasal 1 ayat 7
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 20019 Tentang Kepariwisata. BAB IV, Pasal 14
Zulfikar, Rizki, Lastri Novianti. 2018. Pengaruh Kapabilitas Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha. Jurnal riset bisnis dan manajemen. Diakses dari <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jurisma/article/view/1004/750> pada 7 Agustus 2022

Copyright Holder :

© Muhammad Heykal, et al., (2023).

First Publication Right :

© Attractive : Innovative Education Journal

This article is under:

