

Pengaruh Daya Tarik, Promosi dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisata Curug Bengkawah Kabupaten Pemalang

Salsabila Putri Endryan¹ dan Aryan Eka Prastya Nugraha²

email: salsa.endryan@gmail.com, aryan_eka40@yahoo.com

Universitas PGRI Semarang

Abstract

The research conducted aimed to evaluate the influence of attractiveness, promotions, and facilities on the Interest in Revisiting the Curug Bengkawah tourist destination in Pemalang Regency, using multiple linear regression techniques processed through the SPSS program for data handling. The decline in the frequency of tourist arrivals at Curug Bengkawah in Pemalang Regency during the period from 2018 to 2022 was recorded by observation. The population that was the subject of this study was individuals who had visited Curug Bengkawah at least once, with a total of 100 respondents drawn using the purposive sampling method. A questionnaire was used as a data collection tool in this quantitative study. The results show that attractiveness (X1), promotion (X2), and facilities (X3) have a significant and positive influence on the Interest in Revisiting (Y), both simultaneously and partially..

Keywords: *Attraction, Promotion, Facilities, and Interest in Revisiting*

Abstrak

Penelitian yang dilaksanakan bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh daya tarik, promosi, dan fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali ke destinasi wisata Curug Bengkawah di Kabupaten Pemalang, menggunakan teknik regresi linier berganda yang diproses melalui program SPSS dalam penanganan data. Deklinasi dalam frekuensi kedatangan turis ke Curug Bengkawah di Kabupaten Pemalang selama periode 2018 sampai dengan 2022 dicatat oleh observasi. Populasi yang menjadi subjek penelitian ini adalah individu yang paling tidak sekali berkunjung ke Curug Bengkawah, dengan sejumlah 100 responden yang ditarik menggunakan metode purposive sampling. Kuesioner telah digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif ini. Hasilnya menunjukkan bahwa daya tarik (X1), promosi (X2), dan fasilitas (X3) memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y), baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: *Daya Tarik, Promosi, Fasilitas dan Minat Berkunjung Kembali*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata, dipandang sebagai pusat utama, dikarenakan kekayaan sumber daya alam dan kebudayaan yang dimiliki Indonesia. Sektor ini, yang merupakan salah satu yang penting, diharapkan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi regional, memiliki kapasitas untuk menggerakkan perekonomian nasional secara signifikan.

Daya tarik suatu destinasi wisata dikenali melalui perjalanan yang dilaksanakan oleh para wisatawan. Wisatawan memulai perjalanan dari tempat tinggal untuk mengunjungi berbagai lokasi guna memenuhi beragam kebutuhan, sebagaimana didefinisikan dalam pariwisata. Perjalanan tersebut, yang dapat terjadi dalam periode sementara dari suatu tempat ke tempat lain, dikenal sebagai pariwisata. Maka dari itu, pengertian bahwa perjalanan itu diadakan oleh masyarakat, para pengusaha, pemerintah pusat, dan pemerintah daerah untuk mengevaluasi daya tarik yang dipromosikan oleh destinasi wisata.

Dinyatakan oleh Harani dkk., (2017) bahwa keindahan alam Kabupaten Pemalang, yang mencakup air terjun, mata air alami, dan suasana perbukitan, dipromosikan untuk pariwisata. Minat wisatawan untuk mengunjungi Provinsi Jawa Tengah dipengaruhi secara signifikan oleh kekayaan alamnya, yang meliputi pantai, bukit, gunung, air terjun, dan sebagainya. Fasilitas yang beragam serta daya tarik Curug Bengkawah, yang termasuk kegiatan bermain di sungai yang dipenuhi batu besar, disediakan untuk dinikmati oleh para pengunjung di Desa Sikasur, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang. Curug Bengkawah adalah daya tarik wisata alam di Kabupaten Pemalang, Kecamatan Belik, Desa Sikasur, yang menarik banyak pecinta alam yang tertarik pada sungai yang mengalir dari air terjun.

Kelemahan tertentu dihadapi oleh Curug, meskipun manfaat diberikan kepada para wisatawan. Inovasi berkelanjutan harus dilakukan oleh pengelola Curug untuk meningkatkan daya tarik dan bersaing dengan destinasi wisata lain yang lebih mudah diakses. Strategis atau tidaknya lokasi juga berdampak pada aksesibilitas, baik menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. Untuk dapat melampaui destinasi wisata dengan akses yang lebih mudah, Curug

menghadapi tantangan yang cukup besar. Data mengenai jumlah pengunjung di objek wisata Curug Bengkawah ditampilkan di bawah ini.

Tabel 1 Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata Curug Bengkawah Kabupaten Pematang
Tahun 2018-2022

<i>Tahun</i>	<i>Jumlah Pengunjung</i>
2018	59.960
2019	42.358
2020	28.882
2021	19.608
2022	15.879

Sumber : Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pematang (Juni 2023)

Disajikan Tabel 1 yang menunjukkan bahwa antara tahun 2018 hingga 2022, jumlah pengunjung di Curug Bengkawah menurun. Akibat penurunan jumlah pengunjung tersebut, pendapatan dari UMKM dan BUMDES mengalami penurunan. Oleh karenanya, diharapkan BUMDES mengambil inisiatif dalam meningkatkan Minat Berkunjung Kembali ataupun minat kunjungan wisatawan.

Sebelumnya, penelitian yang relevan dengan permasalahan ini telah dilakukan. Uji t yang dijalankan oleh Ardiansyah & Ratnawili (2021) mengindikasikan bahwa Daya Tarik memberikan dampak yang paling signifikan. Sehubungan dengan itu, penelitian tersebut dijadikan acuan untuk menjadikan daya tarik sebagai variabel prediktor yang akan diuji kembali, erat berkaitan dengan objek yang diteliti serta menjadi salah satu faktor penting di tempat wisata alam. Dalam konteks tempat wisata, daya tarik tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Ariyani dkk., (2022) menjadi rujukan dalam mengambil promosi sebagai variabel prediktor yang bisa diuji kembali. Berdasarkan hasil yang diperoleh, variabel promosi dijadikan sebagai acuan. Variabel promosi sebagai acuan digunakan. Media sosial termasuk blog, wiki, dan jejaring sosial dioperasikan untuk mempercepat partisipasi. Oleh karena itu, dari hasil analisis uji t, dibuktikan bahwa variabel yang dominan paling mempengaruhi merupakan promosi.

Dalam studi berjudul "*The Influence of Attractions and Amenities on Revisit Intention at the Natural Tourism Object of the Hulu Dayeuh Trijaya Campground, Mandirancan District, Kuningan Regency*" Annisha dkk., (2022) menemukan bahwa fasilitas memiliki dampak signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Berdasarkan isu-isu yang disebutkan dalam pendahuluan, para peneliti telah mengembangkan studi lanjutan dengan judul " Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Alam Hulu Dayeuh Trijaya Campground, Kecamatan Mandirancan, Kabupaten Kuningan." Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa minat berkunjung kembali terutama didorong oleh berbagai fasilitas yang telah dikembangkan di Curug Bengkawah, seperti tempat parkir, beberapa kios penjual makanan, sarana toilet, dan mushola. Fasilitas ini merupakan unsur utama yang mendukung minat berkunjung kembali, sesuai dengan hasil analisis.

METODE PENELITIAN

Dalam riset ini, dengan sumber informasi primer, data didapatkan dari 100 responden yang telah berkunjung setidaknya sekali atau sedang mengunjungi Curug Bengkawah. Pendekatan deduktif diadopsi dalam analisis data pada metode kuantitatif yang telah diterapkan. Melalui kuesioner atau angket dan menggunakan skala Likert, data dikumpulkan dan variabel diukur dalam penelitian ini. Analisis regresi linier berganda, pengujian asumsi klasik, serta pengujian hipotesis (uji t dan uji f), termasuk koefisien determinasi, dilaksanakan dengan memanfaatkan program perangkat lunak SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dari temuan penelitian yang telah dilaksanakan memperlihatkan bahwa minat berkunjung kembali mengalami pengaruh yang positif dan signifikan dari faktor daya tarik (X1), fasilitas (X3), dan promosi (X2). Temuan ini didasarkan pada analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengevaluasi dampak berbagai faktor terhadap minat konsumen.

Tabel 2

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.863	2.724		3.254	.002
	DAYA TARIK	.244	.076	.343	3.210	.002
	PROMOSI	.214	.099	.243	2.174	.032
	FASILITAS	.237	.097	.352	3.232	.037

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

Sumber : Data primer diolah (2024)

1. Pengaruh Daya Tarik (X1) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

Penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah & Ratnawili (2021) dan Wahim et al. (2023), mendapati bahwa daya tarik mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berkunjung kembali di Curug Bengkawah Kabupaten Pemalang, sesuai dengan penerimaan hipotesis pertama (H1). Penelitian terdahulu yang relevan juga ditegaskan oleh hasil-hasil ini, bahwa secara positif daya tarik mempengaruhi minat berkunjung kembali. Nilai Thitung untuk Daya Tarik, yang nilainya melampaui ttabel ($3,210 > 1,985$), menunjukkan signifikansi yang tinggi, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai sangat rendah tersebut ($0,002 < 0,05$).

2. Pengaruh Promosi (X2) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ariyani dkk., (2022) dan Kusumaningrum et al., (2022) telah menunjukkan bahwa promosi memiliki dampak signifikan terhadap niat untuk kembali mengunjungi Curug Bengkawah yang terletak di Kabupaten Pemalang. Berdasarkan studi ini, promosi berperan dalam mendorong minat berkunjung kembali, yang selanjutnya

memperkuat hasil yang ditemukan dalam penelitian terdahulu. Dengan nilai t-hitung 2,174, yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,985, dan tingkat signifikansi 0,032 yang berada di bawah 0,05, dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki dampak yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Pengesahan H2 diindikasikan oleh hasil analisis statistik ini, mengonfirmasi bahwa dampak promosi terhadap minat berkunjung kembali adalah positif.

4. Pengaruh Fasilitas (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

Kesimpulan bahwa minat berkunjung kembali secara signifikan dipengaruhi oleh fasilitas didukung oleh studi Annisha dkk., (2022). Adalah dicatat dalam t-hitung sebesar 3,232, fasilitas melampaui t-tabel yang mencapai 1,985. Sehingga, hipotesis ketiga (H3) diterima, menunjukkan dampak positif dari fasilitas terhadap minat berkunjung kembali ke Curug Bengkawah di Kabupaten Pematang Jaya secara parsial. Nilai signifikansi yang dicapai pada uji t adalah 0,037, yang berada di bawah ambang batas 0,05.

Tabel 3

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	972.829	3	324.276	25.169	.000 ^b
	Residual	1236.881	96	12.884		
	Total	2209.710	99			

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

b. Predictors: (Constant), FASILITAS, DAYA TARIK, PROMOSI

Sumber : Data Diolah (2024)

5. Pengaruh Daya Tarik (X1), Promosi (X2) dan Fasilitas (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali

Menurut data yang diuji, 25,169 untuk nilai F_{hitung} melebihi F_{tabel} 2,968, dengan tingkat signifikansi yang mencapai 0,000, lebih rendah dari ambang batas 0,05. Kontribusi daya tarik, promosi, dan fasilitas memberikan tanda penerimaan H4. Pada wilayah Curug Bengkawah di Kabupaten Pematang Jaya, minat berkunjung kembali secara signifikan dan positif terbentuk dari ketiga faktor tersebut

Tabel 4

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.742	.723	1.18945

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, DAYA TARIK, PROMOSI

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel data menunjukkan bahwa hasil penelitian telah mencatat nilai R^2 sebesar 0,742. Hasil ini memperlihatkan bahwa faktor gabungan dari Daya Tarik, Promosi, dan Fasilitas menyumbang 74,2% terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Curug Bengkawah di Kabupaten Pemalang. Terungkap bahwa 25,8% sisanya tidak termasuk dalam analisis ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini menyoroti dampak positif dan signifikan dari Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Curug Bengkawah di Kabupaten Pemalang, baik secara parsial maupun simultan. Dengan memperhatikan pentingnya berbagai aspek tersebut, peneliti selanjutnya dianjurkan untuk memperluas penelitian dengan mengeksplorasi faktor lain seperti citra destinasi, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung. Untuk memperkuat Minat Berkunjung Kembali, diberikan saran kepada pengelola agar meningkatkan Daya Tarik, Promosi, dan Fasilitas di area tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisha, R., Hotimah, O., & Munandar, A. (2022). The Influence of Attractions and Amenities on Revisit Intention at the Natural Tourism Object of the Hulu Dayeuh Trijaya Campground, Mandirancan District, Kuningan Regency. *Department of Geography Education, Faculty of Social Science*, 154–160.
- Ardiansyah, Y., & Ratnawili. (2021). Daya Tarik, Citra Destinasi, dan Fasilitas Pengaruhnya terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah. *Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(2), 129–137.
- Ariyani, R. M., Dhamera, V., & Suyitno. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 133–147. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p133-147>

- Harani, A. R., Arifan, F., Werdiningsih, H., & Riskiyanto, R. (2017). PEMETAAN POTENSI DESA MENUJU DESA WISATA YANG BERKARAKTER (Study kasus : Desa Pesantren Kec Ulujami Kab Pematang). Modul, 17(1), 42. <https://doi.org/10.14710/mdl.17.1.2017.42-47>
- Kusumaningrum, S., Rachma, N., & Khoirul, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. E-Jurnal Riset Manajemen, 1–14. www.fe.unisma.ac.id
- Wahim, I., Chu, J.-Y., & Huynh-Cam, T.-T. (2023). The Effects of Attraction, Promotion and Accessibility on Revisiting Intention to Tana Toraja, South Sulawesi, Indonesia. Journal of Mandalika Review, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i1.8>