

PENGARUH PROMOSI, FASILITAS, DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA KAMPOENG DJAWI JOMBANG

Karlinda Anika Rigita Putri
Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Untag Surabaya
E-mail : karlindaputri19@gmail.com

ABSTRACT

This research conducted by the author with the titled The Effect of Promotion, Facilities, and Travel Attractions on Visiting Decisions. The author takes the tourism destination in Kampoeng Djawi Jombang. Kampoeng Djawi is a tourist destination in Jombang city which seeks to bring up and introduce Javanese models of old days. Kampoeng Djawi Jombang was established in 2013. This tour has 5 clusters, each of which has its own characteristics. This study aims to find out and analyze how the influence of Promotion, Facilities, and Tourism Attraction on Visiting Decisions. The population in this study are visitors who will visit Kampoeng Djawi Jombang Tourism. The results showed that promotion and facilities had a positive and significant effect on the Visiting Decision, while the Attraction of Tourism did not significantly influence the Visiting Decision on the Kampoeng Djawi Jombang Tourism. This is because the Attractions of Kampoeng Djawi such as the type of performances that are less attractive and inadequate lodging in Kampoeng Djawi Jombang. In this study it is also known that the Visit Decision is influenced by the variable Promotion, Facilities, and Travel Attraction by 30.9% while the remaining 69.1% is influenced by variables or other factors not examined in this study such as Location, Ticket Prices, Quality Services and so on.

Keywords: Promotion, Facilities, Travel Attractions, and Visiting Decisions

Pendahuluan

Wisata merupakan tempat dimana kita dapat menemukan kesenangan dan kebahagiaan dengan alam maupun lingkungan hidup. Dengan melakukan liburan atau berwisata dapat menghilangkan sedikit kejenuhan atau stress setelah melakukan berbagai aktivitas yang melelahkan. Industri pariwisata saat ini masih dianggap yang paling pesat perkembangannya. Banyak orang yang menghabiskan waktu luang untuk berlibur ke tempat wisata yang mereka inginkan, bahkan bisa sampai pada ke tempat yang sedikit jauh dari tempat tinggal mereka.

Di Indonesia merupakan Negara yang memiliki berbagai keaneragaman wisata alam maupun buatan. Ditinjau dari sisi pariwisata banyak sekali wisata yang dapat dibanggakan dari Negara kita ini, karena ada beberapa yang tidak dimiliki oleh Negara-Negara lain di Dunia. Serta di Indonesia juga memberikan kontribusi positif bagi pengembangan sektor kepariwisataan yang ada di Indonesia. Potensi wisata di Indonesia secara meluas hampir mencakup semua jenis wisata yang dapat di promosikan kepada para wisatawan. Seperti wisata alam, budaya, dan berbagai wisata lain sebagai hasil buatan manusia sendiri dengan berbagai macam keaneragaman dan keunikan dari setiap masing-masing daerah di Indonesia.

Dalam sektor pariwisata telah menampilkan beberapa peranannya dalam memberikan kontribusi yang nyata terhadap kehidupan Ekonomi, Sosial, dan Budaya. Pemerintah juga dapat mengembangkan pariwisata sebagai suatu industry dengan tujuan untuk mempercepat proses peningkatan kesempatan bekerjasama dalam membangun sektor pariwisata. Pariwisata juga memberikan banyak manfaat terhadap masyarakat-masyarakat sekitar. Objek dan Daya Tarik wisata dapat menyukseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai asset yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.

Seperti di salah satu kota di Jombang terdapat wisata di daerah Wonosalam yaitu wisata Kampong Djawi. Kampong Djawi merupakan salah satu destinasi wisata yang unik dengan suasana khas pedesaan asri dan sejuk. Mulai dari pintu masuk hingga berbagai tempat dan fasilitas penginapan khas Jawa membawa para pengunjung pada era tempo dulu. Apalagi dengan didukungnya udara sejuk Wonosalam bisa membuat para pengunjung betah berlama-lama. Kampong Djawi berada di ketinggian 750 di atas permukaan laut dengan udara yang cukup segar dikelilingi pegunungan dan hamparan sawah memperkuat suasana desa yang menyatu dengan alam. Penginapan di Kampong Djawi berbentuk rumah Joglo yang sangat nyaman untuk para pengunjung.

Pada wisata Kampong Djawi memiliki kegiatan promosinya untuk mengenalkan wisatanya kepada masyarakat maupun para calon wisatawananya. Upaya yang dilakukan dengan cara merancang media promosi yang lebih efektif dan efisien, karena Kampong Djawi memiliki sejarah Jawa sekaligus menjadi tempat wisata. Pada Kampong Djawi pun juga mempunyai akun Sosial Media berupa Instagram untuk mempromosikan wisatanya.

Memasuki wisata Kampong Djawi, para pengunjung dikenakan biaya 50 ribu rupiah per orangnya. Tiket masuk digunakan untuk berkeliling dan berenang. Kali pertama masuk ke Kampong Djawi pengunjung akan disugahi pemandangan yang Jawa banget. Properti yang digunakan sengaja didatangkan langsung dari Lamongan, Jombang, Kediri dan beberapa daerah lain bekas Kerajaan Majapahit. Selain kental dengan property Jawa, berbagai jenis tanaman ang ada akan memberikan kesan teduh dan sejuk. Ada Sembilan rumah joglo, masing-masing berisi 4 kamar yang ditawarkan. Perorang dikenakan biaya 330 ribu rupia termasuk makan 3 kali dan bebas menggunakan seluruh fasilitas seperti karaoke, billiard, dan kolam renang.

Selain fasilitas penginapan Kampong Djawi juga bisa digunakan untuk Outbond dan menjadi tempat prewedding favorit, karena tatanannya yang exotice sekali. Fasilitas di Outdoor seperti high rope, flying fox, amphitheater, arena shooting target, pendopo joglo, rafting di Kali Boro, Off road, motor cross, dan Mountain Bike. Kampong Djawi juga menyediakan program interaktif yang diperuntukan bagi pengunjung. Disana juga dapat memacu adrenaline leat permainan paintball. Kampong Djawi juga menyediakan berbagai masakan Jawa dengan harga yang bervariasi.

Bangunan yang khas kuno menjadi daya tarik tersendiri pada wisata Kampong Djawi ini. Suasana yang sejuk dan dingin menjadikan wisatawan ketagihan akan wisata Kampong Djawi ini. Banyak hal yang menarik disajikan pada wisata ini. Nuansa-nuansa wisata yang diberikan mampu membuat para wiatawan ingin bekunjung kembali ke wisata Kampong Djawi ini.

Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam mengenalkan suatu produk seperti pada wisata Kampong Djawi ini. Tujuannya adanya promosi ini untuk meningkatkan pendapatan dan pengunjung di wisata Kampong Djawi ini. Promosi mempunyai peranan penting dalam dunia wisata ini untuk memperoleh dan mempertahankan pengunjungnya. Oleh

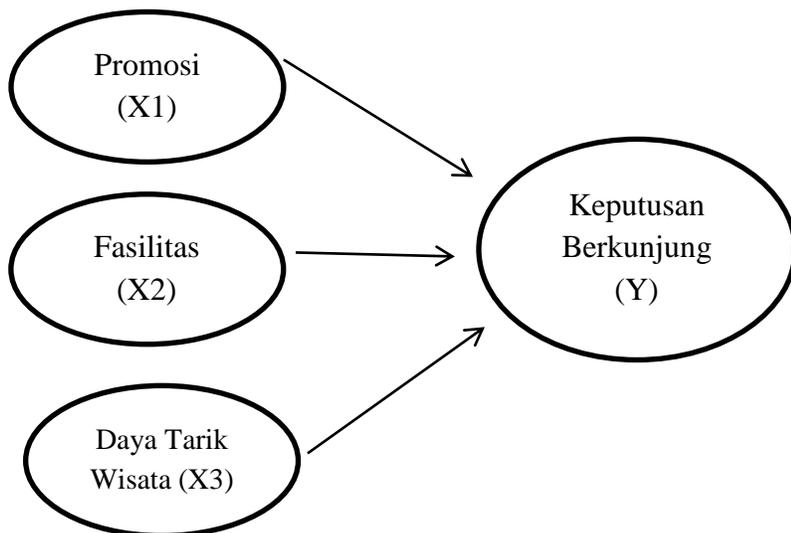
sebab itu wisata Kampoeng Djawi ini menerapkan promosi dan melaksanakan kegiatan promosi dalam bentuk media online dan media offline.

Selain dalam bentuk promosi wisata Kampoeng Djawi juga memberikan fasilitas yang mampu untuk meningkatkan jumlah pengunjung untuk mengunjungi wisata ini. Maka wisata Kampoeng Djawi ini menerapkan fasilitas yang sangat memadai untuk dapat dimainkan oleh para pengunjung. Pada wisata Kampoeng Djawi ini dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman agar para pengunjung dapat merasa nyaman berlibur ditempat wisata Kampoeng Djawi ini. Fasilitas juga merupakan unsur pendukung dalam daya tarik wisata yang menjadikan penilaian pengunjung untuk berkunjung ke Kampoeng Djawi ini. Fasilitas juga tidak hanya berperan sebagai penilaian pengunjung untuk berkunjung, tetapi mendukung suatu objek wisata Kampoeng Djawi ini menjadi menarik.

Dengan adanya fasilitas akan menjadikan daya tarik tersendiri untuk para pengunjung yang akan berkunjung. Maka dari itu wisata Kampoeng Djawi ini memiliki daya tarik tersendiri dari bangunan-bangunan yang berbentuk jawi sekali dan kuno menjadikan pengunjung tertarik untuk berwisata ke Kampoeng Djawi ini. Sedangkan untuk lokasi Kampoeng Djawi sendiri sudah banyak yang mengetahui dan untuk harga tiket masuk pun pada wisata ini juga sangat memadai dengan fasilitas yang diberikan pada wisata ini.

Pengunjung yang akan mengunjungi dan menikmati wisata ini akan lebih mudah mengetahui dan mengungkapkan kesan mereka tentang wisata Kampoeng Djawi ini. Misalnya dalam segi promosi, fasilitas, daya tarik dan lain sebagainya. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka penulis terdorong melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang”.

Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian



Hipotesis Penelitian

1. Hipotesis Pertama :
 - a. H_1 : Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
 - b. H_0 : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
2. Hipotesis Kedua
 - a. H_2 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
 - b. H_0 : Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
3. Hipotesis Ketiga
 - a. H_3 : Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
 - b. H_0 : Daya Tarik Wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner sebagai pengumpulan data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independent terhadap dependent. Teknik analisis data menggunakan analisis linier berganda. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah orang-orang yang sudah pernah mengunjungi wisata Kampoeng Djawi di Wonosalam Jombang.

Dalam penelitian ini penulis mengambil responden sebanyak 100 orang dengan metode non-probability sampling (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya. Teknik ini dipilih karena populasi dan sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu, antara lain:

- a. Wisatawan yang sudah berkunjung
- b. Masyarakat di Jombang

Analisis Data dan Pembahasan

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.425	.623		.682	.497

Promosi (X1)	.364	.122	.261	2.982	.004
Fasilitas (X2)	.473	.096	.429	4.918	.000
Daya Tarik Wisata (X3)	.062	.052	.101	1.193	.236

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung (Y)

dapat diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0,425 + 0,364X_1 + 0,473X_2 + 0,062X_3$$

Dimana:

- Y = Variabel Keputusan Berkunjung
- a = Konstanta
- b1 = Koefisien regresi untuk variabel promosi
- b2 = Koefisien regresi untuk fasilitas
- b3 = Koefisien regresi untuk daya tarik wisata
- X1 = Promosi
- X2 = Fasilitas
- X3 = Daya Tarik Wisata

Jadi persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi perubahan pada Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata akan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung.

Uji Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini nilai $df = 100 - 4 = 96$, dengan nilai signifikansi (α) 5% diketahui nilai t sebesar 1,66088. Hipotesis diterima jika nilai t hitung > tabel, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh variable promosi terhadap keputusan berkunjung

Hasil nilai uji t hitung pada promosi sebesar 2,982 dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,982 > 1,660$) dengan tingkat signifikan ($0,004 < 0,05$), maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

2. Pengaruh variable fasilitas terhadap keputusan berkunjung

Hasil nilai uji t hitung pada fasilitas sebesar 4,918 dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,918 > 1,660$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

3. Pengaruh variable daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung

Hasil nilai uji t hitung pada daya tarik wisata sebesar 1,193 dimana $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($1,193 < 1,660$) dengan tingkat signifikan ($0,236 > 0,05$), maka hipotesis ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata tidak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

Uji Simultan (Uji F)

Nilai F hitung sebesar $14,336 > F \text{ tabel}$ sebesar 2,70 dan signifikan sebesar 0,000. Jadi, pada penelitian ini hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang dapat di terima.

Uji Determinasi (R^2)

Diperoleh hasil *R Square* (R^2) sebesar 0,309 hal ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel promosi, fasilitas, dan daya tarik wisata sebesar 30,9% sedangkan sisanya sebesar 69,1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Korelasi

Terlihat antara variabel independent (promosi, fasilitas, dan daya tarik wisata) terhadap variabel dependent (keputusan berkunjung) terbukti interval koefisien sebesar 0,556. Nilai r yang semakin mendekati 1 berarti semakin kuat hubungan antar variabel.

Pembahasan

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Kampoeng Djawi di Jombang. Ini menggambarkan bahwa semakin bagus Promosi yang dilakukan secara personal selling (komunikasi secara langsung) maka akan semakin tinggi pula para keinginan masyarakat untuk berkunjung ke Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Wisata Kampoeng Djawi juga harus mempertahankan promosi melalui media sosial, promosi melalui humas wisata, dan menginformasikan secara langsung kepada para wisatawan mampu mendorong masyarakat untuk berkunjung ke Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Promosi dengan cara pemberian diskon atau potongan harga kepada para wisatawan yang akan menginap mampu menarik perhatian pengunjung dan akan merekomendasikan wisata kepada kerabat atau orang lain. Hasil ini sesuai dengan penelitian Sandra Di Septika (2018) yang menyatakan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Ini menggambarkan bahwa semakin bagus fasilitas yang diberikan kepada para pengunjung

maka akan semakin tinggi pula keinginan masyarakat untuk berkunjung ke Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Hal ini dikarenakan fasilitas tertata rapi, masih berfungsi dengan baik, teratur dan mengandung unsur estetika, kondisi fasilitas yang mendukung, adanya penunjang fasilitas, dan seluruh karyawan yang menggunakan seragam rapi harus tetap dipertahankan oleh wisata untuk menjadi penarik masyarakat untuk berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Hasil ini sesuai dengan penelitian Imam Ardiansyah (2019) yang menyatakan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

3. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Ini menggambarkan bahwa menurut responden Wisata Kampoeng Djawi Jombang tidak memberikan atraksi pertunjukan yang menarik, adanya lokasi yang kurang memadai untuk menuju ke lokasi wisata, tidak adanya informasi yang jelas, dan penginapan yang kurang memadai terhadap keputusan berkunjung sehingga tidak menjadi daya tarik wisata tersendiri bagi para pengunjung yang akan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

4. Pengaruh Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil analisis uji F ini menunjukkan bahwa Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Meskipun demikian, dari uji parsial ternyata Daya Tarik Wisata tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan kepada pengunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang mengenai Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.
2. Fasilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.
3. Daya tarik wisata mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Menurut penulis ini dikarenakan Wisata Kampoeng Djawi Jombang tidak memberikan atraksi pertunjukan yang menarik sehingga hal ini tidak menjadi daya Tarik bagi masyarakat untuk berkunjung ke Wisata Kampoeng Djawi Jombang
4. Promosi dan Fasilitas secara serempak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Sedangkan yang dominan mempengaruhi Keputusan Berkunjung adalah variable Fasilitas.

Daftar Pustaka

- Ayu Dwi Astuti. 2018. Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, Harga pada Keputusan Pembelian di Mitra 10 Wiyung Surabaya. Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya
- Eka Rosyidah Aprilia, Sunarti, Edriana Pangestuti. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Malang. Universitas Brawijaya. Malang
- Iradatunnisa Mu'izzah. 2019. Pengaruh Kualitas Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah. Universitas Sahid. Jakarta
- Siti Rahmah, Wahyu Sri Haryani, Teguh Satya Wira. 2013. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hairos Waterpark. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma. Medan
- Sopyan. 2015. Analisa Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Skripsi). Universitas Diponegoro. Semarang
- Thomas Aquinas Wahyu Adi Putranto. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Skripsi). Universitas Sanata Darma. Jogjakarta
- Verawati. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Museum Angkut Kota Batu (Skripsi). Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya
- Viqrul Nadia Nur Laili. 2019. Pengaruh Daya Tarik Iklan, Atribut Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Skripsi) . Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya