

## Pengaruh Promosi, Aksesibilitas Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisata Di Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul

Ati Maflakha<sup>1)</sup>; Janfry Sihite<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> *ati.maflakha@gmail.com, Manajemen FEB Universitas Mercu Buana Jakarta*

<sup>2)</sup> *marketingday.comp@gmail.com, Manajemen FEB Universitas Mercu Buana Jakarta*

### Article Info:

**Keywords:**  
*Promotion;*  
**Keyword 2:**  
*Accessibility;*  
**Keyword 3:**  
*Facilities;*  
**Keyword 4:**  
*Interest in visiting*

### Article History:

Received : September 02, 2022  
Revised : Oktober 05, 2022  
Accepted : November 25, 2022

### Article Doi:

<http://dx.doi.org/10.22441/jfm.v2i3.17845>

### Abstract

*The development of tourism in Indonesia is currently being pushed to become a sector that contributes greatly to economic development and improving people's welfare. One of the tourism places that experiences fluctuations in the number of visitors so that it affects economic development is Sedahan Beach, Gunungkidul Regency. This study aims to examine and analyze the effect of promotion on interest in tourist visits, the effect of accessibility on interest in tourist visits, and the influence of tourist facilities on interest in tourist visits. Design This study uses a causal research design with a quantitative research approach. The population in this study were domestic/domestic tourists who had visited Sedahan Beach, Gunungkidul Regency. The sampling technique was purposive sampling, the number of samples was 384 people. Data collection techniques using a questionnaire. Data analysis in this study used multiple linear regression. The results showed that there was a positive and significant effect of promotion on interest in visiting, there was a significant positive effect of the accessibility variable on interest in visiting, there was a significant positive effect of facilities on interest in visiting.*

### Abstrak

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini didorong untuk menjadi sektor yang memberikan andil besar dalam pengembangan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Salah satu tempat pariwisata yang mengalami naik turunnya jumlah pengunjung sehingga berpengaruh terhadap pengembangan perekonomian adalah Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat kunjungan wisata, pengaruh aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisata, dan pengaruh fasilitas wisata terhadap minat kunjungan wisata. Desain Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara/domestik yang pernah melakukan kunjungan ke Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* didapatkan jumlah sampel 384 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan promosi terhadap minat kunjungan, terdapat pengaruh yang positif signifikan variabel aksesibilitas terhadap minat kunjungan, terdapat pengaruh yang positif signifikan fasilitas terhadap minat kunjungan.

**Kata Kunci:** promosi; aksesibilitas; fasilitas; minat kunjungan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini didorong untuk menjadi salah satu sektor yang memberikan andil besar dalam pengembangan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Hal tersebut didorong oleh dunia pariwisata Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, terlihat dari wisatawan yang kunjungan ke daerah

tujuan wisata di Indonesia, yang terkenal dengan keindahan alam, dan keanekaragaman budayanya. Bersama dengan industri teknologi dan informasi (Fajri dan ES, 2016).

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan daerah tujuan wisatawan baik dari wisatawan mancanegara maupun domestik. Dampak pandemi ini juga berpengaruh terhadap kunjungan wisata di Kabupaten Gunungkidul. Berikut ini data jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2018-2019 di Kabupaten Gunung Kidul.

**Tabel 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara di Kabupaten Gunungkidul Pada Tahun 2018-2020**

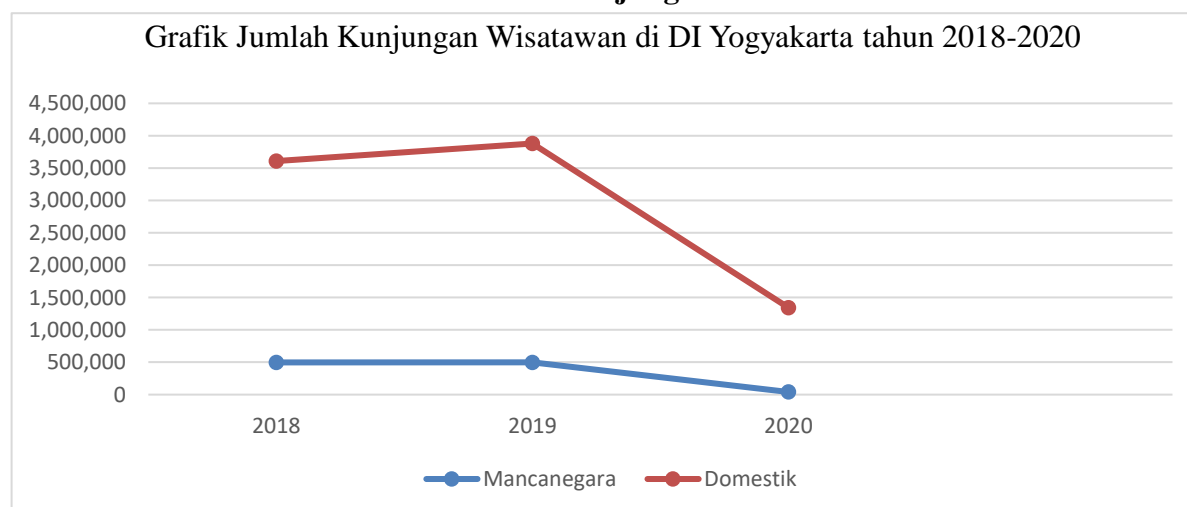
Wisatawan	Jumlah Wisatawan (Jiwa)		
	2018	2019	2020
Wisatawan Mancanegara	22.759	19.191	3.453
Wisawatan Nusantara/Domestik	3.032.525	3.661.612	1.978.146
Jumlah	3.055.284	3.680.803	1.981.599

(Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul)

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa pada tahun 2018 jumlah kunjungan wisata mancanegara di Gunung Kidul tinggi mencapai 22.759 wisatawan. Sedangkan penurunan yang signifikan terjadi pada tahun 2020 hanya sebesar 3.453. Kondisi ini juga terjadi pada jumlah kunjungan wisatawan domestik, pada tahun 2019 jumlah kunjungan tertinggi yang mencapai 3.661.612 wisatawan. Sedangkan yang terendah yaitu pada tahun 2020 mencapai 1.978.146 (Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, 2021).

Kabupaten Gunungkidul terletak di ujung tenggara Kota Yogyakarta sejauh 39 km, memiliki luas wilayah sekitar  $\pm$  1.485, 36 km<sup>2</sup> atau 46,63 % dari luas wilayah propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Gunungkidul terkenal akan obyek wisata pantainya yang berjajar dari barat ke timur sejumlah kurang lebih 46, sejauh 70 km diwilayah selatan Kabupaten Gunungkidul, dan salah satunya adalah suatu kawasan yang terdiri dari tujuh pantai yang letaknya saling berdekatan. Pantai-pantai tersebut adalah Pantai Baron, Kukup, Sepanjang, Drini, Krakal, Slili, Ngandong, dan Sundak. Objek wisata pantai di Gunungkidul ini tergolong sangat banyak jumlahnya dan banyak terdapat objek wisata pantai baru yang didatangi para wisatawan, salah satunya objek wisata Pantai Sedahan. Adapun perbandingan data kunjungan ke Pantai Sedah sebelum dan sesudah pandemi dari tahun 2018-2020 disajikan sebagai berikut:

**Gambar 1. Grafik Data Kunjungan ke Pantai Sedahan**



(Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, 2021)

Berdasarkan gambar 1 di atas, menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah pengunjung pantai Sedah. Tahun 2018 mencapai 4.100 pengunjung. Pada tahun 2019 mengalami peningkatan hingga mencapai 4.370 pengunjung. Namun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu menjadi sebesar 1.300 pengunjung. Sedangkan penurunan yang terjadi pada tahun 2020-2021 dikarenakan adanya kebijakan pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah. Pengelola juga sempat menutup Pantai Sedahan. Sehingga terjadi penurunan yang cukup signifikan kunjungan wisatawan ke Pantai Sedahan.

Selain keunggulan yang disajikan Pantai Sedahan terdapat permasalahan karena terbilang sebagai objek wisata baru, maka fasilitas di Pantai Sedahan belum lengkap. Belum ada wahana permainan, maupun warung-warung yang menjajakan makanan, dan minuman. Namun untuk fasilitas primer, seperti area parkir, dan toilet sudah tersedia. Bagi para pengunjung yang ingin menginap, bisa memilih opsi camping di Pantai Sedahan. Jalan menuju Pantai Sedahan dari Jogja berjarak sekitar 75 kilometer, dengan kisaran waktu tempuh 2 jam perjalanan. Akses jalannya bisa dilalui oleh kendaraan roda dua, maupun roda empat. Hanya saja belum tersedia angkutan umum untuk sampai di lokasi utama Pantai Sedahan. Serta kondisi jalan ke Pantai Sedahan, terutama saat semakin mendekati ke lokasi utamanya memang belum terlalu bagus (Ma'arif, 2021).

Sebelum melakukan penelitian di obyek wisata Pantai Sedahan, peneliti melakukan survei awal secara acak yang dilakukan kepada 50 orang yang peneliti temui tentang pernah atau belum pernah mengunjungi pantai tersebut. Berdasarkan hasil survei awal terhadap 50 orang diperoleh informasi bahwa sebanyak 60% (30 orang) pernah mengunjungi Pantai Sedahan sedangkan sisanya sebesar (20 orang) belum pernah mengunjungi. Dari beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan selanjutnya peneliti melakukan pra survei terhadap 30 orang yang pernah mengunjungi Pantai Sedahan untuk menentukan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat kunjungan wisata. Berdasarkan hasil pra survei diperoleh informasi bahwa dari 50 responden sebanyak 30 orang yang peneliti temui mengatakan pernah kunjungan ke Pantai Sedahan sedangkan 20 orang belum pernah kunjungan. Untuk itu pra survei dilakukan terhadap 30 orang. Variabel kualitas pelayanan sebesar 7 orang (23%) menjawab ya dan 23 orang (77%) menjawab tidak. Citra tempat wisata sebesar 11 orang (37%) menjawab ya dan sisanya sebesar 19 orang (63%) menjawab tidak. Ketertarikan sebesar 9 orang (30%) menjawab ya dan 21 orang (70%) menjawab tidak. Variabel promosi sebanyak 20 orang (67%) menjawab ya dan 10 orang (33%) menjawab tidak. Variabel fasilitas sebanyak menjawab ya 24 orang (80%) dan 6 orang (20%) menjawab tidak. Variabel keamanan dan kenyamanan sebanyak 18 orang (60%) menjawab ya dan sisanya 12 orang (40%) menjawab tidak. Variabel aksesibilitas sebanyak menjawab ya 22 orang (73%) dan sisanya 8 orang (27%) menjawab tidak. Oleh karena itu, variabel yang dipilih dalam penelitian ini merupakan variabel dengan nilai tertinggi yaitu promosi, fasilitas dan aksesibilitas. Dari ketiga variabel yang bernilai tinggi tersebut kemudian dikaitkan dengan minat wisatawan untuk kunjungan di objek wisata Pantai Sedahan. Hasil pra survei ini sesuai dengan penelitian Nurbaeti et al., (2021) menunjukkan secara parsial daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Begitu juga penelitian Agusti et al., (2020) menunjukkan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan desa wisata energi migas Teksas Wonocolo di Bojonegoro. Penelitian Anwani (2021) menunjukkan obyek daya tarik wisata dan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan.

Dengan demikian, dalam penelitian ini peneliti akan membahas tentang "Pengaruh Promosi, Aksesibilitas dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisata di Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul".

## Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat kunjungan wisata di Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisata di Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap minat kunjungan wisata di Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul.

## KAJIAN PUSTAKA

### Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang sangat penting yang dilakukan untuk membuka pangsa pasar yang baru atau memperluas jaringan pemasaran (Badruzzaman dan Saleh, 2020). Sedangkan menurut Gitosudarmo (2017) mengemukakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka yang kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

### Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah suatu alat yang dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang akan melakukan perjalanan (Rossadi dan Widayati, 2018). Aksesibilitas adalah mudah tidaknya wisatawan untuk menuju lokasi tujuan dengan didukung oleh sarana prasarana yang telah tersedia (Yamco, 2019). Menurut Prajalani dalam Pranitasari dan Nabihati (2019), aksesibilitas memiliki definisi yaitu memfasilitasi kemudahan yang pengdaannya ditunjukkan bagi penyandang cacat dengan penerapannya secara optimal agar tercapai kesamaan kesempatan dalam mengakses berbagai kegiatan sehingga terwujud pemerataan pelayanan dalam aspek kehidupan mengikuti pelayanan fasilitas dan aksesibilitas bagi disabel.

### Fasilitas

Fasilitas Wisata adalah merupakan semua sarana penunjang wisata yang secara khusus disediakan untuk melayani kegiatan wisata para pengunjung destinasi wisata agar mereka mendapatkan pengalaman yang berkualitas seperti akomodasi, restoran, dan pusat informasi (Hidayah, 2019). Prasiasa dalam Setyanto dan Pangestuti (2019) menjelaskan bahwa fasilitas wisata adalah “komponen dari suatu destinasi wisata yang dapat memberikan dorongan bagi wisatawan memutuskan untuk tinggal di destinasi tersebut” dalam waktu yang sementara. “Komponen tersebut bisa berupa akomodasi, restoran, dan pelayanan informasi”.

### Minat Kunjungan

Teori minat berkunjung dalam hal ini dianalogikan seperti minat beli terhadap suatu produk. Menurut Setyo putra dalam Aviolitasona (2017) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Sedangkan menurut Asdi dalam Hernita (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Philip Kotler, John Bowen, dan James Makens dalam Putra dan Pangestuti (2018), menyatakan bahwa minat kunjungan wisatawan untuk kunjungan ke suatu destinasi wisata dapat disetarakan dengan minat pembelian konsumen karena keduanya dapat diukur dengan indikator yang sama.

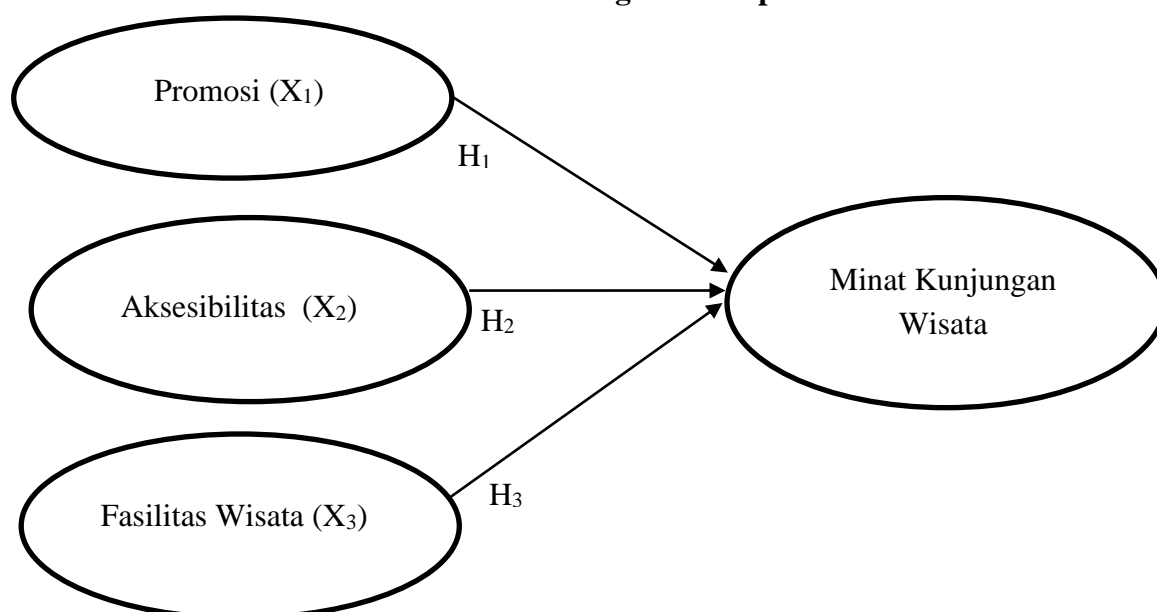
### Hipotesis

H1: Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan

H2: Variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan

H3: Variabel fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan

**Gambar 2. Kerangka Konseptual**



## **METODE**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Dalam penelitian ini memilih tempat untuk diteliti yaitu di Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. Waktu penelitian dimulai dan dilaksanakan pada bulan juli 2021- Juni 2022.

### **Desain Penelitian**

Desain Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal dengan metode penelitiannya adalah metode kuantitatif. Peneliti ini menjelaskan tentang pengaruh promosi, aksesibilitas dan fasilitas wisata terhadap minat kunjungan wisata.

### **Definisi Variabel**

Dalam Penelitian ini variabel terikat yaitu Minat Kunjungan Wisata (Y) dipengaruhi variabel bebas yaitu Promosi (X1), Aksesibilitas (X2), Fasilitas Wisata (X3). Definisi dari Variabel ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Minat Kunjungan Wisata (Y)

Konsumen atau pengunjung telah memilih terhadap produk maupun jasa maka konsumen tersebut telah meyakini bahwa produk atau jasa yang mereka dapatkan adalah produk yang terbaik diantara berbagai pilihan yang ada.

b. Promosi (X1)

Promosi adalah kegiatan menginformasikan mengenai produk dan jasa kepada konsumen agar dapat dikenal dan membujuk konsumen untuk dapat membeli produk dan jasa

c. Aksesibilitas (X2)

Aksesibilitas memiliki definisi yaitu sarana dan prasarana yang disediakan sebagai alat dalam menunjang kemudahan wisatawan untuk mengunjungi tempat tujuan dengan penerapannya secara optimal agar tercapai kesamaan kesempatan dalam mengakses berbagai kegiatan sehingga terwujud pemerataan pelayanan dalam segala aspek.

d. Fasilitas Wisata (X3)

Fasilitas Wisata adalah merupakan semua sarana penunjang wisata yang secara khusus disediakan untuk melayani kegiatan wisata para pengunjung destinasi wisata agar mereka mendapatkan pengalaman yang berkualitas seperti akomodasi, restoran, dan pusat informasi

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara/domestik yang pernah kunjungan ke Pantai Sedahan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling – purposive sampling*. Peneliti menentukan kriteria sampel yakni Warga Negara Indonesia, berusia minimal 17 tahun, menyukai jenis wisata alam dan bahari, melakukan kunjungan ke Pantai Sedahan (dengan rentang waktu kurang lebih 5 tahun terakhir). Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus moe dalam (Arikunto, 2010). Dan hasil perhitungan adalah 384 responden.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket.

### Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji instrumen seluruh variabel yakni variabel promosi, aksesibilitas, fasilitas wisata, dan minat kunjungan wisata menunjukkan hasil yang telah memenuhi syarat validitas dan juga syarat reliabilitas.

### Metode Analisis Data

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas (independen) yaitu kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan lokasi (X3) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen (promosi, aksesibilitas dan fasilitas wisata) terhadap variabel dependen (minat berkunjung wisata) secara parsial. Untuk membuktikan hipotesis penelitian maka dilakukan uji statistik Uji T, Uji F, Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Obyek Penelitian

Pantai Sedahan terletak di Dusun Jepitu, Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk menuju pantai ini dibutuhkan waktu  $\pm 3$  jam perjalanan dari pusat Kota Yogyakarta menggunakan kendaraan bermotor. Biaya masuk Pantai Sedahan sebesar Rp5.000,00 dan masih tergabung dengan tiket masuk Pantai Wediombo, Pantai Jungwok, Pantai Greweng, dan sekitarnya. Pantai Sedahan terletak sekitar dua kilometer di timur Pantai Wediombo.

Pantai Sedahan memiliki panjang  $\pm 100$  meter, relatif cukup kecil dibanding pantai lain di Gunungkidul. Pantai Sedahan juga menawarkan pasir putih yang bersih dan masih terjaga dengan ombak yang relatif cukup besar. Suasana Pantai Sedahan sendiri masih sangat alami dan tenang. Di bibir pantai dihiasi karang dengan berbagai jenis biota laut yang akan terlihat saat air laut surut pada pukul 14.00 s.d. 17.00 WIB. Keelokan dan keindahan Pantai Sedahan tidak hanya itu saja karena di saat malam hari wisatawan dapat melihat *plankton* yang dapat menyala di bibir pantai pada pukul 18.00 s.d. 21.00 WIB.

## Deskripsi Variabel

### Variabel Promosi

**Tabel 3. Rata-Rata Dimensi pada Variabel Promosi**

No.	Dimensi	Rata-Rata	Kategori
1.	Jangkauan promosi	4,028645833	Setuju
2.	Kualitas penayangan	4,060763889	Setuju
3.	Kuantitas penyampaian	4,0234375	Setuju
	Rata-Rata	4,037615741	Setuju

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh rata-rata dimensi yang terdapat dalam variabel promosi sebesar 4,0376 mendekati 4. Sehingga dapat dikatakan indikator yang terdapat dalam setiap dimensi variabel promosi, responden setuju.

### Variabel Aksesibilitas

**Tabel 4. Rata-Rata Dimensi pada Variabel Aksesibilitas**

No.	Dimensi	Rata-Rata	Kategori
1.	Akses informasi	3,930555556	Setuju
2.	Akses kondisi jalan	3,9296875	Setuju
3.	Tempat akhir perjalanan	4,024305556	Setuju
	Rata-rata	3,961516204	Setuju

Berdasarkan Tabel 4. diperoleh informasi bahwa dimensi yang terdapat dalam variabel aksesibilitas mempunyai rata-rata sebesar 3,962. Nilai tersebut mendekati 4 menunjukkan jawaban responden rata-rata setuju dengan setiap indikator pada dimensi variabel aksesibilitas.

### Variabel Fasilitas

**Tabel 5. Rata-Rata Dimensi pada Variabel Aksesibilitas**

No.	Dimensi	Rata-Rata	Kategori
1.	Fasilitas utama	4,022786458	Setuju
2.	Fasilitas pendukung	4,020833333	Setuju
3.	Fasilitas penunjang	4,019097222	Setuju
	Rata-rata	4,020905671	Setuju

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh informasi bahwa dimensi yang terdapat dalam variabel fasilitas mempunyai rata-rata sebesar 4,021. Nilai tersebut mendekati 4 menunjukkan jawaban responden rata-rata setuju dengan setiap indikator pada dimensi variabel fasilitas.

### Variabel Minat Kunjungan

**Tabel 6. Rata-Rata Dimensi pada Variabel Minat Kunjungan**

No.	Dimensi	Rata-Rata	Kategori
1.	Minat transaksional	4,004340278	Setuju
2.	Minat referensial	4,046875	Setuju
3.	Minat preferensial	4,042317708	Setuju
4.	Minat eksploratif	4,041666667	Setuju
	Rata-rata	4,033799913	Setuju

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan rata-rata indikator dimensi dalam variabel minat kunjungan sebesar 4,034. Nilai tersebut mendekati 4 menunjukkan responden rata-rata setuju dengan indikator yang terdapat dalam setiap dimensi dari variabel minat kunjungan.

## Uji Hipotesis

**Tabel 7. Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance
(Constant)	16,563	1,994		8,308	,000	
1 Promosi	,491	,068	,379	7,261	,000	,404
Aksesibilitas	,419	,065	,330	6,418	,000	,414
Fasilitas	,171	,068	,133	2,503	,013	,388

Berdasarkan hasil uji t yang terdapat pada Tabel 7 dengan taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,05. Untuk variabel promosi diperoleh p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Sedahan. Untuk variabel aksesibilitas diperoleh p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Sedahan. Untuk variabel fasilitas diperoleh p-value sebesar  $0,013 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh fasilitas terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Sedahan. Variabel yang paling kuat pengaruhnya adalah fasilitas karena dilihat dari nilai koefisien merupakan nilai positif dan mendekati nol. Dari Tabel 7 juga diperoleh persamaan.

$$Y = 16,563 + 0,491X_1 + 0,419X_2 + 0,171X_3$$

Adapun interpretasi dari persamaan di atas adalah sebagai berikut :

1. Nilai koefisien  $X_1$  sebesar 0,491 menunjukkan bahwa apabila pihak pengelola wisata Pantai Sedahan meningkatkan promosi maka akan meningkatkan minat kunjungan wisatawan sebesar 0,491 dengan variabel lain bernilai tetap.
2. Nilai koefisien  $X_2$  sebesar 0,419 menunjukkan bahwa apabila pihak pengelola wisata Pantai Sedahan meningkatkan aksesibilitas maka akan meningkatkan minat kunjungan wisatawan sebesar 0,419 dengan variabel lain bernilai tetap.
3. Nilai koefisien  $X_3$  sebesar 0,171 menunjukkan bahwa apabila pihak pengelola wisata Pantai Sedahan meningkatkan fasilitas maka akan meningkatkan minat kunjungan wisatawan sebesar 0,171 dengan variabel lain bernilai tetap.

Berdasarkan nilai faktor loading dapat dilihat variabel yang paling berpengaruh terhadap minat kunjungan disajikan sebagai berikut.

**Tabel 8. Analisis Faktor Loading  
Communalities**

	Initial	Extraction
Promosi	1,000	,809
Aksesibilitas	1,000	,803
Fasilitas	1,000	,820

Extraction Method: Principal  
Component Analysis.



Dari hasil analisis faktor loading di atas, apabila dilihat dari nilai extraction dapat dikatakan bahwa variabel promosi dapat menjelaskan sebesar 80,9%. Variabel aksesibilitas sebesar 80,3% dan variabel fasilitas sebesar 82%. Oleh karena itu, variabel fasilitas berpengaruh paling besar terhadap minat kunjungan ke Pantai Sedahan.

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,763 <sup>a</sup>	,583	,579	5,60736

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,583 maka dapat dikatakan variabel promosi, aksesibilitas dan fasilitas mempengaruhi variabel minat kunjungan sebesar 58,3 %. Sisanya sebesar 41,7% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga tiket, pelayanan dan daya tarik.

### Pembahasan

#### Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjungan

Pada penelitian ini variabel promosi diperoleh hasil uji t dilihat dari p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap minat kunjungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Apriyani et al., (2019) variabel promosi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Begitu juga penelitian Marhendi (2021) bahwa ada pengaruh variabel promosi terhadap minat wisatawan. Namun penelitian ini bertolakbelakang dengan penelitian Sari (2021) yang meneliti tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap minat kunjungan wisata ditemukan bahwa dari 4P yaitu *produk*, *price*, *promotion* dan *place*, *promotion* dan *place* tidak berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan. Selain itu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al., (2021) menunjukkan hasil bahwa variabel promosi terbukti secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan domestik.

Penelitian yang dilakukan Novena (2013) tentang pengaruh bauran promosi terhadap keputusan kunjungan konsumen pariwisata menjelaskan bahwa tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran. Menurut Marvidola (2014) persepsi wisatawan terkait promosi dan fasilitas daya tarik wisata Museum Adityawarman di Kota Padang menjelaskan bahwa fasilitas adalah pelayanan pendukung yang selalu siap dimanfaatkan oleh para pengunjung dan pelayanan tersebut menawarkan mutu dan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Promosi ditinjau dari indikator periklanan (advertising) dan fasilitas ditinjau dari indikator bentuk fasilitas, fungsi fasilitas. Secara umum bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya.

Kegiatan promosi dilakukan untuk memberitahukan kepada masyarakat mengenai objek wisata yang dimaksud. Kegiatan promosi yang sampai pada masyarakat akan dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan. Hal ini dikarenakan, salah satu bagian bauran promosi adalah melakukan kegiatan dengan cara memberikan pemahaman publik terhadap barang atau jasa yang dijual. Tidak semua promosi dilakukan dengan baik, banyak promosi yang dilakukan tidak sampai pada sasaran yang tepat, sehingga promosi tersebut tidak mempengaruhi

kunjungan wisata (Charylia, 2013). Tingkat kunjungan wisata dapat dipengaruhi oleh kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola suatu kawasan obyek wisata (Charylia, 2013).

### **Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjungan**

Pada hasil uji hipotesis secara parsial, diperoleh p-value untuk variabel aksesibilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan aksesibilitas terhadap minat kunjungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurbaeti et al., (2021) yang menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Abdulhaji dan Yusuf (2017) dan Marpaung & Sahla (2017) bahwa keberadaan objek wisata yang menarik dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai guna mendukung kenyamanan wisatawan dalam berwisata. Semakin mudah aksesibilitas tersebut dicapai maka semakin tinggi minat kunjungan wisatawan yang berkunjung di objek wisata. Sejalan juga dengan Dami et al., (2021) bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap minat pengunjung objek.

Aksesibilitas sebuah tempat wisata dilihat dari akses kondisi jalan menuju obyek wisata, dan jalan akses itu harus berhubungan dengan prasarana umum (Devile dan Kastenholz, 2018). Aksesibilitas ini merupakan syarat yang penting sekali untuk obyek wisata (Abdulhaji dan Yusuf, 2017). Rossadi dan Widayati (2018) menunjukkan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh yang kuat, positif dan signifikan antara aksesibilitas dan minat berkunjung. Menurut Sunaryo (2013) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata.

### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Kunjungan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial diperoleh p-value untuk variabel fasilitas sebesar  $0,013 < 0,05$  maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap minat berkunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan Dami et al., (2021) yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan dan fasilitas merupakan salah satu pembentuk terciptanya kepuasan wisatawan karena dengan terpenuhinya fasilitas yang baik seperti kebersihan area parkir dan kebersihan toilet, ketersediaan air bersih serta terawatnya area yang ada di objek. Begitu juga dengan Nurbaeti et al., (2021) yang menunjukkan bahwa variabel fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.

Fitriani dan Wilardjo (2018) dan Iswidyamarsha dan Dewantara (2020) bahwa fasilitas yang lengkap dan memadai serta standar pelayanan telah dipenuhi oleh obyek wisata maka akan menarik wisatawan berkunjung di tempat wisata tersebut. Fasilitas wisata merupakan pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata (Jayaprakash, K., dan Mythili, 2017). Fasilitas wisata dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada (Sarim dan Wiyana, 2017).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwani dan Lisfiyati (2014) yang meneliti tentang faktor-faktor mempengaruhi minat wisatawan berkunjung di Pantai Glagah Indah dalam penelitian tersebut mengemukakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ke pantai glagah indah. Menurut Faradisa et al., (2016) menyatakan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Perkasa (2017) menyatakan bahwa efektivitas peningkatan kunjungan wisatawan adalah suatu upaya yang dilakukan oleh pemerintah dengan

cara meningkatkan daya tarik wisata, seperti mengusahakan, mengelola dan membuat obyek-obyek baru sebagai obyek dan daya tarik wisata, agar wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya tersebut.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap seluruh data penelitian tentang pengaruh promosi, aksesibilitas, dan fasilitas wisata terhadap minat kunjungan di Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan yakni:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan promosi terhadap minat kunjungan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial. Variabel promosi berdasarkan analisis faktor loading mempunyai nilai tinggi pada urutan kedua dapat dikatakan berpengaruh sedang terhadap minat kunjungan ke Pantai Sedahan.
2. Terdapat pengaruh yang positif signifikan aksesibilitas terhadap minat kunjungan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial. Variabel aksesibilitas berdasarkan analisis faktor loading mempunyai nilai terendah. Sehingga variabel aksesibilitas berpengaruh rendah terhadap minat kunjungan ke pantai sedahan.
3. Terdapat pengaruh yang positif signifikan fasilitas terhadap minat kunjungan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial. Variabel fasilitas berdasarkan analisis faktor loading mempunyai nilai tertinggi sehingga dapat dikatakan bahwa variabel fasilitas paling berpengaruh terhadap minat kunjungan ke Pantai Sedahan.

### **Saran**

Setelah melakukan penelitian penulis akan mengajukan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak pengelola Pantai Sedahan Gunungkidul, pemerintah, dan peneliti selanjutnya:

- a. Rata-rata dimensi yang terdapat dalam variabel promosi sebesar 4,0376 mendekati 4. Sehingga dapat dikatakan indikator yang terdapat dalam setiap dimensi variabel promosi, responden setuju Walaupun responden menjawab setuju namun perlu dilakukan peningkatan khususnya dalam hal promosi khususnya bagi pihak pengelola untuk mengembangkan menggunakan brosur dan iklan-iklan melalui media social.
- b. Variabel aksesibilitas mempunyai rata-rata sebesar 3,962. Nilai tersebut mendekati 4 menunjukkan jawaban responden rata-rata setuju dengan setiap indikator pada dimensi variabel aksesibilitas. Hal ini bagi pihak pengunjung karena perlu adanya aksesibilitas dalam setiap kunjungan di Pantai Sedahan
- c. Variabel fasilitas mempunyai rata-rata sebesar 4,021. Nilai tersebut mendekati 4 menunjukkan jawaban responden rata-rata setuju dengan setiap indikator pada dimensi variabel fasilitas. Bagi pengelola diharapkan lebih meningkatkan fasilitas yang ada di Pantai Sedahan karena dengan fasilitas yang baik pengunjung akan nyaman dan akan kembali berkunjung.
- d. Variabel minat kunjungan sebesar 4,034. Nilai tersebut mendekati 4 menunjukkan responden rata-rata setuju dengan indikator yang terdapat dalam setiap dimensi dari variabel minat kunjungan. Hal ini bagi pengunjung diharapkan memiliki minat kunjungan yang tinggi untuk berkunjung ke Pantai Sedahan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2017). Pengaruh atraksi, aksesibilitas dan fasilitas terhadap citra objek wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Humano: Jurnal Penelitian*, 7(2),

- 134–148.
- Anwani, & Lisfiyati, F. (2014). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung di Pantai Glagah Indah Yogyakarta*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Api.
- Apriyani, R., Marina, M., & Wiralaga, H. R. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Goa Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 67–73.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aviolitasona, G. B. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu*. Skripsi. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Badruzzaman, S., & Saleh, R. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Di Aceh (Studi pada komunitas online@ fotoaceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 5(1).
- Charylia, B. D. (2013). Bauran promosi di taman wisata Ratu Boko. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(3).
- Dami, N. K. N., Fanggalda, R. E., Timuneno, T., & Ballo, V. J. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Aksesibilitas Wisata dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Air Terjun Oenesu. *Jurnal Nusa Cendana*, XXII(1).
- Devile, E., & Kastenholz, E. (2018). Accessible Tourism Experiences: The Voice of People with Visual Disabilities. *Journal of Policy Research in Tourism in Tourism Leisure and Events*, 1–20.
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management*, 2(2).
- Fitriani, R., & Wilardjo, S. B. (2018). Sadar Wisata, Kemenarikan Fasilitas, Jarak, Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Di Kota Semarang. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 5(3), 259–272.
- Gitosudarmo, I. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hernita, S. H. B. (2019). *Pengaruh Aplikasi Ruangguru Terhadap Minat Belajar Siswa (Studi Pada Siswa-Siswi Kelas XI Sma Fransiskus Bandar Lampung)*. Skripsi. Lampung: Universitas Lampung.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Hidayat, S., Suwena, I. K., & Dewi, N. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik ke Museum Surabaya. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 9(1), 54–62.
- Iswidyamarsha, C., & Dewantara, Y. F. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Di Dunia Air Tawar Dan Dunia Serangga TMII. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3(2), 72–80.
- Jayaprakash, K., & Mythili, B. (2017). Tourist Satisfaction Level on Destination Facilities in The Nilgiris. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, 5(9), 122–126.
- Marhendi, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Daya Tarik Terhadap Minat Wisatawan di Kabupaten Semarang (Studi Kasus di Agrowisata Kopeng Gunungsari). *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASSTEKMU)*, 1(1), 166–172.
- Marpaung, H., & Sahla, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu UNA*, 1151–1160.

- Marvidola, T. (2014). *Persepsi Wisatawan Tentang Promosi dan Fasilitas Objek Wisata Museum Adityawarman di Kota Padang*. Skripsi. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Novena, V. K. (2013). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Kunjungan Konsumen Pariwisata (Studi Pada Objek Wisata Umbul Sidomukti, Kabupaten Semarang)*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Nurbaeti, R. M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2).
- Perkasa, C. (2017). Efektivitas Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam oleh Dinas Pariwisata dalam Usaha Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kutai Barat. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 5(4), 1420–1434.
- Pranitasari, D., & Nabihati, L. (2019). Analisis Kedisiplinan Kerja Berdasarkan Status Karyawan. *MEDIA MANAJEMEN JASA*, 7(1).
- Putra, D. A., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh City Branding “The Heart of East Java” pada Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(4), 151–158.
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh aksesibilitas, amenities, dan atraksi wisata terhadap minat kunjungan wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2).
- Sari, V. I. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Sanggar Puti Limo Jurai Kota Bukittinggi. *Jurnal UMSB*, 1(1).
- Sarim, & Wiyana, T. (2017). Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 3(2), 234–249.
- Setyanto, I., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 157–167.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Yamco, M. (2019). *Pengaruh Komponen Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan di Maluku Tenggara*. Skripsi. Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.