

PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN PADA OBJEK PARIWISATA SUMUR PUTRI DI KECAMATAN TELUK BETUNG UTARA KOTA BANDAR LAMPUNG

Muhamad Aldo Efrenza¹, Muhamad Syamsul Maarif², Vick F. Sanjaya³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Raden Intan Lampung

aldoefrenza7@gmail.com¹2002syamsul@gmail.com²Vicky@radenintan.ac.id³

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of promotion on tourist interest in the Sum Putri tourism object in TelukBetung Utara sub-district, Bandar Lampung city. The data used in this study were primary data. Furthermore, the data collection technique used in this study was a survey that used Use Google Forms to collect data. In this study the researchers used the t test and coefficient test methods with the help of the smart plss program version 2. Based on the results of the research, the R^2 value lies at $0 < R^2 < 1$, an R^2 value close to 1, which means the model is getting better. Meanwhile, the value of R^2 which is zero means that there is no relationship between the dependent variable and the explanatory variable. From the table, with the location of $R^2 < 1$ with a value of $0 < 0.999 < 1$, this means that the variance of the Effect of Promoting the Variance of Economic Growth is 99. 9%, while the remaining 0.01% is explained by other variables outside the model.

Keywords :Promotion, and Visiting Interest

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Minat Kunjungan wisatawan pada objek pariwisata sumur putri di kecamatan Teluk Betung Utara kota Bandar Lampung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Selanjutnya, Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey yang menggunakan google form untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode uji t dan uji Koefisien dengan bantuan program smart plssversi 2. Berdasarkan hasil penelitian Nilai R^2 terletak pada $0 < R^2 < 1$, suatu nilai R^2 mendekati 1 yang artinya modelnya semakin baik. Sedangkan nilai R^2 yang bernilai nol berarti tidak ada hubungan antara variable tak bebas dengan variabel yang menjelaskan. Dari tabel, Dengan letak $R^2 < 1$ dengan nilai $0 < 0,999 < 1$, hal ini berarti bahwa varians dari Pengaruh Promosi *varians* dari Pertumbuhan Ekonomi sebesar 99,9%, sedangkan 0.01% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Kata Kunci :Promosi, dan MinatKunjungan.

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, keaneka ragaman hayati dan peninggalansejarah/budaya. Berlimpahnya sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut dapat di kelola dengan baik sesuai dengan apa yang diminati masyarakat sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan mengabiskan waktu ataupun materi akibat ketidak berhasilan dalam mengelola sumber daya. Pengelolaan objek wisata di seluruh daerah di Indonesia mulai berlomba-lomba untuk meningkatkan kunjungan wisatawan terhadap objek wisata yang mereka miliki, baik wisatawan local maupun mancanegara. Perlombaan untuk meningkatkan daya tarik kunjungan wisatawan tersebut dilakukan untuk menyiapkan objek-objek wisata Indonesia agar

memiliki daya saing antar daerah dan bahkan sampai kepada Negara-negara lain. Rutter, et al (2018) menjelaskan bahwa hal yang paling penting dalam sebuah kompetisi wisata adalah berusaha untuk meningkatkan kesan dan reputasi wisata tersebut. Kesan dan reputasi objek wisata yang terlihat dan memiliki fasilitas yang baik dapat memunculkan daya tarik yang kuat bagi para pengunjung. Oleh sebab itu, penting bagi seluruh pengelola objek wisata untuk meningkatkan kesan dan reputasi tersebut, agar objek wisata memiliki daya saing yang tinggi terhadap objek wisata lainnya

Globalisasi yang ditandai dengan perubahan teknologi di bidang komunikasi, informasi dan teknologi begitu sangat cepat. Kondisi ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan pariwisata dunia. Perkembangan yang masif di sector pariwisata khususnya wisata halal layak untuk dicermati dengan baik. Keberadaan wisata halal merupakan sebuah keniscayaan di tengah dinamika perkembangan di sektor pariwisata. Terminologi wisata dalam konteks Islam diperbolehkan sepanjang tidak keluar dari aturan yang ditetapkan oleh Allah SWT. Maka dalam konteks ini, pijakan wisata menurut Islam harus berpijak pada Al-Quran dan Hadist.

Objek Wisata Sumur Putri di Kecamatan Teluk Betung Utara Kota Bandar Lampung yang memiliki perpaduan antara objek wisata alam dan objek wisata sejarah adalah objek wisata Sumur Putri. Objek wisata ini berpotensi untuk meningkatkan daya tarik kunjungan wisatawan. Sejumlah keunggulan-keunggulan yang sangat berpotensi untuk menggerakkan langkah kaki para wisatawan untuk mengunjungi objek wisata sumur putrid antara lain: makna sejarah masa lalu yang menarik, keindahan Sumur Putri dengan kemasan suasana yang romatis, keasrian alam dan akses yang strategis membuat wisatawan semakin sulit untuk melupakan kenangan setelah berkunjung ke objek Sumur Putri

Kehadiran sejumlah keunggulan-keunggulan objek wisata Sumur Putri sangat berpotensi untuk meningkatkan kunjungan wisata dikelola dengan baik. Menurut Ramesh & Jaunky, (2020) terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan antara lain: faktor internal yakni kesegaran, kegembiraan, tujuan baru untuk dilihat, mengunjungi teman dan kerabat. Faktor eksternal termasuk kesukaan terhadap alam dan destinasi bersejarah, infrastruktur dan fasilitas, keamanan dan kenyamanan, keterjangkauan anggaran, dan factor social budaya. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, pengelolaan objek wisata sumur putrid seharusnya dikembangkan berpatokan pada faktor-faktor tersebut, sehingga peningkatan kunjungan wisatawan dapat tercapai. Selain itu menurut Tapia, (2017) pentingnya kefamiliaran pada pembentukan citra objek wisata memiliki implikasi pada manajemen yang signifikan di dalam membantu menciptakan citra yang sesuai dari suatu tujuan wisata. Oleh karena itu, kegiatan promosi merupakan cara memperkenalkan objek wisata dengan citra yang dimilikinya.

Permasalahan yang ditemukan peneliti pada observasi dan wawancara awal kepada beberapa pengunjung dan warga sekitar yang dipilih secara acak, menginformasikan bahwa kurangnya kunjungan wisatawan terhadap objek wisata smur putrid secara umum disebabkan karena kurangnya promosi oleh masyarakat setempat dan pihak-pihak terkait.

Kegiatan promosi menjadi factor penting di dalam meningkatkan kunjungan wisatawan terhadap objek wisata. Promosi merupakan suatu proses yang dirancang untuk memberitahu pengunjung tentang citra wisata yang ditawarkan, dengan berbagai atribut yang menarik dan inovatif. Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan produknya sehingga membujuk konsumen untuk membelinya. Promosi juga

berfungsi untuk menciptakan citra atau kesan terhadap apa yang diiklankan (Lutur, 2020). Sama halnya dengan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap produknya, promosi objek wisata juga merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pengelola objek wisata yang bertujuan untuk menarik keinginan kunjungan pengunjung.

Faktor peningkatan kunjungan wisatawan yang selanjutnya adalah factor sarana dan prasarana serta pelayanan yang diberikan. Destinasi harus bermanfaat bagi konsumen serta tersedia pelayanan yang bagus dan berbagai atribut terutama prasarana dan sarana pariwisata (Sudiarta, 2012). Prasarana dan sarana serta Pelayanan yang baik suatu objek wisata memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan wisatawan (Blazeska et al., 2018). Sarana dan prasarana serta pelayanan yang baik merupakan salah satu bagian kunci paling penting juga untuk membangun sebuah citra pada objek wisata Sumur Putri Terpenuhi sarana prasarana wisatawan di kawasan objek wisata Sumur Putri berkaitan dengan keinginan (mood) seseorang untuk berkunjung ke kawasan objek wisata Sumur Putri .

Berdasarkan uraian tersebut perlu disadari oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Parawisata yang sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu objek wisata. Strategi sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata khususnya objek wisata Sumur Putri agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan. Strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi/perusahaan dalam rangka mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011: 8) yaitu: Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Alat Analisis Data:

Uji Validitas

Untuk menguji validitas instrument dalam penelitian, maka digunakan corrected item total correlation dengan bantuan SMART PLS 3 for windows. Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan guna untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tester sebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Hasil penelitian dikatakan valid bila ada kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya pada objek yang diteliti.

Uji Reliabilitas

Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal

jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliable. Menurut MasriSingarimbun, realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable. Dengan kata lain, realibitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam pengukur gejala yang sama. Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitasadalahsejauh mana pengukurandarisuatutestetetapkonsistensetelahdilakukanberulang-ulangterhadapsuobjek dan dalamkondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bias diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiric ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 .

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Pengujian terhadap parameter secara parsial dilakukan dengan uji t (t-test) yang bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjungan wisatawan pada objek wisata sumur putri di Kec. Teluk Betung Utara Kota Bandar Lampung. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variable independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependen (Y).

3. Hasil dan Pembahasan.

Hasil Uji Pengujian Validitas

Variabel		Loading Factor (LF)	Keterangan
MinatKunjungan (Y)	Obyek pariwisata Sumur Putri menyediakan fasilitas untuk melaksanakan ibadah bagi pengunjung.	0.999	Valid
	Obyek pariwisata Sumur Putri menyediakan fasilitas parkir bagi kendaraan pengunjung	0.999	Valid
	Angkutan umum menuju objek Pariwisata Sumur Putri tersedia setiap saat.	0.998	Valid
	Jalan umum menuju ke obyek pariwisata Sumur Putri dapat dilalui dengan mudah	0.999	Valid
	Obyek pariwisata Sumur Putri menyediakan fasilitas restoran dan rumah makan.	0.999	Valid
	Petugas bersikap ramah terhadap wisatawan yang berkunjung ke obyek pariwisata Sumur Putri.	0.999	Valid

Pengaruh Promosi (X)	Objek pariwisata sumur putri iku di perkenalkan oleh masyarakat sekitar dan pengunjung	0.999	Valid
	Objek pariwisata sumur putrid Kegiatan yang berhubung andengan karya wisata	0.999	Valid
	Dalam melakukan promosi objek pariwisata sumur putrid ada Kerjasama antara pemerintah dan masyarakat	0.999	Valid
	Promosi Objek Pariwisata Sumur Putri dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan Tentang obyek wisata yang ada di Kec. Teluk Betung Utara	0.999	Valid
	Objek Pariwisata terlihat lebih baik dari yg promosikan	0.999	Valid
	Objek Pariwisata terlihat lebih buruk dari yg promosikan.	0.996	Valid

Berdasarkan hasil pengujian Validitas, diketahui bahwa sudah tidak ada terdapat pernyataan atau item yang dinyatakan gugur karena sudah mempunyai nilai dari LF lebih besar 0,6. Pernyataan dari variable Minat Kunjungan merupakan ukuran paling kuat sebesar 0.999 serta yang paling kecil dari variable promosi sebesar 0.996.

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
X	0.999	Reliabel
Y	1.000	Reliabel

Hasil uji reabilitas table diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau item dari kedua variable semuarealibel. Kedua variable yaitu pengaruh promosi dan minat kunjungan mendapatkan nilai composite reability lebih besardari 0.6 yaitu 1.000 dan 1.000 sehingga dianggap reliabel.

Uji T

Pengujian terhadap parameter secara parsial dilakukan dengan uji t (t-test) yang bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjungan wisatawan pada objek wisata sumur putri di Kec. Teluk Betung Utara Kota Bandar Lampung.

1. Taraf nyata:

Dengan menggunakan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), dengan $df (n - k) = (33 - 1) = 32$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1.69389 ($n =$ jumlah observasi, $k =$ jumlah variabel)

2. Kriteria Pengujian:

H_0 diterima jika $t_{hitung} < 1.69389$

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > 1.69389$

3. Rumusan hipotesis statistik :

$H_0 : \beta_1 < 1.69389$, artinya Promosi berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan pada objek pariwisata sumur putri.

$H_a : \beta_1 > 1.69389$, artinya Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan pada objek pariwisata sumur putri

Variabel	Koefisien	t-statistik/ hitung	t- tabel	Probabilitas	Kesimpulan
Pengaruh Promosi	1.000	23.261	1.69389	0,000	Tolak H_0

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa t-hitung sebesar 23.261 lebih besar dari pada t-tabel sebesar 1.69389 Maka menolak H_0 dan menerima H_a , yang berarti bahwa variable Pengaruh Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Kunjungan wisatawan pada objek pariwisata sumur putri.

Uji Koefisien determinasi (R^2)

Konstruk	R. Square	Keterangan
MinatKunjunganWisatawan	0.999	Moderat

Nilai R^2 terletak pada $0 < R^2 < 1$, suatu nilai R^2 mendekati 1 yang artinya modelnya semakin baik. Sedangkan nilai R^2 yang bernilai nol berarti tidak ada hubungan antara variable tak bebas dengan variabel yang menjelaskan. Dari tabel, Dengan letak $R^2 < 1$ dengan nilai $0 < 0,999 < 1$, hal ini berarti bahwa varians dari Pengaruh Promosi *varians* dari Pertumbuhan Ekonomi sebesar 99,9%, sedangkan 0.01% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Hasil Uji Hipotesis

H_1 Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan objek pariwisata sumur putrid Pernyataan hipotesis pertama bahwa Promosi secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan, ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu lebih besar dari 0,5 maka Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan pada objek pariwisata sumur putri.

Kegiatan promosi menjadi factor penting di dalam meningkatkan kunjungan wisatawan terhadap objek wisata. Promosi merupakan suatu proses yang dirancang untuk memberitahu pengunjung tentang citra wisata yang ditawarkan, dengan berbagai atribut yang menarik dan inovatif. Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan produknya sehingga membujuk konsumen untuk membelinya. Promosi juga berfungsi untuk menciptakan citra atau kesan terhadap apa yang diiklankan (Lutur, 2020). Sama halnya dengan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap produknya, promosi objek wisata juga merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pengelola objek wisata yang bertujuan untuk menarik keinginan kunjungan pengunjung. Dengan demikian dapat diduga bahwa terapat promosi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan Maka promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Kunjungan wisatawan pada objek pariwisata sumur putri.

5. Daftar Pusaka

- Ernes tivita Gesty, 2016. Pengaruh Place, Promotion, dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage di PT Sucorinvers Central Gani Cabang Kediri. *JURNAL NUSAMBA* VOL.1 NO.2 201, 10-19.
- Fahmi, Irham, 2013 *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV Alfabeta
- Hasan, F. 2004. *Pembangunan Berwawasan Budaya*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Parawisata.
- Pitana I Gde. 2002. *Parawisata, Wahana Pelestarian Kebudayaan dan Dinamika Masyarakat Bali*. Denpasar Bali : Universitas Udayana
- Sedarmayani, 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Umar, Husein. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada
- Wahyudi .W, Herlan Mochamad, 2021. Faktor Promosi dan Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Danau Tasikar di Serang–Banten. *Jurnal Destinasi Pariwisata* Vol. 9 No 2, 356-362.
- Wismantoro Yohan, 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas (Studi Pelanggan Telkom Speedy Kantor Daerah Layanan Telekomunikasi Semarang). *Media Ekonomi & Teknologi Informasi* Vol.21 No. 1: 37-48.