



Analisis Pengaruh Strategi Pengembangan Ekowisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Venansius Adrianus Tose, Yuliana Rini Hardanti, Josephine Wuri, Laurentius Bambang Harnoto

Universitas Sanata Dharma, Indonesia

*Email:josephine@usd.ac.id

DOI:

10.59141/comserva.v4i9.2812

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi pengembangan ekowisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Ekowisata Sungai Mudal. Populasi dalam studi ini adalah wisatawan yang mengunjungi Ekowisata Sungai Mudal. Sampel dalam studi ini adalah para wisatawan Ekowisata Sungai Mudal. Pengambilan sampel sebanyak 100 wisatawan yang dilakukan dengan menggunakan teknik sampling insidental. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar di lokasi penelitian via Google Form. Analisis data menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil Penelitian menunjukkan atraksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Secara simultan atraksi, pelayanan, fasilitas, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan studi ini menjadi sumber edukasi bagi para pengelola Ekowisata. Integritas dari semua aspek, yaitu atraksi, pelayanan, fasilitas, dan promosi, perlu diperkuat dalam rangka menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan bagi setiap wisatawan.

Kata kunci: Atraksi, Pelayanan, Fasilitas, Promosi, Ekowisata, Minat Berkunjung Wisatawan,

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of ecotourism development strategies on tourist interest in Mudal River Ecotourism. The population in this study is tourists who visit the Mudal River Ecotourism. The sample in this study is the Mudal River Ecotourism tourists. Sampling of 100 tourists was carried out using an incidental sampling technique. The data collection method uses a questionnaire distributed at the research site via Google Form. Data analysis uses the multiple linear regression method. The results showed that attractions partially had a positive and significant effect on tourist interest, services partially had a positive and significant effect on tourist interest, facilities partially did not have a significant effect on tourist interest, promotion partially had a positive and significant effect on tourist interest. Simultaneously, attractions, services, facilities, and promotions have a significant effect on tourists' interest in visiting. Based on the results of the research, it is hoped that this study will be a source of education for Ecotourism managers. The integrity of all aspects, namely attractions, services, facilities, and promotions, needs to be strengthened in order to create a satisfying tourist experience for every traveler.

Keywords: Attractions, Services, Facilities, Promotions, Ecotourism, Tourist Interest

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini didukung oleh perkembangan teknologi dan transportasi yang memudahkan akses wisatawan ke berbagai destinasi wisata di dunia. Pariwisata telah terbukti sebagai sumber pendapatan yang signifikan bagi banyak negara, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk pariwisata yang sedang berkembang di Indonesia adalah Ekowisata (Arjana, 2017; Nieamah et al., 2018).

Menurut Undang- Undang No 33 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekowisata di Daerah (Karyati, 2021), Ekowisata didefinisikan sebagai kegiatan wisata yang memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan hidup secara bijaksana dan berkelanjutan sebagai sumber daya utama, sehingga dapat memberikan manfaat yang optimal bagi kesejahteraan masyarakat lokal dan dapat menunjang pembangunan nasional dalam bidang pariwisata (Hidayat, 2016). Ekowisata merupakan bentuk pariwisata yang berfokus pada keindahan alam dan budaya yang ada di suatu daerah, dengan tujuan untuk mengembangkan kegiatan pariwisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan (Wahyuni et al., 2015). Pengembangan ekowisata adalah proses untuk mengembangkan dan mempromosikan pariwisata yang berkelanjutan dengan memperhatikan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi secara seimbang. Pengembangan ekowisata harus dilakukan secara hati-hati dengan memperhatikan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi jangka panjang. Hal ini mencakup pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan hidup, pengembangan infrastruktur yang ramah lingkungan, serta pendidikan dan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan ekowisata (Nieamah et al., 2018).

Strategi adalah rencana mempersiapkan dengan menggunakan kemampuan yang mereka miliki untuk mencapai target (Awaluddin & Sumarni, 2021; Umur et al., 2022). Strategi pengembangan ekowisata yang baik akan membantu meningkatkan kunjungan wisatawan ke ekowisata, dan dengan demikian meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Dalam industri pariwisata, pengembangan strategi ekowisata dianggap sebagai cara yang efektif untuk meningkatkan minat wisatawan dalam mengunjungi destinasi ekowisata tertentu (Nieamah et al., 2018). Minat berkunjung wisatawan merujuk pada ketertarikan seseorang atau kelompok orang dalam mengunjungi suatu tempat atau destinasi wisata (Wati et al., 2022). Minat ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti daya tarik alam atau budaya dari tempat tersebut, aksesibilitas transportasi, fasilitas akomodasi, rekomendasi dari teman atau keluarga, dan faktor lainnya (Dahmiri & Bhayangkari, 2022; Samosir & Ismayuni, 2023). Minat berkunjung wisatawan menjadi salah satu faktor penting dalam industri pariwisata, karena dapat mempengaruhi tingkat kunjungan wisata dan pendapatan yang dihasilkan dari sektor pariwisata.

Salah satu daerah yang mempunyai potensi ekowisata yang cukup besar adalah Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Kulon Progo memiliki objek wisata yang menarik, seperti wisata pantai. Selain itu, Kabupaten Kulon Progo juga memiliki potensi wisata alam yang cukup besar, seperti wisata air terjun dan wisata sungai. Salah satu ekowisata yang terdapat di Kabupaten Kulon Progo adalah Ekowisata Sungai Mudal. Ekowisata Sungai Mudal terletak di Dusun Banyunganti, Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Ekowisata ini menawarkan berbagai kegiatan wisata alam yang menarik seperti arung jeram, trekking, dan camping (Damarjati et al., 2024).

Meskipun ekowisata Sungai Mudal memiliki potensi wisata yang cukup besar, namun kunjungan wisatawan yang datang mengalami perkembangan yang kurang stabil (Parmawati et al., 2022). Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya strategi pengembangan ekowisata yang

efektif. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh strategi pengembangan ekowisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Ekowisata Sungai Mudal.

METODE

Jenis penelitian yang dipakai yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian ini bertempat pada Ekowisata Sungai Mudal di Dusun Banyunganti, Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Populasi adalah suatu area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dapat terdiri dari individu, kelompok, organisasi, daerah geografis, atau objek lain yang menjadi fokus penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi Ekowisata Sungai Mudal di Dusun Banyunganti, Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sampel merupakan sebagian dari total populasi yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Dalam konteks penelitian, penggunaan sampel dilakukan ketika tidak memungkinkan atau tidak efisien untuk mengumpulkan data dari seluruh populasi yang ada. Sebagai gantinya, peneliti memilih sampel yang mewakili karakteristik atau variasi yang ada di dalam populasi yang lebih besar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *non probability sampling*. Jenis teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah metode penentuan sampel yang didasarkan pada kebetulan atau kejadian tak terduga. Dalam metode ini, siapa pun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, asalkan dianggap sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2013). Sampel dalam penelitian ini adalah para wisatawan Sungai Mudal yang secara kebetulan bertemu dan berusia 16 tahun ke atas. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin (Arikunto, 2010). Besarnya sampel yang diambil adalah 100 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penggunaan kuesioner yang akan disebar di lokasi penelitian *via Google Form* oleh peneliti pada bulan tertentu di tahun 2023. Peneliti menggunakan skala pengukuran yang disebut Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengkonversi variabel persepsi menjadi interval angka. Skala Likert ini menggunakan interval pernyataan yang mencakup pilihan "sangat setuju", "setuju", "cukup setuju", "tidak setuju", dan "sangat tidak setuju".

Alat analisis yang dipakai oleh peneliti utamanya adalah analisis kuantitatif. Dalam penelitian ini, metode analisis melibatkan penggunaan uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Peneliti memilih SPSS (*Statistical Product and Services Solution*) sebagai perangkat lunak yang digunakan untuk menganalisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekowisata Sungai Mudal, salah satu destinasi wisata air yang terletak di kawasan pegunungan Menoreh, telah diresmikan pada tahun 2015. Lokasi ini merupakan mata air bernama Mudal yang mengalir sepanjang tahun dan merupakan sumber air bersih bagi penduduk sekitar. Nama "Mudal" berasal dari Bahasa Jawa yang artinya "keluar". Secara administratif, Taman Sungai Tuk Mudal terletak di Dusun Banyunganti, Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo (Damarjati et al., 2024).

Keberadaan danau alam yang indah di Desa Jatimulyo, yang dikelola oleh warga setempat. Di Sungai Mudal, pengunjung dapat menemui tiga kolam yang selalu mengalir air. Kolam-kolam ini memiliki kedalaman sekitar 1-2 meter. Kolam pertama, terletak di bagian atas dekat mata air Mudal, memiliki ukuran 7x5 meter dan cukup dangkal, cocok untuk anak-anak. Kolam kedua, lebih luas dengan ukuran 7x13 meter, berada di sebelah barat mushola dan ditujukan untuk anak-anak dan orang dewasa. Sementara itu, kolam ketiga, yang terluas dengan ukuran 7x15 meter, ditujukan khusus untuk orang dewasa dan terletak di dekat loket penjualan tiket.

Uji instrumen penelitian merujuk pada serangkaian langkah uji kelayakan suatu kuesioner dalam penelitian, yang bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu instrumen (Mochklas et al., 2019). Validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, pertanyaan atau pernyataan tersebut dianggap valid. Dengan total 100 responden yang dimiliki dalam penelitian ini maka nilai $n = 100$, sehingga *degree of freedom* (df) = $n-2 = 98$. Tabel r hitung menghasilkan nilai 0,1966 pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil uji validitas pada variabel atraksi (X1), pelayanan (X2), fasilitas (X3), promosi (X4) dan minat berkunjung wisatawan (Y) dijelaskan pada tabel- tabel berikut ini.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Atraksi (X1)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,881	0,196	VALID
X1.2	0,802	0,196	VALID
X1.3	0,868	0,196	VALID
X1.4	0,896	0,196	VALID
X1.5	0,869	0,196	VALID
X1.6	0,826	0,196	VALID

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari tabel 1 diketahui, seluruh pertanyaan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Dari temuan uji validitas dalam variabel atraksi (X1) pada tabel, dapat disimpulkan pertanyaan yang terkait dengan variabel atraksi adalah valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Pelayanan (X2)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,885	0,196	VALID
X2.2	0,899	0,196	VALID
X2.3	0,883	0,196	VALID
X2.4	0,894	0,196	VALID
X2.5	0,816	0,196	VALID
X2.6	0,868	0,196	VALID

Sumber: Data primer diolah, 2023

Semua pertanyaan pada variabel pelayanan, memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Dari tabel 2 sesuai dengan hasil pengujian pada uji validitas untuk variabel pelayanan (X2), dapat disimpulkan setiap pertanyaan yang terkait dengan variabel pelayanan adalah valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Fasilitas (X3)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,844	0,196	VALID
X3.2	0,850	0,196	VALID
X3.3	0,840	0,196	VALID

X3.4	0,874	0,196	VALID
X3.5	0,821	0,196	VALID
X3.6	0,841	0,196	VALID
X3.7	0,843	0,196	VALID

Sumber: Data primer diolah,2023

Seluruh pertanyaan pada variabel fasilitas, memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Sesuai dengan hasil pengujian pada uji validitas untuk variabel fasilitas (X3), maka dapat disimpulkan setiap butir pertanyaan yang terkait dengan variabel fasilitas adalah valid.

Tabel 4 Hasil Uji Promosi (X4)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X4.1	0,877	0,196	VALID
X4.2	0,888	0,196	VALID
X4.3	0,840	0,196	VALID
X4.4	0,908	0,196	VALID
X4.5	0,911	0,196	VALID
X4.6	0,906	0,196	VALID

Sumber: Data primer diolah,2023

Dari tabel 4 diketahui, seluruh pertanyaan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Dari temuan uji validitas dalam variabel promosi (X4) pada tabel, dapat disimpulkan pertanyaan yang terkait dengan variabel promosi adalah valid.

Tabel 5 Hasil Uji Minat Berkunjung Wisatawan (Y)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,778	0,196	VALID
Y.2	0,852	0,196	VALID
Y.3	0,861	0,196	VALID
Y.4	0,903	0,196	VALID
Y.5	0,926	0,196	VALID
Y.6	0,869	0,196	VALID

Sumber: Data primer diolah,2023

Semua pertanyaan pada variabel minat berkunjung wisatawan, memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Dari tabel 5, sesuai dengan hasil pengujian pada uji validitas untuk variabel minat berkunjung wisatawan (Y), dapat disimpulkan setiap pertanyaan yang terkait dengan variabel minat berkunjung wisatawan (Y) adalah valid.

Tabel 6 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach'S Alpha	Keterangan
Atraksi	0,962	Reliabel
Pelayanan	0,938	Reliabel
fasilitas	0,933	Reliabel
promosi	0,946	Reliabel
Minat Berkunjung Wisatawan	0,932	Reliabel

Sumber: Data primer diolah,2023

Dari Tabel 6 dapat diketahui masing- masing nilai *Cronbach's Alpha* variabel atraksi sebesar 0.962, variabel pelayanan sebesar 0.938, variabel fasilitas sebesar 0.933, variabel promosi sebesar 0.946 dan variabel minat berkunjung wisatawan 0.932. Berdasarkan hasil tersebut, setiap variabel diakui dapat diandalkan karena nilainya lebih tinggi dari 0,60.

Tabel 7 Hasil Perhitungan Kategorisasi Atraksi

Interval	Kategorisasi Atraksi	Frekuensi	Persentase
26-30	Sangat Setuju	28	28%
21-25	Setuju	45	45%
16-20	Cukup Setuju	15	15%
11-15	Tidak Setuju	9	9%
5-10	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah,2023

Berdasarkan data tabel 7, diketahui bahwa persentase paling tinggi variabel atraksi yaitu; dengan 45 responden (45%) menyatakan “Setuju”, terdapat 28 responden (28%) menyatakan “Sangat Setuju”, 15 responden (15%) menyatakan “Cukup Setuju”, selanjutnya ada 9 responden (9%) menyatakan bahwa “Tidak Setuju” dan 3 responden (3%) yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju”. Maka dari data persentase yang paling tinggi adalah 45 responden (45%) menyatakan “Setuju”, hal ini menunjukkan bahwa atraksi yang ada di Ekowisata Sungai Mudal menawarkan hal menarik untuk para pengunjung seperti keindahan alam, flora dan fauna.

Tabel 8 Hasil Perhitungan Kategorisasi Pelayanan

Interval	Kategorisasi Pelayanan	Frekuensi	Persentase
26-30	Sangat Setuju	22	22%
21-25	Setuju	46	46%
16-20	Cukup Setuju	20	20%
11-15	Tidak Setuju	12	12%
5-10	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah,2023

Dari data tabel 8 dapat diketahui, bahwa persentase paling tinggi variabel pelayanan yaitu; dengan 46 responden (46%) menyatakan “Setuju”, terdapat 22 responden (22%) menyatakan “Sangat Setuju”, 20 responden (15%) menyatakan “Cukup Setuju”, selanjutnya ada 12 responden (12%) menyatakan bahwa “Tidak Setuju” dan 0 responden (0%) yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju”. Oleh karena itu dari data persentase yang paling tinggi adalah 46 responden (46%) menyatakan “Setuju”, hal ini menunjukkan bahwa para wisatawan memperoleh pelayanan yang baik, antara lain keamanan dan kebersihan tempat-tempat umum selama di Ekowisata Sungai Mudal.

Tabel 9 Hasil Perhitungan Kategorisasi Fasilitas

Interval	Kategorisasi Fasilitas	Frekuensi	Persentase
34-40	Sangat Setuju	4	4%
27-33	Setuju	26	26%
20-26	Cukup Setuju	37	37%
13-19	Tidak Setuju	32	32%

6-12	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari data tabel 9 dapat diketahui, bahwa persentase paling tinggi variabel fasilitas yaitu; dengan 37 responden (37%) menyatakan “Cukup Setuju”, terdapat 32 responden (32%) menyatakan “Tidak Setuju”, 26 responden (26%) menyatakan “Setuju”, selanjutnya ada 4 responden (4%) menyatakan bahwa “Setuju” dan 1 responden (1%) yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju”. Oleh karena itu dari data persentase yang paling tinggi adalah 37 responden (37%) menyatakan “Cukup Setuju”, dan 32% menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ada di Sungai Mudal kurang memadai dan kurang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan. Fasilitas yang kurang berkualitas seperti toilet umum dan yang kurang memadai seperti warung makan, pilihan akomodasi (penginapan).

Tabel 10 Hasil Perhitungan Kategorisasi Promosi

Interval	Kategorisasi Promosi	Frekuensi	Persentase
26-30	Sangat Setuju	19	19%
21-25	Setuju	38	38%
16-20	Cukup Setuju	25	25%
11-15	Tidak Setuju	14	14%
5-10	Sangat Tidak Setuju	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data tabel 10, diketahui bahwa persentase paling tinggi variabel promosi yaitu; dengan 38 responden (38%) menyatakan “Setuju”, terdapat 19 responden (19%) menyatakan “Sangat Setuju”, 25 responden (25%) menyatakan “Cukup Setuju”, selanjutnya ada 14 responden (14%) menyatakan bahwa “Tidak Setuju” dan 4 responden (4%) yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju”. Maka dari data persentase yang paling tinggi adalah 38 responden (38%) menyatakan “Setuju”, hal ini menunjukkan bahwa promosi Ekowisata Sungai Mudal melalui media sosial dan internet telah dilakukan dengan baik.

Tabel 11 Hasil Perhitungan Kategorisasi Minat Berkunjung Wisatawan

Interval	Kategorisasi Minat Berkunjung Wisatawan	Frekuensi	Persentase
26-30	Sangat Setuju	35	35%
21-25	Setuju	35	35%
16-20	Cukup Setuju	19	19%
11-15	Tidak Setuju	8	8%
5-10	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data tabel 11, diketahui bahwa persentase paling tinggi variabel minat berkunjung wisatawan yaitu; dengan 35 responden (35%) menyatakan “Sangat Setuju”, terdapat 35 responden (35%) menyatakan “Setuju”, 19 responden (19%) menyatakan “Cukup Setuju”, selanjutnya ada 8 responden (8%) menyatakan bahwa “Tidak Setuju” dan 3 responden (3%) yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju”. Maka dari data persentase yang paling tinggi adalah 35 responden (35%) menyatakan “Sangat Setuju”, hal ini menunjukkan bahwa tingkat minat berkunjung wisatawan ke Sungai Mudal tinggi. Minat yang tinggi dipengaruhi oleh: rekomendasi dari teman atau keluarga, informasi mengenai Ekowisata Sungai Mudal dari media massa dan internet, dan Ekowisata Sungai Mudal memiliki beragam aktivitas serta atraksi untuk dinikmati.

Tabel 12 Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3,16046714
Most Extreme Differences	Absolute	0,067
	Positive	0,067
	Negative	-0,038
Test Statistic		0,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

Sumber: Data primer diolah,2023

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari nilai alpha 0,05. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 13 Hasil Pengujian Linearitas

Variabel	Sig. Deviation from linearity	Keterangan
Atraksi	0,087	Linear
Pelayanan	0,064	Linear
Fasilitas	0,103	Linear
Promosi	0,144	Linear

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 13, Atraksi memiliki nilai signifikan sebesar 0,087, pelayanan memiliki nilai sebesar 0,64, fasilitas memiliki nilai signifikan sebesar 0,103, dan promosi memiliki nilai sebesar 0,144, yang kesemuanya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel atraksi, pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan memiliki hubungan linear.

Tabel 14 Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Atraksi (X1)	0,463	2,161	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pelayanan (X2)	0,415	2,409	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Fasilitas (X3)	0,630	1,587	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Promosi (X4)	0,339	2,949	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah,2023

Dari hasil pada tabel 14 dapat diketahui nilai *tolerance* atraksi sebesar 0,463 dengan VIF 2,161, nilai *tolerance* pelayanan adalah 0,415 dengan VIF 2,409, nilai *tolerance* fasilitas sebesar 0,630 dengan VIF 1,587 dan nilai *tolerance* promosi sebesar 0,339 dengan VIF 2,949. Dari data tersebut dapat disimpulkan model regresi ini tidak mengalami multikolinearitas karena semua nilai $< 10,0$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$.

Tabel 15 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Atraksi	0,967	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Pelayanan	0,957	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fasilitas	0,742	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Promosi	0,884	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah,2023

Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui bahwa keempat variabel; atraksi,pelayanan, fasilitas, dan promosi memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 16 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,298	1,760		1,305	0,195
	Atraksi(x1)	0,247	0,092	0,236	2,684	0,009
	Pelayanan(x2)	0,253	0,103	0,227	2,444	0,016
	Fasilitas((x3)	0,040	0,073	0,041	0,546	0,587
	Promosi (x4)	0,401	0,099	0,416	0,052	0,000

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari tabel 16, diketahui persamaan regresi linear berganda, yaitu: $Y = 2,298 + 0,247X_1 + 0,253X_2 + 0,040X_3 + 0,401X_4 + \varepsilon$. Dari Persamaan tersebut diperoleh:

1. Nilai Konstanta (α) bernilai positif yaitu sebesar 2,298
2. Nilai koefisien regresi atraksi (β_1) memiliki nilai sebesar 0,247
3. Nilai koefisien regresi pelayanan (β_2) memiliki nilai sebesar 0,253
4. Nilai koefisien regresi fasilitas (β_3) memiliki nilai sebesar 0,040
5. Nilai koefisien regresi promosi (β_4) memiliki nilai sebesar 0,401

Tabel 17 Hasil Pengujian Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1922,843	4	480,711	46,182	0,000 ^b
	Residual	988,867	95	10,409		
	Total	2911,710	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas, Atraksi, Pelayanan

Dari tabel 17 dapat diketahui nilai F hitung sebesar 46,182 lebih tinggi dari nilai F tabel sebesar 2,47. Diketahui juga, nilai Sig. 0,000 (<0,05) maka berkesimpulan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu H5 diterima, karena masing- masing variabel penelitian yaitu, atraksi (X1), pelayanan (X2), fasilitas (X3), promosi (X4), secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan (Y).

Tabel 18 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,813 ^a	0,660	0,646	3,22632

a. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas, Atraksi, Pelayanan

Dari tabel 18 diketahui bahwa nilai *adjusted R square* adalah 0,646 atau 64,6% . Maka dapat disimpulkan bahwa, sumbangan variabel independen yaitu; atraksi (X1), pelayanan (X2), Fasilitas (X3) dan promosi (X4) terhadap variabel dependen yaitu; minat berkunjung wisatawan (Y) secara simultan sebesar 64,6%, sisanya 35,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 19 Hasil Pengujian Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,298	1,760		1,305	0,195

Atraksi (X1)	0,247	0,092	0,236	2,684	0,009
Pelayanan (X2)	0,253	0,103	0,227	2,444	0,016
Fasilitas (X3)	0,040	0,073	0,041	0,546	0,587
Promosi (X4)	0,401	0,099	0,416	4,052	0,000

a. Dependent Variable: y

1. Hasil uji statistik variabel atraksi (X₁) diketahui nilai t hitung 2,684 > nilai t tabel 1,985 dan diketahui juga nilai Sig. variabel X₁ sebesar 0,009 (<0,05) maka berkesimpulan variabel X₁ berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung wisatawan (Y). Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa H1 diterima
2. Hasil uji statistik variabel pelayanan (X₂) diketahui nilai t hitung 2,444 > nilai t tabel 1,985 dan diketahui juga nilai Sig. variabel X₂ sebesar 0,016 (<0,05) maka berkesimpulan variabel X₂ berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung wisatawan (Y). Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa H 2 diterima
3. Hasil uji statistik variabel fasilitas (X₃) diketahui nilai t hitung 0,546 < nilai t tabel 1,985 dan diketahui juga nilai Sig. variabel X₃ sebesar 0,587 (>0,05) maka berkesimpulan variabel X₃ tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung wisatawan (Y). Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa H 3 ditolak.
4. Hasil uji statistik variabel promosi (X₄) diketahui nilai t hitung 4,052 > nilai t tabel 1,985 dan diketahui juga nilai Sig. variabel X₄ sebesar 0,000 (<0,05) maka berkesimpulan variabel X₄ berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung wisatawan (Y). Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa H₄ diterima.

Dalam penelitian ini, data karakteristik responden dikumpulkan melalui distribusi kuesioner kepada 100 responden para wisatawan di Ekowisata Sungai Mudal. Fokus analisis penelitian adalah pada pengaruh variabel atraksi (X₁), pelayanan (X₂), fasilitas (X₃), dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan (Y) di Ekowisata Sungai Mudal.

Pengaruh Atraksi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa variabel atraksi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Dapat dilihat dari Tabel 4.19 hasil uji statistik variabel atraksi diketahui nilai t hitung 2,684 > nilai t tabel 1,985 dan diketahui juga nilai Sig. variabel X₁ sebesar 0,009 (<0,05) maka berkesimpulan variabel X₁ berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Oleh karena itu, berdasarkan data tersebut, variabel atraksi (X₁) secara positif mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Atraksi wisata menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Pengalaman menarik yang dirasakan oleh wisatawan diperoleh dari atraksi wisata. Dengan demikian, analisis penelitian ini menyimpulkan bahwa Hipotesis (H₁) yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan Tabel 4.8, bahwa persentase paling tinggi variabel pelayanan yaitu; dengan 46 responden (46%) menyatakan “Setuju”, dan terdapat 22 responden (22%) menyatakan “Sangat Setuju”. Maka, dari data tersebut dapat diketahui 68% responden memiliki pandangan positif terhadap variabel pelayanan di Ekowisata Sungai Mudal. Dan juga berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.19, hasil uji statistik variabel pelayanan (X₂) diketahui nilai t hitung 2,444 > nilai t tabel 1,985 dan diketahui juga nilai Sig. variabel X₂ sebesar 0,016 (<0,05) maka berkesimpulan variabel X₂ berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung wisatawan, dapat diasumsikan bahwa pelayanan yang tersedia di Ekowisata Sungai Mudal dapat memiliki dampak yang positif terhadap pengalaman wisatawan. Pelayanan yang baik dan berkualitas di destinasi tersebut dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan wisatawan, serta memengaruhi keputusan mereka untuk kembali berkunjung di masa mendatang. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa hipotesis (H2) pada penelitian ini diterima.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa secara parsial fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Dapat diketahui juga dari uji statistik, variabel fasilitas diketahui nilai t hitung $0,546 < \text{nilai } t \text{ tabel } 1,985$ dan diketahui juga nilai Sig. variabel fasilitas sebesar $0,587 (>0,05)$ maka berkesimpulan variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung wisatawan. Hal ini berarti, faktor-faktor yang berkaitan dengan fasilitas yang tersedia di destinasi ekowisata Sungai Mudal, seperti akomodasi, transportasi, dan sarana pendukung lainnya, tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam memengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Baik atau buruknya fasilitas yang tersedia di Ekowisata Sungai Mudal ternyata tidak memengaruhi minat para wisatawan untuk mengunjunginya. Pengunjung umumnya tidak memerlukan akomodasi di lokasi karena mereka telah menginap di tempat lain, dan sering kali memilih Ekowisata Sungai Mudal sebagai opsi kedua setelah menyelesaikan kunjungan mereka di destinasi wisata lain yang berdekatan, seperti Wisata Waduk Sermo. Faktor-faktor lain, seperti atraksi alam yang menarik atau kegiatan wisata yang unik, ternyata lebih dominan dalam mempengaruhi minat wisatawan, sehingga fasilitas di Ekowisata Sungai Mudal menjadi faktor yang sekunder dalam pertimbangan mereka. Oleh karena itu, dari pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis (H3) ditolak.

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Tabel 4.19 menunjukkan hasil uji statistik variabel promosi diketahui nilai t hitung $4,052 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,985$ dan diketahui juga nilai Sig. variabel promosi sebesar $0,000 (<0,05)$ maka berkesimpulan variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung wisatawan. Variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan (Umur et al., 2022).

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan, dapat disimpulkan bahwa promosi yang ada di Ekowisata Sungai Mudal efektif dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Promosi yang dilakukan melibatkan berbagai strategi pemasaran dan komunikasi, seperti iklan, brosur, promosi melalui media sosial, atau kerjasama dengan agen perjalanan. Oleh karena itu, promosi menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan jumlah pengunjung ke suatu lokasi wisata (Awaluddin & Sumarni, 2021; Dahmiri & Bhayangkari, 2022; Samosir & Ismayuni, 2023). Oleh karena itu, berdasarkan hasil analisis hipotesis (H4) pada penelitian ini diterima.

Pengaruh Atraksi, Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Penelitian ini memperoleh hasil temuan yang menunjukkan bahwa atraksi (X1), pelayanan (X2), fasilitas (X3), dan promosi (X4) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (Y). Hal ini berdasarkan pada Tabel 4.17 nilai F hitung sebesar $46,182$ lebih tinggi dari nilai F tabel sebesar $2,47$. Diketahui juga, nilai Sig. $0,000 (<0,05)$ maka berkesimpulan

bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu (H5) diterima, karena masing-masing variabel penelitian yaitu, atraksi, pelayanan, fasilitas, promosi, secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan (Awaluddin & Sumarni, 2021; Dahmiri & Bhayangkari, 2022; Samosir & Ismayuni, 2023).

Dimensi strategi Paling Dominan yang Memengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dimensi strategi yang paling dominan dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Ekowisata Sungai Mudal adalah variabel promosi. Hal ini dapat dilihat dari hasil persamaan regresi linear berganda. Dari hasil persamaan dapat diketahui variabel promosi memiliki nilai koefisien paling besar yaitu, 0,401. Maka dapat disimpulkan variabel promosi merupakan dimensi strategi yang paling dominan dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Ekowisata Sungai Mudal (Umur et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dan gencar promosi yang dilakukan, semakin yakin wisatawan untuk berkunjung (Awaluddin & Sumarni, 2021). Promosi yang efektif dapat membantu memperkenalkan destinasi, menarik perhatian wisatawan potensial, dan mengkomunikasikan daya tarik destinasi secara efektif.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi (X1), pelayanan (X2), dan promosi (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (Y) ke Ekowisata Sungai Mudal, dengan semakin baik dan beragam atraksi, pelayanan yang diterima, serta promosi yang dilakukan, semakin tinggi minat berkunjung wisatawan. Sebaliknya, fasilitas (X3) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Secara keseluruhan, variabel atraksi, pelayanan, fasilitas, dan promosi bersama-sama mempengaruhi minat wisatawan. Dari semua variabel, promosi adalah yang paling dominan dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan

Setelah menyelesaikan penelitian, beberapa saran diajukan berdasarkan temuan yang didapat. Bagi pengelola Wisata Ekowisata Sungai Mudal, saran-saran meliputi peningkatan atraksi dengan menawarkan lebih banyak kegiatan terkait flora dan fauna melalui tur pemandu atau jalur trekking. Selain itu, peningkatan pelayanan kebersihan tempat umum diperlukan dengan frekuensi pembersihan yang lebih tinggi, penambahan tempat sampah, dan pelibatan komunitas setempat dalam program kebersihan. Promosi juga perlu ditingkatkan dengan materi yang lengkap dan menarik melalui brosur, pamflet, atau website, serta kolaborasi dengan biro perjalanan. Evaluasi fasilitas yang ada disarankan dilakukan melalui penelitian atau penilaian kebutuhan sebelum menggantinya. Penguatan integritas aspek atraksi, pelayanan, fasilitas, dan promosi sangat penting untuk menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah atau menggantikan variabel fasilitas dengan harga tiket masuk, serta mengeksplorasi strategi pengembangan ekowisata yang inovatif dan berkelanjutan, dan mengidentifikasi tren pasar wisatawan terbaru

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek. (No Title)*.
- Arjana, I. G. B. (2017). *Geografi pariwisata dan ekonomi kreatif*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Awaluddin, & Sumarni, S. (2021). *Pengaruh Strategi Promosi terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Kota Palopo*. 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.53654/mv.v3i1.172>
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2022). Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas dan Daya Tarik

- Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Candi Muaro Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(04), 1069–1079. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21858>
- Damarjati, R. H., Mahendra, D., & Widiyanto, H. W. (2024). *Dampak Sosial Ekonomi Corporate Social Responsibility PT PLN Yogyakarta bagi Masyarakat di Ekowisata Sungai Mudal Kabupaten Kulon Progo*. 02. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21831/joppar.v2i6.22656>
- Hidayat, S. (2016). Strategi Pengembangan Ekowisata di Desa Kinarum Kabupaten Tabalong. *Jurnal Hutan Tropis*, 4(3), 282–292.
- Karyati, S. (2021). Model Kebijakan Hukum Pengembangan Ekowisata Di Nusa Tenggara Barat. *Media Keadilan: Jurnal Ilmu Hukum*, 12(1), 96–114.
- Mochklas, M., Maharani, R., Panggayudi, D. S., Oktaviani, M., & Muttaqin, R. (2019). Contribution of Human Resources to Environmentally Friendly Entrepreneurial Models in Coastal Communities to Achieve Sustainable Development Goals (SDGs). *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v4.n02.pe01770>
- Nieamah, K. F., Utami, N., Fiddienika, A., & Purwoko, Y. (2018). Strategi Pengembangan Desa Ekowisata Pampang untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(2), 81–87. <https://doi.org/10.31294/khi.v9i2.5231>
- Parmawati, R., Hardyansah, R., Pangestuti, E., & Hakim, L. (2022). *Ekowisata: determinan pariwisata berkelanjutan untuk mendorong perekonomian masyarakat*. Universitas Brawijaya Press.
- Samosir, M. T., & Ismayuni, T. U. (2023). Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap minat pengunjung di Pantai Bali Lestari Kabupaten Serdang Bedagai. *Gema Wiralodra*, 14(1), 271–279. <https://doi.org/10.31943/gw.v14i1.365>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umur, S. A., Prihatini, A. E., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Destinasi Pariwisata. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 641–650. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35891>
- Wahyuni, S., Sulardiono, B., & Hendrarto, B. (2015). Strategi pengembangan ekowisata mangrove wonorejo, kecamatan rungkut surabaya. *Management of Aquatic Resources Journal (MAQUARES)*, 4(4), 66–70.
- Wati, N. P. A. S., Wijaya, P. Y., & Abiyoga, L. A. (2022). Pengaruh Strategi Promosi dan Fasilitas Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 760–766. <https://doi.org/https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).