

## Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Ekowisata Gua Pancur Desa Jimbaran Kecamatan Kayen Kabupaten Pati

Vivin Erwani<sup>1</sup>, Inayah Adi Sari<sup>2</sup>, Dwi Prastiyo Hadi<sup>3</sup>

Email : [erwanivivin111@gmail.com](mailto:erwanivivin111@gmail.com), [inayahadisari@gmail.com](mailto:inayahadisari@gmail.com), [dwiikip58@gmail.com](mailto:dwiikip58@gmail.com)

Universitas PGRI Semarang

### Abstract

*This study is motivated by the fact that traveler interest in the tourist attractions of Pancur Cave has dropped dramatically after the Covid-19 outbreak. The purpose of this study was to analyze the influence of promotion, service quality, and tourist facilities on the intention of visitors to return to Jimbaran Village, Kayen District, Pati Regency with the possibility of returning to the Pancur Cave ecotourism location. Quantitative method used in this research. 100 respondents who are or have visited a tourist spot known as Pancur Cave were used as the study population. Non-probability sampling methods, such as the purposive sampling approach, are used to determine the population. Questionnaires and other inquiry techniques were used for data collection. SPSS Ver.22 is used as a data processing tool in this study. The research results indicate that there is a positive and significant influence on promotion (X1), service quality (X2), and tourism facilities (X3) both partially and simultaneously on intention to return (Y).*

**Keywords:** *Promotion, Quality of Service, Tourism Facilities, and Interest in Repeat Visits.*

### Abstrak

Kajian ini dilatarbelakangi oleh fakta bahwa minat traveler terhadap atraksi wisata Gua Pancur menurun drastis pascawabah Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata terhadap minat kunjung ulang pengunjung di Desa Jimbaran Kecamatan Kayen Kabupaten Pati dengan kemungkinan kunjungan kembali ke lokasi ekowisata Gua Pancur. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. 100 responden yang sedang atau pernah mengunjungi tempat wisata yang dikenal sebagai Gua Pancur digunakan sebagai populasi penelitian. Metode pengambilan sampel *non-probabilitas*, seperti pendekatan pengambilan sampel *purposive sampling*, digunakan untuk menentukan populasi. Kuesioner dan teknik inkuiri lainnya digunakan untuk pengumpulan data. SPSS Ver.22 digunakan sebagai alat pengolah data dalam penelitian ini. Hasil riset menandakan yakni ada pengaruhnya positif signifikan variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan fasilitas wisata (X3) baik dengan cara parsial dan juga simultan kepada minat kunjung ulang (Y).

**Kata Kunci:** *Promosi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wisata, dan Minat Kunjung Ulang.*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia berpotensi SDA yang besar yang bisa digunakan pada sektor industri pariwisata. Diantara banyak sektor yang ada, pariwisata merupakan salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi di tanah air (Mapudin, 2022). Pentingnya sektor pariwisata menjadikan pariwisata sebagai sumber pendapatan negara dan dapat berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi untuk meningkatkan daya produksi dan mengurangi pengangguran (Sholikah, 2021).

Provinsi Jawa Tengah memiliki kekayaan alam yang besar dan berakibat timbulnya pariwisata seperti wisata alam gua, pantai, gunung, wisata kuliner dan lain-lain. Salah satu daerah yang mengedepankan kebesaran alam untuk bisnis pariwisata adalah Kabupaten Pati. Objek wisata Gua Pancur merupakan sebuah wisata alam yang aktif sejak tahun 1995 dan berada pada desa Jimbaran Kecamatan Kayen, Kabupaten Pati. Daya tarik alam yang belum terjamah, dengan keberadaan gua yang masih alami mampu menarik perhatian masyarakat Pati maupun masyarakat luar Pati untuk berkunjung kesana (Suparwi, 2017).

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pati dibantu oleh pengelola terus berupaya meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Gua Pancur sehingga menjadi destinasi utama wisata alam di wilayah kabupaten Pati. Bersamaan dengan waktu ke waktu, keinginan wisatawan berkunjung ke objek wisata Gua Pancur meningkat. Namun, tidak dapat dipungkiri apabila ada hal-hal yang tidak diinginkan terjadi. Menurut Girsang & Sipayung (2021) minat berkunjung ialah hasrat dari internal diri seseorang agar memilih destinasi wisata dan memutuskan untuk mengunjunginya. Dibawah ini data jumlah pengunjung objek wisata Gua Pancur yakni :

Tabel 1

Jumlah Pengunjung Objek Wisata Gua Pancur Di Kabupaten Pati Tahun 2018-2022

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
2018	96.100
2019	96.380
2020	4.600
2021	1.500
2022	6.260

Sumber : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pati

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa pengunjung objek wisata Gua Pancur di Kabupaten Pati mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2020-2021, yaitu dengan jumlah pengunjung 4.600 dan 1.500. Pandemi Covid-19 terjadi pada tahun 2020 yang tidak terduga dan berdampak besar bagi dunia termasuk sektor pariwisata. Dibandingkan dengan tahun sebelum pandemi yaitu pada tahun 2018 pengunjung objek wisata Gua Pancur berjumlah 96.100 pengunjung dan tahun 2019 berjumlah 96.380 pengunjung.

Namun pada tahun 2022 pasca pandemi terjadi peningkatan jumlah pengunjung sebesar 6.260 pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung memiliki minat untuk berkunjung kembali ke objek wisata Gua Pancur di waktu mendatang. Upaya yang dilakukan pengelola objek wisata Gua Pancur pasca pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut menerapkan protokol kesehatan, menambah beberapa wahana baru, memperbanyak tempat duduk, dan melakukan promosi ke sekolah-sekolah yang dekat dengan objek wisata. Upaya tersebut dilakukan pengelola untuk menarik minat wisatawan berkunjung dan atau berkunjung kembali ke objek wisata Gua Pancur.

Menurut Octaviani et al., (2020) Promosi, kualitas pelayanan, destinasi, dan daya tarik wisata adalah sebagian faktor yang bisa mendorong wisatawan agar mengunjungi kembali. Promosi dan kualitas layanan merupakan faktor kunci dalam mendorong pengunjung untuk berkunjung kembali ke objek wisata yang mereka pilih. Selain itu fasilitas wisata pun jadi faktor krusial untuk menumbuhkan minat mengunjungi ulang wisatawan.

Menurut Rizal et al., (2021) promosi (*promotion*) merupakan satu diantara aktivitas pemasaran lain yang berpengaruh krusial untuk industri sebagai usaha menjaga profitabilitas, menaikkan kapasitas penjualan, dan menaikkan upaya pemasaran, dalam arti memasarkan sesuatu. Didasarkan atas hasil pengamatan awal yang sudah dilaksanakan peneliti, menyatakan bahwa promosi yang dilakukan pengelola objek wisata Gua Pancur masih kurang, hal tersebut terbukti dari minimnya informasi detail mengenai data pesona Gua Pancur dan iklan di beberapa media massa (media cetak dan media elektronik) dan media sosial yang memberikan informasi tentang pesona Gua Pancur.

Menurut Arianto (2018) kualitas pelayanan merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan, persyaratan, serta ketepatan waktu yang sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Didasarkan atas hasil pengamatan awal yang sudah dilaksanakan periset, menyatakan yakni kualitas pelayanan di objek

wisata Gua Pancur masih kurang, terlihat dari kurangnya perhatian pengelola terhadap lingkungan sekitar objek wisata Gua Pancur.

Menurut Indriastuti & Nuryasri (2022) fasilitas ialah seluruh hal yang bisa dipergunakan serta dirasakan pengunjung selama memakai fasilitas untuk membuat pengunjung merasa nyaman. Mengacu pada hasil amatan awal yang sudah dilaksanakan periset bisa terlihat bahwasanya terdapat toilet dengan kondisi yang kurang terawat dan jumlahnya yang terbatas, dari segi tata letak bangunan untuk para pedagang kurang tertata rapi, lahan parkir yang masih menyatu dengan objek wisata, tempat sampah yang kurang memadai sehingga tingkat kebersihan kurang terjaga, dan danau buatan yang terletak didepan Gua kurang terawat dengan baik sehingga banyak tumbuh tanaman ganggang air.

Didasarkan atas penjabaran permasalahan tersebut, penulis mempunyai maksud melaksanakan riset bertopik “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Ekowisata Gua Pancur Desa Jimbaran Kecamatan Kayen Kabupaten Pati”.

## **METODE PENELITIAN**

Metode riset yakni riset kuantitatif, berjenis riset asosiatif. Populasi penelitian ini yaitu pengunjung yang sedang berkunjung dan yang pernah berkunjung diobjek wisata Gua Pancur minimal 1 kali sejak tahun 2020. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Dalam mengukur variabel pada riset ini mempergunakan skala *likert*. Teknik menghimpun data mempergunakan angket. Teknik analisis data dibantu dengan program *Software SPSS* dengan melakukan pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis (pengujian t dan pengujian f), dan koefisien determinasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Mengacu pada hasil menganalisis regresi linier berganda, dikenali bahwasanya promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan fasilitas wisata (X3) membawa pengaruh positif dan bersignifikan kepada minat kunjung ulang. Adapun pembahasan hasil penelitian berikut:

Tabel 2

Hasil uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,318	1,524		4,145	,000
	Promosi	,088	,042	,194	2,117	,037
	Kualitas Pelayanan	,108	,042	,287	2,580	,011
	Fasilitas Wisata	,115	,038	,322	3,027	,003

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Ulang

Sumber : Data primer diolah (2023)

## 1. Pengaruh Promosi (X) Terhadap Minat Kunjung Ulang (Y)

Mengacu pada hasil uji t pada riset berikut menandakan yakni variabel promosi nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,117 > 1,98472$  dan nilai signifikansinya  $0,037 < 0,05$ . Berarti  $H_0$  ada penolakan dan  $H_a$  ada penerimaan. Dapat diartikan bahwasanya variabel promosi ada pengaruhnya positif dan signifikan dengan cara parsial kepada minat kunjung ulang ekowisata Gua Pancur Desa Jimbaran Kecamatan Kayen Kabupaten Pati. Hasil penelitian ini selaras terhadap riset yang dilaksanakan oleh Makalew et al., (2019) dan Widjianto, (2019) menunjukkan bahwasanya variabel promosi membawa pengaruh positif dan signifikan kepada minat kunjung ulang.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Minat Kunjung Ulang (Y)

Berdasarkan hasil uji t dalam riset ini menunjukkan yakni variabel kualitas pelayanan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $2,580 > 1,98472$  serta nilai signifikansinya  $0,011 < 0,05$ . Berarti  $H_0$  ada penolakan dan  $H_a$  ada penerimaan. Dapat diartikan bahwasanya variabel kualitas pelayanan membawa pengaruh positif dan signifikan dengan cara parsial kepada minat kunjung ulang ekowisata Gua Pancur Desa Jimbaran Kecamatan Kayen Kabupaten Pati. Hasil riset ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan Farikhin et al., (2020) dan Octaviani et al., (2020) menunjukkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan membawa pengaruh positif dan signifikan kepada minat berkunjung kembali.

### 3. Pengaruh Fasilitas Wisata (X3) Terhadap Minat Kunjung Ulang (Y)

Mengacu pada hasil uji t pada riset berikut menandakan yakni variabel fasilitas wisata nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,027 > 1,98472$  dan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat diartikan bahwa variabel fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat kunjung ulang ekowisata Gua Pancur Desa Jimbaran Kecamatan Kayen Kabupaten Pati. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Marpaung (2019) dan Wiratini et al., (2018) yang menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

Tabel 3

Hasil Uji f

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326,982	3	108,994	30,032	,000 <sup>b</sup>
	Residual	348,408	96	3,629		
	Total	675,390	99			

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Ulang

b. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata, Promosi, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah (2023)

### 4. Pengaruh Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Fasilitas Wisata (X3) terhadap minat kunjung ulang

Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $30,032 > 2,70$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat diartikan bahwa variabel promosi, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang ekowisata Gua Pancur Desa Jimbaran Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.

## SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dalam penelitian ini yaitu promosi, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata membawa pengaruhnya positif dan bersignifikan baik secara parsial dan juga simultan kepada minat kunjung ulang ekowisata Gua Pancur Desa Jimbaran Kecamatan Kayen Kabupaten Pati. Saran diberikan yaitu

bagi pengelola diharapkan bisa lebih meningkatkan promosi, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata agar minat kunjung ulang wisatawan semakin meningkat. Selain itu, saran bagi periset berikutnya bisa melakukan pengembangan riset ini dengan menyelidiki variabel lainnya, seperti daya tarik wisata, citra wisata, harga, dan keselamatan wisatawan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor (Vol. 1, Issue 2).
- Fariqhin, A., Mansur, M., & Priyono, A. A. P. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan (Studi Pada Destinasi Wisata Air Panas Padusan Kecamatan Pacet Mojokerto). [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19). In *JURNAL DARMA AGUNG* (Vol. 29, Issue 3).
- Indriastuti, W. A., & Nuryasri. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman New Balekambang Tawangmangu. *Hotelier Journal*, Vol.8.
- Makalew, A. J. L., Mananeke, L., & Lintang, D. C. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus Di Bitung. 7(3), 2631–2640.
- Mapudin. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Candi Jiwa Batujaya Pada Masa Pandemi Covid -19, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Interventing Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen* , Vol. 1, 144–156.
- Octaviani, D., Ery Niswan, & Adiyath Randy Yudi Mamase. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Kabupaten Kubu Kalimantan Barat (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Qubu Resort).
- Rizal, M., Irawan, N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Jurnal Ecopreneur*, 4(2), 122–131.
- Sholikah, K. N. (2021). Pengaruh Saranan Prasaranan, Daya Tarik Wisata, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Obyek Wisata Kampung Coklat Blitar).

- Suparwi. (2017). Upaya Pengembangan Ekowisata Gua Pancur Dalam Menumbuhkan Ekonomi Masyarakat Desa Jimbaran Kayen Pati. In *Jurnal Tadris Biologi* (Vol. 1, Issue 1).
- Widjianto, T. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass.
- Wiratini, N. N. A., Setiawina, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung (Vol. 7, Issue 1).