

---

## Pengaruh Strategi Promosi dan Fasilitas Pariwisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Ni Putu Ayu Sintya Wati<sup>(1)</sup>

Putu Yudy Wijaya<sup>(2)</sup>

Luh Adisti Abiyoga<sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia

e-mail: [ayusintya768@gmail.com](mailto:ayusintya768@gmail.com)

### ABSTRACT

*The Blooms Garden has problems regarding the increase in the number of visits which are thought to be due to promotion strategies and tourism facilities and the existence of different research results from research gap. This study aims to determine the effect of promotion strategies and tourism facilities simultaneously on interest in visiting The Blooms Garden. The location of this research is located at The Blooms Garden Tourism Object in Br Batusesa, Candikuning Village, Baturiti District, Tabanan, Bali. This study uses quantitative and qualitative data types as well as primary and secondary data sources. The sample of this study amounted to 97 respondents using incidental sampling method as a method of determining the sample. Methods of data collection using observation, interviews, literature study and questionnaires. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, it was shown that either partially or simultaneously the variables of promotion strategy and tourism facilities had a significant positive effect on interest in visiting The Blooms Garden in Tabanan.*

**Keywords:** *Promotion Strategy; Tourism Facilities; Visiting Interest*

### ABSTRAK

*The Blooms Garden memiliki permasalahan mengenai peningkatan jumlah kunjungan yang diduga karena strategi promosi dan fasilitas pariwisata serta terdapatnya hasil penelitian yang berbeda-beda dari *research gap*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi promosi dan fasilitas pariwisata secara simultan terhadap minat berkunjung pada *The Blooms Garden*. Lokasi penelitian ini terletak pada Objek Wisata *The Blooms Garden* yang berada di Br Batusesa, Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Tabanan, Bali. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan kualitatif serta sumber data primer dan sekunder. Sampel penelitian ini berjumlah 97 responden menggunakan metode *sampling incidental* sebagai metode penentuan sampelnya. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, studi kepustakaan dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan variabel strategi promosi dan fasilitas pariwisata berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung pada *The Blooms Garden* di Tabanan.*

**Kata kunci:** *Strategi Promosi; Fasilitas Pariwisata; Minat Berkunjung*

---

## Pendahuluan

Dunia pariwisata adalah dunia yang universal, siapapun akan menyatakan bahwa pariwisata adalah kebutuhan umat manusia di seluruh dunia. Produk industri pariwisata dapat diartikan sebagai segala aspek wisata yang dirasakan oleh wisatawan selama melakukan perjalanan, dimana produk jasa tersebut disediakan oleh perusahaan wisata dalam mendukung segala aktifitas wisata yang dilakukan oleh wisatawan, antara lain jasa penginapan, makanan dan minuman, transportasi, objek wisata, tiket dan lain sebagainya (Suryani, 2017).

Menurut Mulyadi (2018), pemasaran pariwisata merupakan hal yang sangat kompleks sekali karena produk dari industri pariwisata mempunyai ciri-ciri khas dibandingkan dengan produk berupa barang. Selain itu, pemasaran pariwisata dimaknai sebagai upaya mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan, serta menawarkan produk wisata yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan dengan maksud agar usaha pariwisata dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan (Kotler & Keller, 2017). Menurut Kurniasari, *et al.* (2019), minat adalah rasa ingin seseorang melakukan sesuatu, yang mana dikarenakan adanya rangsangan untuk melakukan tersebut. Minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke objek wisata. Minat mengunjungi destinasi wisata juga muncul karena memiliki pengetahuan dan referensi yang kuat tentang lokasi objek wisata (Tjiptono, 2017).

Berdasarkan permasalahan tersebut ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung, yaitu faktor strategi promosi dan fasilitas pariwisata. Menurut (Mulyati & Afrinata, 2018), promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi-informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Menurut Zai (2017), hubungan antara promosi dengan minat berkunjung adalah promosi memiliki fungsi untuk menciptakan *image* atau kesan tentang apa yang diiklankan. Semakin bagus promosi yang dilakukan maka akan menarik wisatawan untuk berkunjung kembali. Begitu juga dengan kualitas pelayanan, kesan kualitas pelayanan yang diterima oleh wisatawan akan mempengaruhi perilaku wisatawan yang datang. Semakin memuaskan kualitas pelayanan yang diterima wisatawan maka akan menarik wisatawan untuk berkunjung kembali.

Menurut Dewi & Laksono (2020), fasilitas wisata merupakan suatu sarana dan prasarana yang disediakan oleh pengelola wisata yang dapat digunakan oleh wisatawan. Wisatawan tidak hanya dapat menikmati keindahan alam atau keunikan objek wisata, melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata (Astrama dan Mahayasa, 2021) seperti akomodasi, kendaraan dan

---

lain-lain.

Objek pariwisata *The Blooms Garden* adalah salah satu objek pariwisata yang paling diminati di kawasan Bedugul yang karena fasilitasnya yang sangat bagus dan juga karyawan yang sangat ramah, begitu juga dengan informasi yang disediakan sangat lengkap yang yang di sebarakan melalui media sosial dan juga di tunjukan dengan beberapa iklan poster dalam penyampainnya kepada pengunjung yang akan berkunjung ke *The Blooms Garden* dengan fasilitas dan strategi promosi yang dapat berjalan dengan baik pasti akan menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke objek pariwisata tersebut. Namun berdasarkan data yang ada jumlah kunjungan terendah, yaitu di bulan Agustus dan kunjungan yang paling tinggi, yaitu di bulan Januari dikarenakan pada bulan Januari promosi semakin digencarkan sehingga kunjungan setiap bulannya meningkat ini karena memang di setiap bulannya promosi selalu ditingkatkan serta ada juga penambahan fasilitas sehingga banyak tamu yang berkunjung setiap bulannya selalu bertambah terutama tamu lokal sehingga di bulan maret terdapat lonjakan kunjungan yang sangat drastis. Hal inilah yang menjadi alasan kuat wisatawan menjadikan *The Blooms Garden* prioritas kunjungan wisatawan yang sekaligus berminat untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan fenomena dan penelitian sebelumnya menunjukkan masih terdapat perbedaan hasil penelitian sehingga memicu timbulnya ketidakkonsistenan dalam menentukan suatu solusi pada problematika terkait. Maka dilakukan penelitian kembali untuk menguji beberapa faktor tersebut untuk menyumbangkan hasil penelitian terbaru dengan mengangkat judul penelitian “Pengaruh Strategi Promosi Dan Fasilitas Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada *The Blooms Garden* di Tabanan”.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan sumber (Ghozali, 2016) dan (Sugiyono, 2018) dengan penelitian yang dilakukan di *The Blooms Garden* yang berada di Br Batusesa, Desa Candikuning, karena *The Blooms Garden* ialah salah satu objek pariwisata yang paling diminati di kawasan Bedugul yang karena fasilitasnya yang sangat bagus dan juga karyawan yang sangat ramah, begitu juga dengan informasi yang disediakan sangat lengkap dalam penyampainnya kepada pengunjung yang akan berkunjung ke *The Blooms Garden* dengan fasilitas dan strategi promosi yang dapat berjalan dengan baik pasti akan menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke objek pariwisata tersebut. Objek penelitian ini Strategi Promosi ( $X_1$ ), Fasilitas Pariwisata ( $X_2$ ), dan Minat Berkunjung ( $Y$ ). Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan *incidental sampling*, dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 97 wisatawan.

Jenis data yang digunakan pada riset ini adalah data kuantitatif dan kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini observasi dan kuesioner. Teknik analisis data menerapkan metode analisis linier berganda.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Deskripsi data dalam penelitian ini terdiri dari penjabaran data yang tentang strategi promosi, fasilitas pariwisata dan minat berkunjung.

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,256	2,372		2,216	0,029
1 Strategi Promosi	0,335	0,093	0,333	3,602	0,001
Fasilitas Pariwisata	0,512	0,100	0,471	5,102	0,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung  
Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 1, rumus regresi linear berganda untuk variabel penelitian ini disajikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + 0,335X_1 + 0,512X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

$b_1 = 0,335$  menunjukkan bahwa strategi promosi berpengaruh positif terhadap minat berkunjung, apabila strategi promosi meningkat, maka diasumsikan dapat meningkatkan tingkat minat berkunjung.

$b_2 = 0,512$  menunjukkan bahwa tingkat fasilitas pariwisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung, apabila fasilitas pariwisata meningkat, maka diasumsikan dapat meningkatkan tingkat minat berkunjung.

Berdasarkan pengujian di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,733. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2$ , secara simultan, yakni strategi pemasaran dan fasilitas pariwisata secara simultan memiliki hubungan yang kuat dengan minat berkunjung serta memiliki korelasi yang searah atau positif yang bermakna semakin meningkatnya strategi promosi dan fasilitas pariwisata, maka akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan *The Blooms Garden*.

**Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Berganda**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,733 <sup>a</sup>	0,537	0,527	4,440

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Pariwisata, Strategi Promosi

Sumber: data diolah (2021)

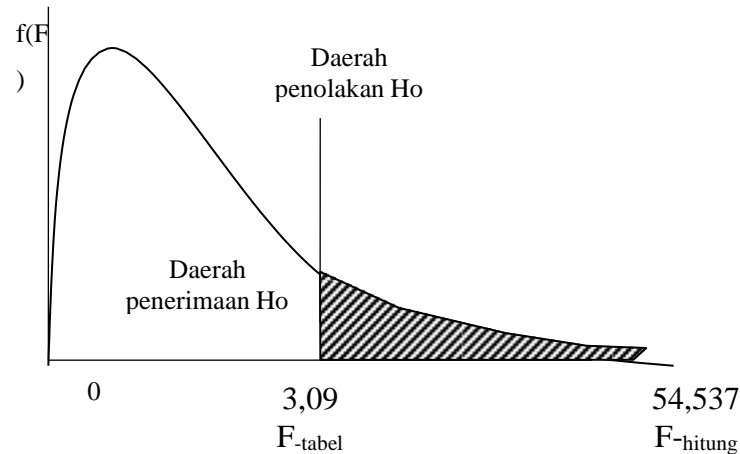
**Tabel 3. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2150,631	2	1075,316	54,537	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	1853,430	94	19,717		
	Total	4004,062	96			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas Pariwisata, Strategi Promosi

Sumber: data diolah (2021)

**Gambar 1**

#### Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Dengan Uji F

Berdasarkan Tabel 3 dan Gambar 1 diketahui  $F_{\text{hitung}} (54,537) > F_{\text{tabel}} (3,09)$  dengan nilai signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti strategi promosi dan fasilitas pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada *The Blooms Garden* di Tabanan. Hal ini dapat diartikan bahwa jika strategi promosi dan fasilitas pariwisata baik maka minat berkunjung juga akan meningkat dan model penelitian layak untuk diteruskan ke pengujian berikutnya.

---

Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Berkunjung Pada *The Blooms Garden* Di Tabanan  
Strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada *The Blooms Garden* di Tabanan. Hal ini dibuktikan dari pengujian statistik strategi promosi memiliki nilai koefisien sebesar 0,335 (positif) dan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil daripada nilai alpha ( $\alpha$ ) 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya strategi promosi, maka semakin meningkat juga tingkat minat berkunjung pada *The Blooms Garden* di Tabanan.

Pengaruh Fasilitas Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Pada *The Blooms Garden* Di Tabanan  
Fasilitas pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada *The Blooms Garden* di Tabanan. Hal ini dibuktikan dari pengujian statistik fasilitas pariwisata memiliki nilai koefisien sebesar 0,512 (positif) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil daripada nilai alpha ( $\alpha$ ) 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya fasilitas pariwisata, maka semakin meningkat juga tingkat minat berkunjung pada *The Blooms Garden* di Tabanan. Fasilitas pariwisata sangat berpengaruh untuk menunjang suatu tempat pariwisata, sehingga apa yang ada dalam objek pariwisata tidak monoton itu itu saja sehingga tamu minat kunjungan kembali ke *the blooms garden* oleh karena itu pembaruan dan penambahan fasilitas yang ada sangat berpengaruh terhadap perusahaan itu sendiri dan juga fasilitas yang di sediakan juga bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disajikan beberapa kesimpulan dari hasil analisis yaitu sebagai berikut Strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada *The Blooms Garden* di Tabanan, hal ini menunjukkan bahwa semakin tepat dan menerapkan strategi promosi yang potensial maka akan meningkatkan minat individu mengunjungi objek wisata. Fasilitas pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada *The Blooms Garden* di Tabanan. Strategi promosi dan fasilitas pariwisata secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada *The Blooms Garden* di Tabanan, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dan lengkapnya fasilitas yang tersedia pada objek wisata maupun di sekitar objek wisata maka akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke objek wisata.

---

**Daftar Pustaka**

- Astrama, I. M., & Mahayasa, I. G. A. (2021). Kajian Strategi Pemasaran Obyek Wisata Gunung Kawi Tampaksiring Kabupaten Gianyar Ditinjau dari Persepsi Wisatawan. *Widya Manajemen*, 3(1), 39-56.
- Charli, C. O. & Putri, A. D. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2): 40-48.
- Dewi, M. S., & Laksono, B. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Ketersediaan Fasilitas Terhadap Minat Konsumen Berkunjung Kembali Pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1): 19-26.
- Fitriyani, E., & Pramusinto, H. (2018). Pengaruh Fasilitas Perpustakaan, Kualitas Pelayanan, dan Kinerja Pustakawan Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2): 585-595.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, S., & Ikhwan, J. (2018). Analisis Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Pendapatan, Dan Dampaknya Terhadap Minat Wisatawan Mengunjungi Pantai Berkas Di Bengkulu. *JAZ: Jurnal Akuntansi Unihaz*, 1(2): 80-88.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, H., Fianto, A. Y. A., & Candraningrat. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth, Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(1): 1-16.
- Mulyadi. (2018). Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2): 191-200.
- Permatawati, K.A. R., Wimba, I. G. A., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Konsumen Bumdes. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2): 677-684.
- Sidik, A. R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Taman Kupu-Kupu Alia. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8 (3): 1-25.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.
- Sukarsih, O., & Saputra, G. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Habitat Ubud. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(3): 862-872.
- Sulastiyono. (2017). Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung : Alfabeta.
- Suryani, D. D. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Pulau Pahawang Lampung (Studi Kasus pada Wisatawan Pecinta Snorkeling di Pulau Pahawang Lampung). Skripsi. Universitas Sanata Dharma.
- Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Widoyo, A., & Triyanto, T. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Desa Wisata Jetis Kecamatan Sambirejo Kabupaten Sragen). *Riset Manajemen dan Akuntansi*, 11(1): 83-97.
- Zai, T. L. C. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi pada Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.