

Pengaruh Promosi Media Sosial Facebook Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa

Wandi¹ Muh Ferils² Andi Nursiskawati Siangka³

^{1, 2, 3.} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Mamuju

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi media sosial facebook dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung wisatawan pada Wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan Promosi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan pada wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa semakin baik promosi media sosial yang dilakukan akan semakin meningkat pula minat kunjungan wisatawan. Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan pada wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa. Dengan demikian H_2 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa semakin bagus fasilitas wisata yang disediakan akan semakin meningkat pula minat kunjungan wisatawan.

Kata Kunci: *Promosi Media Sosial, Fasilitas Wisata, Wisatawan.*

Copyright (c) 2023 Wandu, Et.All.

✉ Corresponding author :

Email Address : wandigufran@gmail.com muh.ferils89@gmail.com andinursiskawati14@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat diandalkan dalam pembangunan nasional. Saat ini pariwisata berkembang menjadi suatu industri yang berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Perkembangan pariwisata terjadi karena adanya gerakan manusia, seperti mencari sesuatu yang belum diketahuinya, mencari perubahan suasana, atau bahkan untuk mendapatkan perjalanan baru. Setiap daerah di Indonesia bisa dikatakan udah memiliki tempat destinasi pariwisata tersendiri, yang mana destinasi tersebut menjadi potensi bagi daerah dalam menarik wisatawan agar mau berkunjung. Potensi wisata di Indonesia secara meluas hampir mencakup semua jenis wisata yang dapat di promosikan kepada para wisatawan.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam macam destinasi wisata yang dapat menjadi referensi bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung yaitu Provinsi Sulawesi Barat. Sulawesi Barat memiliki panorama alam yang menarik sekaligus indah untuk dikunjungi. Mulai dari wisata alam, pantai, budaya, hingga kuliner yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri. Bukan hanya pegunungan, letaknya yang ada di pesisir juga membuat Sulawesi Barat kaya akan wisata pantai.

Kabupaten Mamuju Tengah sebagai Kabupaten maupun wisata budaya yang bernilai sejarah. memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi daerah wisata. Mamuju Tengah memiliki daerah pantai, dataran dan pegunungan serta merupakan daerah tujuan transmigrasi sehingga memiliki berbagai fenomena kultur yang menarik antara penduduk luar, tidak hanya wisata budaya saja yang terdapat didaerah ini, terdapat wisata sejarah dan wisata alam. Ada beberapa wisata unggulan yang ada di Kabupaten Mamuju Tengah, yaitu wisata bahari Pantai Kambunong, wisata air terjun Kalando, wisata batu rede di Budong-budong, kolam pemancingan Khaymoto di Topoyo, dan wisata hutan *mangrove* Wai Tumbur di Salubiro.

Objek Wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro merupakan salah satu dari banyaknya destinasi wisata yang ada di Kabupaten Mamuju Tengah, lebih tepatnya terletak di Desa Salubiro, Kecamatan Karossa, Kabupaten Mamuju Tengah. Objek wisata ini baru dibuka untuk umum pada tahun 2018 silam dan dikelola langsung Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Salubiro. Wisata ini terbilang ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun dari luar daerah pada akhir pekan maupun hari-hari libur besar lainnya, sehingga menjadikan wisata ini salah satu destinasi unggulan yang ada di Kabupaten Mamuju Tengah. Di lokasi wisata ini, pengunjung bisa menikmati keindahan pantai yang tidak kalah indah dengan wisata Mangrove di daerah lain dan menyusuri hutan *mangrove* di sepanjang bibir pantai melalui dermaga yang dicat berwarna-warni.

Saat ini dapat disebut era digital dimana media online merupakan wadah yang populer dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah bisnis. Di kalangan pelaku usaha bidang pariwisata, media sosial merupakan sarana promosi yang sangat efektif. Pengaruhnya membelah rentang waktu dan jarak. Tidak ketinggalan, pemerintah daerah melalui beberapa lembaga, baik dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) maupun Dinas Pariwisata memanfaatkan media online untuk menyebarkan informasi pariwisata yang meliputi destinasi, akses, event, dan sebagainya yang terbukti sangat efektif.

Hadirnya sosial media yang didukung oleh kekuatan internet saat ini berpotensi mendukung keberhasilan promosi suatu usaha atau produk dengan mudah, cepat dan murah, bahkan tanpa modal sama sekali. Pemasaran online adalah pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer online interaktif yang menghubungkan konsumen dengan penjual secara elektronik Kinanti (2017, dalam Muchtar dan Halim 2020:3). Salah satu promosi berbasis online yang dilakukan oleh pihak pengelola Wisata Mangrove Wai Tumbur Salubiro yaitu melalui media Facebook. Manfaat yang dapat dirasakan seperti banyaknya akses informasi yang didapatkan, nyaman, interaktif dan pilihan yang lebih lengkap (Muchtar dan Halim, 2020:03).

Promosi melalui media sosial secara rutin dengan memperlihatkan segala keindahan objek wisata itu sendiri tentunya berdampak pada daya tarik wisatawan yang mendorong untuk datang berkunjung. Sehingga, dengan adanya kegiatan yang kurang maksimal dalam melakukan promosi untuk menarik minat berkunjung menjadi satu hal yang perlu diperhatikan, dimana banyaknya wisatawan luar daerah

yang berkunjung mengetahui wisata ini dari beberapa postingan yang ada di media sosial yaitu facebook.

Selain promosi, fasilitas wisata juga merupakan faktor yang berpengaruh pada suatu objek wisata. Yoeti (2015:56) mengungkapkan bahwa fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal atau berkunjung sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai, menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Objek wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro sendiri tentunya sudah menyediakan berbagai macam fasilitas yang dapat mendukung segala aktivitas para wisatawan saat berkunjung. Mulai dari beberapa *spot* atau tempat foto seperti dermaga dengan latar belakang pohon mangrove, mushollah, beberapa gasebo, toilet serta panggung hiburan yang telah disediakan oleh pihak pengelola.

Minat merupakan keputusan pribadi yang berkaitan erat dengan sikap, dimana minat dan sikap adalah dasar dari prasangka dalam pengambilan keputusan, sehingga minat berkunjung menurut Nuraeni (2014 dalam Lung 2020:23) merupakan dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali ke tempat tujuan yang pernah didatangi. Untuk mendukung peningkatan minat kunjungan wisatawan tersebut, maka perlu adanya penyediaan fasilitas yang memadai sehingga dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada wisatawan. Fasilitas-fasilitas yang memenuhi segala kebutuhan wisatawan selama menikmati objek wisata tersebut memberikan kepuasan kepada wisatawan dikarenakan wisatawan tidak mengalami kesulitan untuk memenuhi berbagai kebutuhan untuk menikmati wisata.

Dari segi fasilitas wisata, peningkatan, pemeliharaan, serta perawatan fasilitas sangat di perlukan untuk suatu objek wisata, hal ini sangat penting dilakukan terkhususnya bagi pihak pengelola wisata dan pemerintah. Hal ini sesuai dengan pernyataan pada penelitian yang dilakukan oleh Alita Novita Sari dan Hijriyantomi Suyuthie (2022) yang menyatakan bahwa dengan terus-menerus melakukan peningkatan, pemeliharaan serta perawatan fasilitas, nantinya akan memberikan dampak yang positif bagi pihak pengelola dan pemerintah, dengan adanya fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan, wisatawan yang akan datangpun akan meningkat karena dengan peningkatan, pemeliharaan serta perawatan fasilitas tersebut dapat membuat wisatawan merasa aman serta merasa nyaman saat berkunjung ke objek wisata tersebut, dan ini akan menimbulkan dorongan kepada wisatawan untuk terus berkunjung dan mencari tahu mengenai objek wisata.

Berdasarkan realita dan penjelasan diatas merupakan suatu hal yang menarik bagi peneliti ingin mengembangkan lebih jauh mengenai: Promosi media sosial facebook berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan pada Wisata Mangrove Wai Tumbur, Fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan pada Wisata Mangrove Wai Tumbur, Promosi media sosial facebook dan fasilitas wisata berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung wisatawan pada Wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yakni dengan menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang menggunakan kuesioner. Responden dalam penelitian seluruh pengunjung objek wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa, sampel yang digunakan dengan teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel 96 responden. Rumus yang dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, dan uji f.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Dekripsi Identitas Responden

Responden yang melakukan pengisian kuesioner penelitian merupakan pengunjung objek wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa sebanyak 96 responden yang diuraikan menurut jenis kelamin, usia, jenjang Pendidikan, masa kerja, dan kunjungan sebagai berikut:

Table 1. Data Demografi

Variable	Measurement	n	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	40	41.7
	Perempuan	56	58.3
Menurut Usia	15 s/d 20 Tahun	22	22.9
	21 s/d 25 Tahun	28	29.2
	26 s/d 30 Tahun	27	28.1
	31 s/d 35 Tahun	12	12.5
	35 > Tahun	7	7.3
Jenjang Pendidikan	SMP	10	10.4
	SMA	32	33.3
	D1 - D3	6	6.3
	S1	35	36.5
	Lainnya	13	13.5
Jenis Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	44	48.8
	PNS/TNI/POLRI	17	17.7
	Swasta	19	19.8
	Wiraswasta	10	10.4
	Lainnya	6	6.3
Kunjungan	Belum Pernah	27	28.1
	1 - 2 Kali	59	61.5
	3 - 4 Kali	4	4.2
	> 4 Kali	6	6.3

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 1, deskriptif jenis kelamin responden, menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin didominasi atau lebih banyak jenis kelamin perempuan dari laki-laki. Jumlah jenis kelamin laki-laki dengan frekuensi sebanyak 40 responden atau sebanyak 41,7%. Sedangkan jenis kelamin perempuan berjumlah 56 responden atau sebanyak 58,3%. Berdasarkan deskriptif usia responden, menunjukkan tingkat usia responden antara 15-20 tahun yaitu 22 responden atau sebesar 22,9%. Lalu usia 21-25 tahun yang paling banyak yaitu 28 responden atau sebesar 29,2%. Lalu usia 26-30 tahun berjumlah 27 responden atau 28,1%. Kemudian usia 31-35 yaitu 12 responden

atau 12,5%. Dan tingkat usia interval terendah umur diatas dari 35 tahun yaitu 7 responden atau 7,3%. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas pengunjung berada pada kategori usia 21-25 tahun. Berdasarkan deskriptif jenjang pendidikan responden, menunjukkan responden dengan jenjang tingkat pendidikan SMP/MTS sebanyak 10 responden atau sebesar 10,4%. Kemudian pendidikan SMA/MA/SMK sebanyak 32 responden atau sebesar 33,3%. Lalu pendidikan D1-D3 berjumlah 6 responden atau sebesar 6,3%. Kemudian pada tingkat Sarjana (S1) berjumlah 35 responden atau sebesar 36,5%, dan pada tingkat pendidikan lainnya berjumlah 13 responden atau sebesar 13,5%. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas pengunjung berada pada kategori tingkat pendidikan Sarjana (S1). Berdasarkan deskriptif jenis pekerjaan responden, menunjukkan mayoritas responden yang melakukan kunjungan sebagian besar berprofesi Pelajar/Mahasiswa yakni sebanyak 44 (48,8%) responden. 17 responden berstatus PNS/TNI/POLRI (18,3%), 19 responden berprofesi Swasta (20,4%), 10 responden berstatus Wiraswasta (10,4%), dan 6 responden berprofesi lainnya (6,3%). Berdasarkan deskriptif kunjungan responden, menunjukkan mayoritas responden yang melakukan kunjungan di Wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro sebanyak 1 - 2 kali dalam sebulan dengan jumlah responden 59 (61,5%). Hal ini membuktikan bahwa tingkat kunjungan pada objek wisata cukup tinggi.

B. Pengujian Kualitas Data Penelitian

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan *Pearson Correlation* (r_{hitung}) dengan *Product Moment* (r_{tabel}), tingkat signifikansi yang digunakan penelitian ini 0,05. r_{hitung} dilihat dari *Output Pearson Correlation* dari SPSS, r_{tabel} dilihat dari tabel distribusi r, namun yang harus diketahui terlebih dahulu adalah derajat kebebasan atau *Degree off Freedom* lalu dikombinasikan dengan tingkat signifikansi penelitian yang digunakan. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Media Sosial (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,754		Valid
Pernyataan 2	0,637		Valid
Pernyataan 3	0,795	0,200	Valid
Pernyataan 4	0,745		Valid
Pernyataan 5	0,780		Valid

Sumber : *Data Primer Diolah SPSS 25, 2023.*

Merujuk hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada tabel 2, nilai r_{hitung} dari seluruh pernyataan pada kuesioner dalam variabel promosi online (X_1) lebih besar (>) dari r_{tabel} . Sehingga disimpulkan bahwa semua pernyataan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas Wisata (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,731		Valid
Pernyataan 2	0,622		Valid
Pernyataan 3	0,627	0,200	Valid
Pernyataan 4	0,576		Valid
Pernyataan 5	0,618		Valid

Sumber : *Data Primer Diolah SPSS 25, 2023.*

Merujuk hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada tabel 3, nilai r_{hitung} dari seluruh pernyataan pada kuesioner dalam variabel fasilitas wisata (X_2) lebih besar ($>$) dari r_{tabel} . Sehingga disimpulkan bahwa semua pernyataan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,722		Valid
Pernyataan 2	0,713		Valid
Pernyataan 3	0,697	0,200	Valid
Pernyataan 4	0,699		Valid
Pernyataan 5	0,539		Valid

Sumber : Data Primer Diolah SPSS 25, 2023.

Merujuk hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada tabel 4, nilai r_{hitung} dari seluruh pernyataan pada kuesioner dalam variabel minat berkunjung (Y) lebih besar ($>$) dari r_{tabel} . Sehingga disimpulkan bahwa semua pernyataan valid.

Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas variabel penelitian dilakukan untuk memastikan konsistensi pernyataan dalam tiap butir indikator variabel yang diajukan dalam kuesioner. Suatu angket atau kuesioner dikatakan reliabel, konsisten atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun hasil uji reliabilitas variabel penelitian:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Promosi Media Sosial (X_1)	0,795	Reliabel
Fasilitas Wisata (X_2)	0,629	Reliabel
Minat Berkunjung (Y)	0,685	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah SPSS 25, 2023.

Hasil pengujian reliabilitas tabel 5 hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* yang menerangkan bahwa nilai dari tiap variabel lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dari variabel yang digunakan dapat dikatakan reliabel untuk dijadikan alat ukur atau dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan tidak menghasilkan arti ganda atau konsisten.

Selanjutnya dilakukan pengujian regresi linear berganda dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji keeratan hubungan variabel independent terhadap variabel dependent. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *Software IBM SPSS (Statistical Package for Social Science)* versi 24. Uraian hasil pengolahan data persamaan regresi linear berganda pada penelitian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,024	2,381		2,530	0,013
	Promosi Media Sosial (X ₁)	0,391	0,111	0,367	3,507	0,001
	Fasilitas Wisata (X ₂)	0,292	0,124	0,245	2,349	0,021

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung (Y)

Sumber : Data Primer Diolah SPSS 25, 2023.

Merujuk analisis data tabel 4, terkait Analisis Regresi Linear Berganda *output* SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 24, diperoleh persamaan:

$$Y = 6,024 + 0,391 X_1 + 0,292 X_2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, diinterpretasikan sebagai berikut:

1. a = konstanta sebesar 6,024 menunjukkan bahwa ketika promosi media sosial, dan fasilitas wisata konstan atau = 0, maka minat berkunjung sebesar 0,742.
2. b₁ = 0,391 artinya jika variabel promosi media sosial meningkat sebesar satu satuan, maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 0,391 satuan dengan asumsi variabel fasilitas wisata konstan.
3. b₂ = 0,292 artinya jika variabel fasilitas wisata meningkat sebesar satu satuan, maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 0,292 satuan dengan asumsi variabel promosi media sosial konstan.

Selanjutnya dilakukan pengujian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel}. Untuk mengetahui nilai t_{hitung} dengan melihat hasil analisis regresi *coefficients^a*, sedangkan untuk mengetahui nilai t_{tabel}, langkah yang dilakukan adalah menentukan derajat kebebasan atau *degree off freedom*, menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05. Adapun hasil dari pengujian hipotesis secara parsial (uji statistik t), sebagai berikut:

1. Variabel promosi media sosial menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}, (3,507 > 1,661), atau nilai sig < α (0,001 < 0,05). Artinya H₀ ditolak dan H₁ diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan pada wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro.
2. Variabel fasilitas wisata menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}, (2,349 > 1,661), atau nilai sig < α (0,021 < 0,05). Artinya H₀..ditolak..dan..H₂..diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas wisata mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan pada wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro.

Tahapan selanjutnya dilakukan pengujian statistik secara simultan atau pengujian secara serempak dilakukan dengan tujuan menggambarkan semua kemampuan variabel independent dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh serempak terhadap variabel dependent. Kriteria pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} . taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Adapun hasil dari pengujian pengujian statistik secara simultan (uji statistik f), sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Simultan Hipotesis Penelitian

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174,697	2	87,349	19,374	0,000 ^b
	Residual	419,292	83	4,509		
	Total	593,990	95			
a. Dependent Variable: Minat Berkunjung (Y)						
b. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata (X ₂), Promosi Media Sosial (X ₁)						

Sumber : Data Primer Diolah Menggunakan SPSS Versi 24, 2023.

Hasil pengujian simultan variabel fasilitas wisata dan promosi media sosial pada tabel 7, menunjukkan $F_{hitung} = 19,374 > F_{tabel} = 3,09$ dan nilai signifikansi (sig) = $0,000 < \alpha = 0,05$, artinya H_0 ..ditolak..dan.. H_3 ..diterima maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa faktor promosi media sosial dan fasilitas wisata secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat minat berkunjung wisatawan pada wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro.

Tahapan selanjutnya dilakukan pengujian koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 semakin mendekati 1, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Adapun hasil dari nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,542 ^a	0,294	0,279	2,123
a. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata (X ₂), Promosi Media Sosial (X ₁)				

Sumber : Data Primer Diolah Menggunakan SPSS Versi 24, 2023.

Berdasarkan hasil tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,279. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan, dimana variabel independen yaitu promosi media sosial dan fasilitas wisata memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung sebesar 27,9%, sedangkan sisanya 72,1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

C. Pembahasan

Pengaruh promosi online terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa variabel promosi online menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , ($3,507 > 1,661$) atau $sig < \alpha$ ($0,001 < 0,05$), atau H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi media sosial yang disediakan berkontribusi positif bagi minat berkunjung wisatawan, sehingga makin baik promosi online yang dilakukan oleh pengelola wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro, maka makin melambung pula tingkat kunjungan pada wisatawan. Hal tersebut juga didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Budi Susanto dan Puji Astutik (2020) dengan judul penelitian "Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Obyek Wisata Edukasi Manyung" yang menyatakan bahwa variabel promosi media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di wisata edukasi Manyung. Besarnya nilai t_{hitung} yang dimiliki promosi media sosial dalam mempengaruhi minat berkunjung wisatawan sebesar 6.124 dengan signifikansi sebesar $0.000 > 0.05$.

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa variabel fasilitas wisata menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , ($2,349 > 1,661$) atau $sig < \alpha$ ($0,021 < 0,05$), atau H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas wisata yang disediakan berkontribusi positif bagi minat berkunjung wisatawan, sehingga makin baik fasilitas wisata yang disediakan oleh pengelola wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro, maka makin melambung pula tingkat kunjungan pada wisatawan. Hal tersebut juga didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alita Novita Sari dan Hijriyantomi Suyuthie (2022) dengan judul penelitian "Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Pulau Angso Dua Pariaman" yang menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di objek wisata Pulau Angso Duo Pariaman. Dengan perolehan nilai t_{hitung} sebesar 12.595 dan t_{tabel} sebesar 4.014 dengan taraf $sig < 0,000$.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka sebagai kesimpulan dan hasil penelitian diperoleh: Berdasarkan analisis regresi linier sederhana yang diperkuat dengan pengujian parsial (uji t) menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , ($3,507 > 1,661$), atau nilai $sig < \alpha$ ($0,001 < 0,05$) bahwa promosi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan pada wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa semakin baik promosi media sosial yang dilakukan akan semakin meningkat pula minat kunjungan wisatawan. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana yang diperkuat dengan pengujian parsial (uji t) menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , ($2,349 > 1,661$), atau nilai $sig < \alpha$ ($0,021 < 0,05$) bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan pada wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa. Dengan demikian H_2 diterima dan H_0 ditolak. Hal

ini berarti bahwa semakin bagus fasilitas wisata yang disediakan akan semakin meningkat pula minat kunjungan wisatawan.

Beberapa saran yang dapat diajukan berkaitan dengan simpulan yaitu: Wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa merupakan salah satu yang menjadi objek wisata unggulan yang memiliki potensi untuk menarik perhatian wisatawan. Dengan melihat perkembangan media sosial yang sudah sangat pesat, pihak pengelola harus lebih memperhatikan hal tersebut dengan memanfaatkan segala macam media sosial yang ada dengan membuat kegiatan promosi yang variatif, seperti membuat konten video maupun foto dengan menarik pada *platform* media sosial seperti Tiktok, Facebook, Instagram, maupun Youtube. Wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa diharapkan mampu untuk tetap mempertahankan kebersihan dan kelayakan segala fasilitas yang ada, seperti gasebo, mushollah, toilet, panggung hiburan yang disediakan oleh pengelola, serta menambah beberapa *spot* foto baru agar para penunjang mempunyai pilihan *spot* yang lain. Selain itu, bagi pihak pemerintah setempat dapat memperhatikan fasilitas penunjang seperti akses jalan menuju lokasi wisata yang masih berupa kerikil, belum didukungnya jaringan listrik, serta akses internet yang belum terlalu memadai, sehingga menjadi permasalahan yang perlu diperhatikan guna mendukung minat kunjungan wisatawan yang lebih banyak lagi.

Referensi :

- Muchtar & Halim, A. (2020). *Bauran Pemasaran Online dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Kabupaten Mamuju*. *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 1-13.
- Pamungkas, B. A. (2016). *Pengaruh Promosi Di Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos Jombang)*. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145-159.
- Prayogi, O.E. (2020). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung (Studi pada Wisatawan Pantai Gemah)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB (Universitas Brawijaya)*, 2(8), 1-18.
- Setiyorini, A., Farida, U., Kristiyana, N. (2018). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong*. *Jurnal: Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 12-17.
- Susanto, B., Astutik, P. (2020). *Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Obyek Wisata Edukasi Manyung*. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 37-46.