

PENGARUH PROMOSI MELALUI DIGITAL DAN SARANA PARIWISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DESA WISATA JATIREJO GUNUNGPATI, KOTA SEMARANG

¹Supardin Ndruru, ²Mengku Marhendi

¹²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

¹²supardinndruru2@gmail.com, mengkumarhendi@stiepari.ac.id

ABSTRACT

This research explores the influence of digital promotion and development of tourism facilities on tourist satisfaction in the Jatirejo Tourism Village. Quantitative methods were used with surveys and questionnaires to 105 tourist respondents. The results of the regression analysis show that there is a positive and significant relationship between digital promotion, tourism facilities and tourist satisfaction, with a coefficient of determination of 65%.

Effective digital promotion increases tourist interest, while adequate tourism facilities provide a positive experience. The practical implication is that Jatirejo Tourism Village managers can formulate more effective promotional strategies and develop tourism facilities to increase tourist satisfaction. Suggestions for improvement include improving the quality of digital promotions, improving tourism facilities, continuous monitoring and evaluation, human resource training, and further research to explore aspects that have not been covered. This research makes an important contribution to the development of a digital-based tourism industry in the area.

Keywords: Digital promotion, tourism facilities, tourist satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh promosi melalui digital dan pengembangan sarana pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Jatirejo. Metode kuantitatif digunakan dengan survei dan kuesioner kepada 105 responden wisatawan. Hasil analisis regresi menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara promosi digital, sarana pariwisata, dan kepuasan wisatawan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 65%.

Promosi digital yang efektif meningkatkan minat wisatawan, sedangkan sarana pariwisata yang memadai memberikan pengalaman positif. Implikasi praktisnya adalah pengelola Desa Wisata Jatirejo dapat merumuskan strategi promosi yang lebih efektif dan pengembangan sarana pariwisata untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Saran perbaikan mencakup peningkatan kualitas promosi digital, perbaikan sarana pariwisata, monitoring dan evaluasi kontinu, pelatihan sumber daya manusia, dan penelitian lanjutan untuk mendalami aspek-aspek yang belum tercakup. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan industri pariwisata berbasis digital di daerah tersebut.

Kata kunci : Promosi digital, Sarana pariwisata, Kepuasan wisatawan

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah (Maranisyah & Sutanto, 2022). Desa Wisata Jatirejo di Gunungpati, Kota Semarang, merupakan salah satu destinasi yang berupaya untuk memaksimalkan potensi ini. Dengan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki, Desa Wisata Jatirejo menawarkan berbagai atraksi wisata yang menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi informasi, promosi wisata secara konvensional dianggap kurang efektif dalam menjangkau calon wisatawan yang lebih luas. Oleh karena itu, promosi melalui digital menjadi salah satu strategi yang diadopsi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Selain promosi digital, keberadaan sarana pariwisata yang memadai juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Sarana pariwisata yang baik, seperti

fasilitas umum, akomodasi, dan akses transportasi, dapat memberikan pengalaman positif bagi wisatawan sehingga mereka merasa puas dan tertarik untuk kembali berkunjung. Kombinasi antara promosi digital yang efektif dan sarana pariwisata yang memadai diyakini dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Meskipun Desa Wisata Jatirejo memiliki potensi yang besar, masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diatasi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Beberapa permasalahan yang diidentifikasi antara lain

Kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam promosi wisata yang dapat menjangkau lebih banyak calon wisatawan. Sarana pariwisata yang belum optimal dalam memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan. Belum adanya penelitian yang komprehensif mengenai pengaruh promosi digital dan sarana pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Jatirejo.

Penelitian ini bertujuan untuk

Menganalisis pengaruh promosi digital terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Jatirejo. Menilai dampak sarana pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Jatirejo. Mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan wisatawan melalui promosi digital dan sarana pariwisata.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengelola Desa Wisata Jatirejo, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan strategi promosi dan pengembangan sarana pariwisata yang lebih efektif. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini dapat memberikan masukan untuk pengembangan kebijakan yang mendukung sektor pariwisata berbasis digital.

LANDASAN TEORI

Promosi Digital

Promosi digital merupakan salah satu strategi pemasaran yang menggunakan platform digital seperti media sosial, website, email, dan aplikasi mobile untuk mempromosikan produk atau layanan. (Edi Irawan, 2023) Teori promosi digital mencakup konsep-konsep seperti strategi konten, SEO (*Search Engine Optimization*), iklan berbayar (PPC), dan analisis data untuk mengukur efektivitas kampanye. Studi oleh (Komalasari et al., 2020) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi dalam e-tourism dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata dan menarik lebih banyak wisatawan. (Umami, 2015) Promosi digital memungkinkan informasi tentang destinasi wisata tersebar lebih cepat dan luas, menjangkau calon wisatawan dari berbagai belahan dunia.

Sarana Pariwisata

(Wahyudi & Herlan, 2021) Sarana pariwisata meliputi berbagai fasilitas yang mendukung aktivitas wisata, seperti akomodasi, restoran, transportasi, dan fasilitas rekreasi. Teori tentang sarana pariwisata menekankan pentingnya kualitas dan ketersediaan fasilitas ini dalam menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan. (Andreadmaja, 2022) dalam penelitiannya tentang pengembangan prasarana dan sarana pariwisata di Pulau Karampuang menunjukkan bahwa fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan. Sarana yang baik tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar wisatawan tetapi juga memberikan kenyamanan dan kemudahan selama berwisata.

Kepuasan Wisatawan

(Fatmawati & Sulisty, 2022) Kepuasan wisatawan adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan setelah mereka menikmati produk atau layanan pariwisata. Teori kepuasan wisatawan seringkali didasarkan pada model *disconfirmation expectation*, yang mengukur perbedaan antara harapan wisatawan sebelum perjalanan dan pengalaman mereka setelah perjalanan. Penelitian oleh (Budiani et al., 2018) menekankan bahwa kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas layanan, fasilitas, dan interaksi dengan penduduk lokal. Tingkat kepuasan yang tinggi cenderung meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk kembali dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menguji pengaruh promosi digital dan sarana pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Jatirejo, Gunungpati, Kota Semarang (Abdullah et al., 2017). Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran yang objektif dan analisis statistik yang kuat.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang telah ditentukan (Perdana, 2018). Survei ini dirancang untuk mengukur persepsi wisatawan terhadap promosi digital, sarana pariwisata, dan tingkat kepuasan.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 105 responden yang merupakan wisatawan yang telah mengunjungi Desa Wisata Jatirejo. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria bahwa mereka harus pernah mengunjungi Desa Wisata Jatirejo dalam enam bulan terakhir.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang terdiri dari beberapa bagian

1. Data demografi responden, meliputi usia, jenis kelamin, dan frekuensi kunjungan.
2. Promosi Digital, mengukur efektivitas promosi digital yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Jatirejo.
3. Sarana pariwisata, menilai kualitas dan ketersediaan sarana pariwisata yang ada.
4. Kepuasan wisatawan, mengukur tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengalaman mereka di Desa Wisata Jatirejo.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik demografi responden dan distribusi jawaban terhadap setiap pertanyaan dalam kuesioner. Analisis inferensial menggunakan uji regresi linear berganda untuk menguji pengaruh promosi digital dan sarana pariwisata terhadap kepuasan wisatawan (Noor, 2022).

Software yang digunakan untuk analisis data adalah SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi terbaru (Ghozali, 2016). Langkah-langkah analisis meliputi:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas: Untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat diandalkan dan valid.
2. Analisis Regresi Linear Berganda: Untuk menguji hipotesis dan menentukan pengaruh masing-masing variabel independen (promosi digital dan sarana pariwisata) terhadap variabel dependen (kepuasan wisatawan).

Pertanyaan untuk variable promosi digital, Seberapa efektif Anda merasa promosi digital yang dilakukan oleh Desa Wisata Jatirejo? Bagaimana pengaruh promosi melalui media sosial terhadap keputusan Anda untuk mengunjungi Desa Wisata Jatirejo?

Pertanyaan untuk variable sarana pariwisata, Bagaimana Anda menilai kualitas akomodasi yang tersedia di Desa Wisata Jatirejo? Seberapa puas Anda dengan fasilitas umum yang tersedia di Desa Wisata Jatirejo?

Pertanyaan untuk variable kepuasan wisatawan, Seberapa puas Anda dengan keseluruhan pengalaman wisata Anda di Desa Wisata Jatirejo? Apakah Anda akan merekomendasikan Desa Wisata Jatirejo kepada teman atau keluarga Anda?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara singkat dan jelas uraikan hasil yang diperoleh dan dilengkapi dengan pembahasan yang mengupas tentang hasil yang telah didapatkan dengan teori pendukung yang digunakan, atau hipotesis diajukan dan hasil pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara promosi digital dan kepuasan wisatawan di Desa Wisata Jatirejo. Sebanyak 70% responden menyatakan bahwa promosi digital yang dilakukan oleh Desa Wisata Jatirejo efektif dalam menarik minat mereka untuk mengunjungi

destinasi tersebut. Hal ini sejalan dengan teori promosi digital yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi, terutama melalui media sosial, dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata dan menjangkau lebih banyak calon wisatawan (Komalasari et al., 2020).

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sarana pariwisata memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Sebanyak 85% responden merasa puas dengan kualitas akomodasi yang tersedia di Desa Wisata Jatirejo. Hal ini mendukung teori bahwa sarana pariwisata yang memadai dapat memberikan pengalaman positif bagi wisatawan, sehingga mereka merasa puas dan tertarik untuk kembali berkunjung (andreadmaja, 2022).

Tabel Model Summary terdapat hasil model regresi yang digunakan:

Nilai koefisien korelasi (Pearson) antara variabel dependen (y) dan variabel independen (x) yang digunakan dalam model. Nilai R yang tercantum adalah 0.200. Nilai koefisien determinasi yang mengindikasikan seberapa besar variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R Square yang tercantum adalah 0.650 atau 65%, yang berarti 65% variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan. Nilai R Square yang disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan ukuran sampel. Adjusted R Square digunakan untuk menyesuaikan kompleksitas model dan menghindari overfitting. Nilai Adjusted R Square yang tercantum adalah 0.152.

Tabel ANOVA (Analysis of Variance) digunakan untuk menguji signifikansi keseluruhan model regresi. Statistik uji F (19.599) digunakan untuk menguji apakah variabilitas yang dijelaskan oleh model signifikan secara statistik. Nilai p-nilai (Sig.) yang sangat kecil (0.000) menunjukkan bahwa model regresi secara signifikan mempengaruhi variabel dependen (y), dengan variabel independen yang digunakan (x₂).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui digital dan sarana pariwisata memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Jatirejo, Gunungpati, Kota Semarang. Promosi digital yang efektif dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Faktor-faktor seperti penggunaan teknologi informasi, khususnya melalui media sosial, memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas destinasi wisata dan menjangkau lebih banyak calon wisatawan. Selain itu, sarana pariwisata yang memadai, termasuk kualitas akomodasi dan fasilitas umum, juga berkontribusi besar terhadap kepuasan wisatawan. Pengalaman positif yang diberikan oleh sarana pariwisata dapat membuat wisatawan merasa puas dan tertarik untuk kembali berkunjung.

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 65%, yang berarti 65% variabilitas kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model. Nilai ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup kuat dalam menjelaskan hubungan antara promosi digital, sarana pariwisata, dan kepuasan wisatawan.

Pentingnya promosi digital dan sarana pariwisata yang baik dalam meningkatkan kepuasan wisatawan juga didukung oleh teori-teori terkait. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi dalam e-tourism dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata dan menarik lebih banyak wisatawan (Komalasari et al., 2020). Selain itu, sarana pariwisata yang memadai dapat memberikan pengalaman positif bagi wisatawan dan meningkatkan kepuasan mereka (andreadmaja, 2022).

Peran teknologi digital lebih mendalam tentang bagaimana teknologi digital, seperti media sosial, website, dan aplikasi mobile, secara spesifik memengaruhi persepsi dan perilaku wisatawan. Misalnya, dapat dibahas bagaimana strategi konten, SEO, dan iklan berbayar dalam promosi digital dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata.

Kualitas sarana pariwisata menyelami aspek-aspek tertentu dari sarana pariwisata yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Ini bisa mencakup diskusi tentang standar kualitas akomodasi, fasilitas umum yang ditawarkan, serta aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan.

Faktor-faktor pengaruh lainnya selain promosi digital dan sarana pariwisata, ada faktor-faktor lain yang mungkin turut berperan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Misalnya, pengalaman interaksi dengan penduduk lokal, keberagaman aktivitas wisata, dan kelestarian lingkungan juga dapat menjadi faktor penentu.

PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa promosi melalui digital dan pengembangan sarana pariwisata memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Jatirejo, Gunungpati, Kota Semarang. Promosi digital yang efektif mampu meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut, sementara sarana pariwisata yang memadai dapat memberikan pengalaman positif bagi wisatawan dan meningkatkan kepuasan mereka.

Saran perbaikan yang dianggap perlu

Peningkatan kualitas promosi digital pengelola Desa Wisata Jatirejo perlu terus meningkatkan kualitas dan kreativitas dalam promosi digital mereka. Ini dapat meliputi penggunaan konten yang menarik, strategi SEO yang efektif, dan integrasi dengan platform media sosial yang relevan.

Perbaikan sarana pariwisata investasi dalam pengembangan dan pemeliharaan sarana pariwisata, seperti akomodasi, fasilitas umum, dan aksesibilitas, perlu terus dilakukan untuk memastikan pengalaman positif bagi wisatawan.

Monitoring dan evaluasi penting untuk terus memantau dan mengevaluasi efektivitas strategi promosi digital dan kondisi sarana pariwisata secara berkala. Ini akan membantu dalam mengidentifikasi area-area yang perlu perbaikan lebih lanjut.

Pelatihan dan pendidikan pengembangan sumber daya manusia yang terlibat dalam industri pariwisata, baik dalam bidang promosi digital maupun manajemen sarana pariwisata, juga perlu diperhatikan melalui pelatihan dan pendidikan yang relevan.

Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk mendalami aspek-aspek tertentu yang mungkin belum tercakup dalam penelitian ini, seperti pengaruh interaksi dengan penduduk lokal atau keberlanjutan lingkungan terhadap kepuasan wisatawan.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan Desa Wisata Jatirejo dapat terus meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata yang mengutamakan pengalaman positif bagi para pengunjung. Penelitian lanjutan juga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam pengembangan industri pariwisata secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).
- Andreadmaja. (2022). *Strategi Pengembangan Prasarana Dan Sarana Pariwisata Pulau Karampuang, Kabupaten Mamuju, Provinsi Sulawesi Barat* (Issue 8.5.2017).
- Budiani, S. R., Wahdaningrum, W., Yosky, D., Kensari, E., Pratama, H. S., Mulandari, H., Iskandar, H. T. N., Alphabettika, M., Maharani, N., Febriani, R. F., & Kusmiati, Y. (2018). Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170. <https://doi.org/10.22146/mgi.32330>
- Edi Irawan. (2023). Tinjauan Pemasaran Pariwisata Melalui Teknologi Informasi Sebagai Perencanaan Manajemen Industri Pariwisata: Suatu Kajian Literatur. *Dharma Ekonomi*, 30(1), 16–32. <https://doi.org/10.59725/de.v30i1.70>
- Fatmawati, I., & Sulisty, A. (2022). Peningkatan Daya Saing Objek Wisata Berbasis Masyarakat melalui Strategi Digital Marketing. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(2), 383. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.12400>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Komalasari, R., Pramesti, P., & Harto, B. (2020). Teknologi Informasi E-Tourism Sebagai

Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 163–170. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.559>

Maranisy, U., & Sutanto, S. (2022). Efektivitas Metaverse Tourism Sebagai Sarana Promosi Wisata Alam Hiu Paus Di Taman Nasional Teluk Cenderawasih. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2810–2820. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i3>

Noor, A. (2022). *Manajemen pemasaran* (Issue April).

Perdana, D. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Industri Perhotelan Di Jakarta). *Issn 1693-2617, XII(6)*, 37–46.

Umami, Z. (2015). Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 195–201.

Wahyudi, W., & Herlan, M. (2021). Faktor Promosi dan Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang - Banten. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 356. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i02.p14>

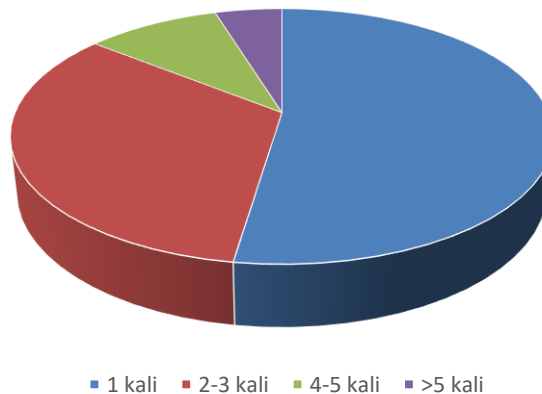
Tabel 1. Informasi usia

Usia	Jumlah	Persentase
<18 tahun	10	9,52
18-25 tahun	11	10,48
26-35 tahun	34	32,38
36-45 tahun	25	23,81
46-55 tahun	15	14,29
>55 tahun	10	9,52
Total	105	100

Tabel 2. Informasi jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	55	52,38
Perempuan	50	47,62
Total	105	100

Frekuensi Kunjungan ke Desa Wisata Jatirejo



Gambar 1. Frekuensi Kunjungan ke Desa Wisata Jatirejo

Tabel 3. Frekuensi kunjungan responden Desa Wisata Jatirejo:

Frekuensi Kunjungan	Jumlah Responden
1 kali	55
2-3 kali	35
4-5 kali	10
>5 kali	5

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.200 ^a	.650	.152	.70068

a. Predictors: (Constant), x2

Tabel 5. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.622	1	9.622	19.599	.000 ^b
	Residual	50.568	103	.491		
	Total	60.190	104			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2

Tabel 6. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6.214	.452		13.758	.000
	x2	.273	.062	.400	4.427	.000

a. Dependent Variable: y

