

## Penganalisis Efektifitas Pemasaran Destinasi Wisata Di Jepara (Studi Pada Destinasi Wisata Pantai Bandengan Jepara)

**Herry Widodo**

Politeknik Bumi Akpelni Semarang

**Sulida Erliyana**

Politeknik Bumi Akpelni Semarang

**ABSTRACT.** *This research aims to determine the influence of Promotion Orientation Commitment, Community Participation in Building Tourism Villages, The role of the Government simultaneously and partially in the development of tourist destinations. The independent variable used in this research is Promotion Orientation Commitment, Community participation in developing tourism villages, The Role of Government Administration. The population used in this research was the entire population of Bandengan village. The sample used in this research was 100 respondents using a purposive sampling method. This research uses primary data obtained from distributed questionnaires. ;\The data analysis method used, is multiple linear regression analysis using SPSS 21. The results of this study show that Promotion Orientation Commitment (X1) has a positive and significant effect on the development of tourist destinations (Y) as evidenced by a sig of 0.000, so there is a significant influence. Community participation in developing tourist villages (X2) has a positive and significant influence on the development of tourist destinations, proven by a sig value of 0.000, meaning there is a significant influence. The role of government (X3) has a positive and significant influence on the development of tourist destinations, proven by a sig value of 0.000, meaning there is significant influence. Commitment to promotional orientation (X1), community participation in developing tourist villages (X2) and the role of government (X3) simultaneously have a positive and significant influence on the development of tourist destinations (Y) as evidenced by the calculated f value of 86,860 > f table of 3.09 with a sig value of 0.000 < 0.05. The results of the regression equation are  $Y = 0.083 + 0.442 X1 + 0.311 X2 + 0.279 X3 + e$ . The coefficient of determination value is shown by the R Square value of 0.731 or 73.1%, influenced by other variables not examined in this research.*

**Keywords:** *Commitment to Promotion Orientation, Community Participation in Building Tourism Villages, Bandengan Beach, Jepara*

**ABSTRAK.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Komitmen Orientasi Promosi, Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah secara simultan maupun parsial terhadap Perkembangan Destinasi Wisata. Variable independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komitmen Orientasi Promosi, Partisipasi Masyarakat membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Seluruh penduduk desa bandengan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komitmen Orientasi Promosi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan destinasi wisata (Y) dibuktikan dengan sig 0,000 maka artinya ada pengaruh yang signifikan. Partisipasi Masyarakat membangun desa wisata (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan destinasi wisata di buktikan dengan nilai sig 0,000 maka artinya ada pengaruh yang signifikan. Peran pemerintah (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan destinasi wisata dibuktikan dengan nilai sig 0,000 maka artinya ada pengaruh yang signifikan. Komitmen orientasi promosi (X1), partisipasi Masyarakat membangun desa wisata (X2) dan peran pemerintah (X3) secara Bersama sama simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan destinasi wisata (Y) dibuktikan dengan nilai f hitung sebesar 86.860 > f table sebesar 3,09 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Hasil persamaan regresi yaitu  $Y = 0,083 + 0,442 X1 + 0,311 X2 + 0,279 X3 + e$ . Nilai koefisien Determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,731 atau 73,1 % dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Komitmen Orientasi Promosi, Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Pantai Bandengan Jepara

## **PENDAHULUAN**

Negara Indonesia yang didalamnya terdapat pulau-pulau. tidak dapat dipungkiri merupakan salah satu negara yang memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam. Kekayaan beragam tersebut salah satunya tercermin dari aneka ragam potensi produk kerajinan berbasis kekayaan budaya atau kearifan lokal yang memiliki nilai ekonomi,

Terkhususnya kota Jepara yang mana memiliki berbagai potensi unruk diminati para wistawan berkunjung. Terkait hal itu Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 20 dan Pasal 21 menyatakan bahwa Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi. atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam rangka waktu sementara. Kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonorni, sosial dan budaya,pemberdayaan sumberdaya alam. daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata. pelayanan. dan pengelolaan kepariwisataan. Pemerintah bersama lembaga yang terkait dengan kepariwisataan menyelenggarakan penelitian dan pengembangan kepariwisataan untuk mendukung pernbangunan kepariwisataan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh devisa dan penghasilan non rnigas. Peran pariwisata dalam rangka pembangunan nasional sangat besar, peran tersebut antara lain mampu memperluas dan menciprakan lapangan pekerjaan baru. menurunkan angka pengangguran. Jepara yang kaya akan potensi dan somber daya mempunyai peluang yang sangat besar untuk dikembangkan terutarna untuk industri pariwisata. Karena pariwisata mampu menghasilkan pendapatan yang tinggi hingga dijadikan sebagai modal dalam pembangunan baik tingkat lokal, regional. maupun nasional.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Landasan Teori**

Landasan teori merupakan serangkaian konsep definisi, dan proposisi yang terbentuk secara rapi dan sistematis dengan variabel-variabel sebuah penelitian.landasan teori ini akan menjadi dasar yang kuat dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Teori yang digunakan ini bukan hanya sekedar pendapat lain atau

pengarang, tetapi teori ini telah teruji kebenarannya.

### **Pengertian pariwisata**

Pariwisata adalah suatu kegiatan berpindah sementara dalam waktu tertentu ke tempat tujuan-tujuan diluar tempat yang mereka tinggali dengan melakukan kegiatan sesuai tujuan mereka (Lubis, 2019). Dan pengertian lain pariwisata merupakan kegiatan ke destinasi di luar tempat tinggal mereka dalam waktu sementara untuk memenuhi kebutuhan mereka. Berdasarkan Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, kepariwisataan. bahwa keadaan alam, flora, dan fauna sebagai karunia Tuhan yang Maha esa, serta peninggalan sejarah, seni, dan juga budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung. dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pariwisata mampu memberikan manfaat permanen ataupun sementara dengan rujukan menghibur diri diluar kegiatan sehari-hari .

### **Manfaat Pariwisata**

Manfaat yang dapat diperoleh dari bidang kepariwisataan meliputi lingkungan hidup, ekonomi budaya politik, nilai pergaulan, ilmu pengetahuan peluang, dan kesempatan kerja yaitu

- a. Dari segi Ekonomi. pariwisata dapat menghasilkan devisa bagi Negara sehingga dapat meningkatkan perekonomian suatu Negara,
- b. Dari segi Budaya. dapat membawa sebuah pemahaman dan pengertian antar budaya melalui berbagai interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal daerah wisata tersebut. Dengan begitu wisatawan dapat mengenal dan jugam menghargai latar belakang budaya yang dianut budaya masyarakat setempat.
- c. Dari segi Politik. dengan memelihara hubungan internasional secara baik mampu mengembangkan pariwisata ke mancanegara, Sehingga dapat terjadi kunjungan antar bangsa sebagai wisatawan ataupun pariwisata nusantara. Sehingga dapat melakukan pendekatan untuk saling mengerti.
- d. Dari segi Lingkungan Hidup. masyarakat secara bersama-sama harus sepakat untuk merawat serta memelihara lingkungan daerah objek wisata agar menjaga kebersihannya dan membuat nyaman wisatawan saat berkunjung.
- e. Dari segi Nilai Pergaulan dan Ilmu Pengetahuan. adanya teman dari berbagai macam negara dapat mengetahui kebiasaan baik yang mampu untuk dipelajari.

- f. Dari segi Peluang dan Kesempatan Kerja. kemampuan untuk bisa mendukung objek pariwisata agar lebih baik dan menarik dengan menciptakan berbagai macam kesempatan kerja dan mendirikan berbagai macam usaha yang ada

### **Tujuan Pariwisata**

Kepariwisaran adalah sebuah perjnjalnan wisatawan untuk dipenuhi keinginan aiau kebutuhanny a dan pclayan sebagai kegiatan usaha yang dilakukan. Pariwisata itu sendiri adalah suatu kegiatan yang dilakukan sementara dalam waktu pendek menuju ternpat-tempat yang diinginkan dengan tujuan tertentu, Adapun tujuan dari pengembangan kepariwisataan adalah sebagai berikut:

- a) Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya pendapatan Negara
- b) Memperluas kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri sampingan
- c) Memperkenalkan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
- c) Meningkatkan persaudaraan atau persahabatan nasional dan internasional.

### **Macam-Macam Pariwisata**

Prefrensi setiap orang tentang wisata berbeda-beda. jenis pariwisata yang perlu untuk diketahui. sebagai berikut

- a. Wisata Budaya  
Yang mana mempelajari keadaan rakyat. cara hidup mereka, kebiasaan adat istiadat mereka, budaya dan kesenian mereka.
- b. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)  
Wisata yang diselenggarakan biro perjalanan untuk mengatur cagar alam hutan, gunung. dan lain sebagainya yang dilindungi oleh undang-undang.
- c. Wisata Konvensi  
Wisata yang membangun dan menyediakan fasilitas bangunan serta ruang-ruangan sidang bagi para peserta konvensi. konvensi. musyawarah atau penemuan lainnya baik bersifat nasional atau internasional.
- d. Wisata pertanian (Agrowisata)  
Wisata ini dilakukan sebagai proyek pertanian. ladang pembibitan, perkebunan, dan sebagainya. Dirnana rombongan wisatawan akan rnelakukan kunjungan dan peninjauan dengan tujuan studi.
- e. Wisata Baru  
Wisata baru ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan dengan

mengatur bentuk safari baru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan .

f. Wisata Ziarah

Wisata ziarah disangkutkan dengan agama, adat istiadat, sejarah. dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Biasanya dilakukan ketempat suci. ke bukit atau gunung yang. dianggap kramat, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan.

### **Pengertian Pemasaran**

Menurut Lukmandaru (2016) menyatakan bahwa: Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan. dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pemasaran adalah kemampuan untuk memenuhi tujuan individu dan organisasi dengan menciptakan pertukaran dengan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, pendistribusian gagasan, promosi, barang dan jasa.

### **Tujuan Pemasaran**

Dilakukan untuk mengenal wisatawan sehingga produk yang ditawarkan cocok sesuai keinginan wisatawan. Pemasaran merupakan sebuah proses komunikasi yang bertujuan memberikan informasi kepada wisatawan terkait barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan. Secara umum tujuan pemasaran yaitu membuat wisatawan siap membeli produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan, sehingga yang harus dipikirkan selanjutnya adalah bagaimana membuat produk tersebut tersedia, Proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh wisatawan. Yang akhirnya memiliki tujuan pemasaran. yaitu:

1. Mengetahui secara detail produk yang dihasilkan bagi wisatawan dan pengelola dapat menyediakan permintaan produk sesuai permintaan.
2. Pengelola dapat menjelaskan secara detail kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan ini meliputi berbagai kegiatan mulai dari desain produk. deskripsi produk, promosi produk. iklan produk. komunikasi kepada wisatawan. sampai informasi produk agar dapat mencapai target wisatawan secara cepat.
3. Memahami dan mengenalkan produk kepada wisatawan agar dapat terjalin dan cocok dengan sendirinya.
4. Untuk menarik perhatian dan dapat membuat keuntungan,
5. Membuat wisatawan tertarik pada apa yang ditawarkan untuk mengubah atau

menciptakan citra merek.

### **Manfaat Pemasaran**

Pemasaran langsung memiliki manfaat dan tujuan untuk mewujudkan dan memajukan bisnis dengan membuat pemasaran semakin terarah. Berikut manfaat dan tujuan pemasaran yang wajib diketahui

#### 1. Manfaat pemasaran langsung

Pemasaran yang akan dilakukan terpaparkan arah tujuannya dengan benar. Berikut manfaat pemasaran yaitu:

##### a. Bagi pengelola wisata

Temunya menggunakan metode efektif yang paling minim modal dan cara promosi yang benar dapat menarik wisatawan.

##### b. Bagi Wisatawan

Akan mempermudah proses pembelian dan dapat menghemat waktu.

### **Fungsi Pemasaran**

Memberikan informasi tentang produk yang dijual dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli. Adapun fungsi pemasaran sebagai berikut:

1. Pengenalan Produk Dengan adanya pemasaran produk dapat dikenal wisatawan dan pengelola mampu menunjukkan keunggulan dari produk tersebut sehingga dapat menarik perhatian wisatawan.
2. Pertukaran Pemasaran mampu membuat wisatawan mendapat informasi dan membeli produk yang dijual dan menukarnya dengan uang.
3. Riset Pemasaran bisa menjadi lahan tepat untuk melakukan riset, baik secara langsung atau riset online. Riset memungkinkan pengelola untuk mendapatkan informasi yang lelap mengenai target pasar sebuah produk, Hal yang biasanya menjadi bahan riset adalah usia, jenis kelamin, kebutuhan hingga pendapatan, dan sebagainya. Produk yang diproduksi bisa menyesuaikan dengan apa dan bagaimana target pasarnya,
4. Distribusi Fisik Memastikan bahwa produk dapat mudah didistribusikan dengan baik dari tempat produksi ke pasar luas menggunakan jalur darat, air dan laut adalah fungsi pemasaran yang berikutnya. Dengan begitu dapat dipastikan produk akan mudah didapatkan oleh wisatawan
5. Layanan Penjual Layanan setelah penjualan terkadang dibutuhkan oleh wisatawan. Pengelola semestinya membantu wisatawan dalam hal ini. Misalnya

seperti produk transportasi. wisatawan mungkin akan merasa kesulitan mendapati masalah pada jalur yang akan dilalui dan sebisa mungkin pengelola menyediakan layanan transportasi. Di sini, fungsi pemasaran dalam hal memberikan rasa aman pada wisatawan di masa purnajual.

### **Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang bauran pemasaran, biaya pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan. Strategi pemasaran ini dipengaruhi oleh faktor mikro dan makro. Faktor mikro yaitu pemasaran perantara, pemasok, pesaing dan masyarakat. Sedangkan faktor makro, yaitu demografi/ekonomi, politik/hukum, teknologi/fisik dan sosial/budaya. Menurut Darmansyah (2015) Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu:

1. Daur Hidup Produk

Strategi harus disesuaikan dengan tahap-rehab daur hidup, yaitu tahap perkenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.

2. Posisi persaingan di pasar

Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar,

3. Situasi ekonomi

Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan ke depan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.

### **Efektifitas Pemasaran**

Sebuah target yang ditentukan terlebih dahulu untuk mengukur dan menyatakan seberapa jauh target (kualitas, kuantitas, dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen disebut efektifitas (Burhanudin, 2019). Efektivitas pemasaran adalah pengukuran keberhasilan sebuah kegiatan untuk mencapai tujuan (Soewamo, 1994 dalam Burhanudin, 2019).

Para pengelola wisata harus mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga informasi yang disampaikan diharapkan dapat diterima. Ketertarikan seseorang dapat muncul dengan strategi komunikator yang baik dan efektif, dengan meninjau kembali sektor wisata dan melakukan evaluasi terhadap desa wisata sehingga tidak menyebabkan berkurangnya jumlah pengunjung desa wisata. Pariwisata merupakan pergerakan manusia,

barang, dan jasa yang sangat kompleks yang kaitannya erat dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan dan individu. kebutuhan layanan. dan sebagainya.

Ketika orang berwisata, ia membutuhkan layanan akomodasi yang seringkali harus diberikan oleh pihak lain. Apabila pihak biro perjalanan ingin menjual produk kepada wisatawan, maka harus membangun hubungan kerja dengan pihak lain. Semua merupakan rangkaian elemen yang saling mempengaruhi atau menjalankan fungsi-fungsi tertentu sehingga pariwisata tersebut dapat berjalan dengan semestinya.

### **Komitmen Orietasi Promosi**

Adalah upaya keterlibatan pengelola pariwisata dalam menargetkan atau mencari segmen pasar yang memberikan *feedback* positif. Istilah komitmen yaitu berupa kontribusi dari faktor sumber daya keuangan dan manajerial kepariwisataan (Atmojo, 2017). Strategi komitmen pasar kuat menuntut pengelola untuk beraktifitas di pasar secara optimal dengan melakukan produksi, promosi, distribusi, dan sebagainya secara total

### **Kesadaran Partisipasi**

Menurut Sasirayuda (2010:6-7) dalam perencanaan pengembangan meliputi:

1. Pendekatan *Participatory Planning*, dimana seluruh unsur yang terlibat dalam perencanaan dan pengembangan kawasan objek wisata ikut sertakan baik secara teoritis maupun praktis.
2. Pendekatan potensi dan karakteristik ketersediaan produk budaya yang dapat mendukung keberlanjutan pengelolaan kawasan objek wisata.
3. Pendekatan pemberdayaan masyarakat, adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengembangkan kemampuannya agar tercapai kemampuan baik yang bersifat pribadi maupun kelompok.
4. Pendekatan kewilayahan, faktor keterkaitan antar wilayah merupakan kegiatan penting yang dapat memberikan potensinya sebagai bagian yang harus dimiliki dan diseimbangkan secara berencana.

### **Perkembangan**

Menurut Barreto dan Giamari (2015:34) Pengembangan pariwisata adalah sebuah usaha dalam mengembangkan atau memajukan objek wisata, untuk terlihat lebih menarik dan lebih baik dan dapat dilihat dari segi benda-benda maupun tempat dalam menarik minat wisatawan untuk datang dan berkunjung. Dalam waktu ke waktu pariwisata mengalami perkembangan, namun dalam hakekatnya pariwisata merupakan sebuah bentuk wisata



yang bertanggungjawab terhadap kelestarian area yang masih alami. Dalam hal ini dapat memberikan manfaat terhadap ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat.

### **Perkembangan Destinasi Wisata**

Terhadap fasilitas dan pelayanan dari wisata yang diberikan akan sangat membuat wisatawan sangat tertarik, dan merasakan kepuasan. Dengan adanya rasa kepuasan terhadap para wisatawan akan menimbulkan rasa ingin datang kembali, dan memberikan dampak positif bagi wisata dan pendapatan daerah hingga lingkungan sekitar sehingga dapat lebih dalam mengupayakan dan mengembangkan wisata yang ada.

### **Destinasi Wisata**

Destinasi adalah tempat umum yang menawarkan kesempatan untuk mengeksplorasi berbagai atraksi dan layanan kepada subyek yang terlibat dalam hubungan migrasi wilayah (Butler 2015). Destinasi sendiri merupakan berbagai kelompok wisata yang ada didalam suatu daerah yang mana berupaya untuk menarik wisatawan datang berkunjung dengan segala pilihan sesuai kebutuhan dalam waktu sementara. Dengan begitu wisatawan mampu memilih wisata yang mana yang akan didatangi. Yang menjadi unsur utama yang menyatakan suatu produk wisata untuk objek penawaran wisata yaitu (Lestari, 2016):

1. Daya Tarik wisata

Didalam daya tarik wisata didalamnya terdapat pariwisata yang mana pariwisata bersumber dari alam.

2. Fasilitas

Fasilitas yang meliputi akomodasi, parkir area rekreasi dan industri makanan.

3. Kemudahan

Kemudahan meliputi kemudahan dalam mencapai tujuan objek wisata. Dengan diterapkannya unsur utama objek penawaran wisata yang baik diharapkan dimasa pandemi.

### **Perumusan Hipotesis**

#### **Komitmen Orientasi Promosi berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara**

Cara manusia bertindak dipengaruhi budaya atau kultur organisasi. Keberhasilan organisasi ditentukan oleh budaya dan kemampuan dalam mentransformasikan diri guna mendukung tujuan organisasi. Kemampuan menyesuaikan dengan perubahan budaya dalam

menjalankan fungsinya sebagai mekanisme pembuat makna dan kendali yang akan memandu dan membentuk sikap dan perilaku (Lumbanraja, 2008).

Kegiatan untuk memberitahukan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada wisatawan yang menjadi target sasaran disebut promosi. Kegiatan promosi sering kali dilakukan melalui media cetak maupun elektronik secara efektif untuk menjangkau pasar (Lutur, 2016).

Dengan demikian pengertian Komitmen Orientasi Promosi itu sendiri adalah sebuah tindakan yang dilakukan untuk memberitahukan kepada wisatawan terkait produk atau jasa yang ditawarkan melalui media cetak atau elektronik secara efektif untuk mendukung tujuan organisasi, yang menjadi indikatornya yaitu perhatian, minat, pencarian dan tindakan

*H1: Komitmen Orientasi Promosi berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara*

### **Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun desa wisata berpengaruh positif terhadap perkembangan destinasi wisata di Kabupaten Jepara**

Kegiatan pembangunan desa atau pelaksanaan program sangat memerlukan peran masyarakat, karena dengan dukungan masyarakat program dan kegiatan masyarakat dapat berjalan dengan baik. Selain itu masyarakatlah yang akan menjaga atau melestarikan hasil Pembangunan (Atmojo. 2017).

Partisipasi masyarakat merupakan bentuk peningkatan daya tawar bagi masyarakat itu sendiri, sehingga akan terjadi keseimbangan antara pemerintah dan investor. Dengan demikian dapat berfungsi sebagai kekuatan untuk mengontrol kebijakan yang diambil pemerintah agar bersinergi antara kekuatan politik pemerintah, sumberdaya lokal, sumber daya dari luar atau investor (Raharjana. 2012)

*H2: Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun desa wisata berpengaruh positif terhadap perkembangan destinasi wisata di Kabupaten Jepara*

### **Peran Pemerintah berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi Wisata**

Peran pemerintah sangat berpengaruh besar dalam perkembangan wisata yang ada. Dengan demikian peran pemerintah adalah membuat regulasi perizinan, menjalankan dan mengontrol kemitraan, serta penerapan implementasi kebijakan wisata (Lestari. 2017). Yang menjadi indikatornya yaitu pengembangan pariwisata berkelanjutan, pembangunan wilayah terpadu dan pengembangan produk wisata, pembangunan ekonomi pariwisata, dan pengembangan lingkungan.

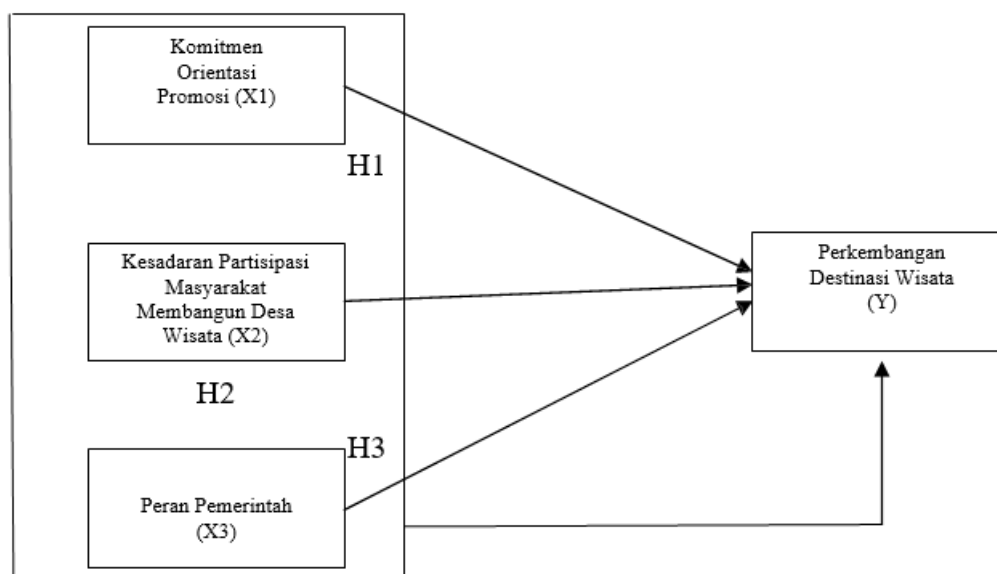
*H3: Peran Pemerintah berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi Wisata*

**Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah secara simultan berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.**

Perkembangan pariwisata berperan penting dalam memperbaiki perekonomian, menjadi motivasi penting bagi revitalisasi pada masa ini. Sehingga akan membangkitkan permintaan akan pariwisata dan rekreasi. baik domestik maupun antar negara (Ocsuanda, 2018). Yang menjadi indikatornya yaitu fasilitas pariwisata seperti rumah makan/kuliner, penginapan. tour travel, outbound. Pusat oleh-oleh.

*H4: Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah secara simultan berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.*

**Kerangka Pikir**



**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang ada di pesisir pantai Bandengan, kabupaten Jepara, dimana jumlah populasi tidak diketahui pasti maka pengambilan sampel menggunakan teknik *pusposive sampling*, dengan menggunakan metode *pusposive sampling*, yaitu sampel yang mempunyai pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018).Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk di Desa Bandengan yang diperoleh dan website resmi Desa Bandengan dengan jumlah penduduk pada tahun 2019

sebesar 8.544 jiwa dengan total kepala keluarga sebesar 2.815 KK.

Sampel adalah proses memilih sejumlah elemen dari populasi. sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Besarnya sampel sangat dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain tujuan penelitian. Silo penelitian bersifat deskriptif. maka umumnya membutuhkan sampel yang besar, tetapi bila penelitiannya hanya untuk menguji hipotesis. diburuhkan sampel dalam jumlah yang lebih sedikit,

1. Ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian.
2. Bila sampel dibagi-bagi dalam beberapa sub sampel, maka minimum 30 untuk setiap kategori sub sampel sudah memadai.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk yang menggunakan analisis regresi multivariat) besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen, Analisis regresi dengan 4 variabel independen membutuhkan kecukupan sampel sebanyak 100 sampel responden.
4. Analisis SEM membutuhkan sampel sebanyak paling sedikit 5 kali jumlah variabel indikator yang digunakan. Penelitian dengan 20 indikator membutuhkan sampel sebanyak  $20 \times 5$  atau 100 sampel.

## HASIL & PEMBAHASAN Hasil

Dalam penelitian ini mengambil informasi atau data-data dari responden dengan cara menggunakan kuesioner yang disebarkan secara langsung. Teknik Purposive Sampling merupakan sebuah metode sampling non random sampling dimana periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset. Adapun kriteria yang akan digunakan adalah penduduk desa bandengan, Kuesioner langsung disebarkan kepada penduduk desa bandengan dimulai tanggal 1 Januari sampai 1 Februari 2023 dimana jumlah responden yang dibutuhkan sebanyak 100 responden. Adapun yang perlu ditambahkan dalam kuesioner ialah profil responden yang meliputi jenis kelamin.

Freque	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
L=54	54.0	54.0	54.0
P=46	46.0	46.0	99.0
Total	100	100.0	100.0

## Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini berguna untuk melihai pengaruh variable independent dengan dependent, pengujian hipotesis ini meliputi beberapa uji yaitu uji t (persial). uji f (simultan) dan uji Koefisien Determinasi (R')

Model	beta	t	Sig
X1	.431	6.864	.000
X2	.344	5.547	.000
X3	.291	4.349	.000

Dari tabel diatas, berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebesar 54 atau 54% responden dan jumlah perempuan sebesar 46 atau 46% responden. Hal ini berarti responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak berkontribusi dalam perkembangan destinasi wisata pantai bandengan.

## Uji Validitas & Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel penelitian yaitu promosi, persepsi dan partisipasi. Dari seluruh item variabel yang telah di uji validitas item variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel Y diperoleh nilai Cronbach alpha sebesar 0.823 dan secara nyata lebih besar dari kriteria 0,6 sehingga dapat disimpulkan variabel Y memenuhi reliabilitas.

## Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogorovsmirnov menghasilkan nilai signifikan sebesar 0.071 dan secara nyata lebih besar dari nilai kriteria uji probabilitas yakni 0.05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya. maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Uji t untuk penelitian ini adalah
  - a. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Komitmen Orientasi Promosi (X1)  $6.84 > 1.984$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.000 < 0,05$ . maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka Komitmen Orientasi Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi wisata.

- b. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2)  $5.547 > 1.984$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.000 < 0,05$ . maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. maka Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata,
  - c. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Pemerintah (X3)  $4.349 > 1,984$  dan nilai signifikansi yaitu  $0,000 < 0.05$ . maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka Peran Pemerintah berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata,
2. Berdasarkan hasil uji F diatas dapat diperoleh  $F_{hitung} 86.860 > F_{tabel} 3,09$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.000 < 0,05$ . Nilai signifikansi uji F sebesar  $0.000$  dan secara nyata kurang dari  $0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan secara simultan atau Bersama-sama variabel X I, X2, dan X3 memberikan pengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata (Y).
  3. Hasil koefisien Deierminasi ( $R^2$ )  
Nilai R square: sebesar  $0.731$  dan dapat diinterpretasikan bahwa variabel X I, X2, dan X3 mampu menjelaskan Perkembangan Destinasi Wisata sebanyak  $73.1\%$  sedangkan sisanya  $26.9\%$  dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutkan dalam model

## DAFTAR PUSTAKA

- Alif. Moh NuruJ. 2020. "Profil Wilayah Desa-Desa Bandengan". Sumber <http://bandengan.jepara.go.id> (17 Desember 2001).
- Andrianti. Nita. Tanto L. 2019. "**Pengembangan Desa Wisata melalui Penguatan Strategi Komunikasi Pariwisata**", Yogyakarta. SENADIMAS UNISRI
- Atmojo, Muhammad Eko. DKK. 2017. "Efektivitas Dana Desa Untuk Pengembangan Potensi Ekonomi Berbasis Partisipasi Masyarakat di Desa Bangunjiwo": **Dana Desa 7 Volume 5 No 1.**
- Avinda, Chintiya Betari. I Nyoman S. Ni Made O.K. 2016. "Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata)": **Jurnal JPTA Volume 4 Nomor 1.**
- Burhanuddin, 2019. "Efektivitas Promosi Wisata Melalui Event Paralayang Desa Mantar Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Sumbawa Barat", **Skripsi.** Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Damanik, Janianto, Helmut F. 2006. "**Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi**". Yogyakarta, C.V Andi Offset.
- Darmansyah, 2015. "Tiga Faktor Utama Dalam Strategi Pemasaran", Sumber <http://darmansya.hweblog.esaunggul.ac.id> (16 september 2021)