

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Salah satu tempat wisata di desa Glonggong, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun adalah Madiun Umbul Square. Tempat wisata ini adalah sisa-sisa dari masa penjajahan Belanda. Tempat wisata ini sebelumnya dikenal sebagai Loji Umbul. Kemudian berganti nama menjadi Taman Rekreasi Umbul, dan kemudian kembali menjadi Madiun Umbul Square. Tempat wisata ini memiliki banyak fasilitas, seperti kolam renang air belerang, kebun binatang mini (atau mini zoo), area outbond, beberapa kafe, tempat ibadah, tempat pertemuan, waterboom, roller coaster, dan masih banyak lagi. Tempat wisata ini sangat populer di bekas Karisidenan Madiun. Wisata Madiun Umbul Square sekarang banyak diminati oleh wisatawan dalam kota maupun luar kota karena diurus dengan baik. Karena itu, wisata Madiun Umbul Square memiliki banyak cara untuk dipromosikan. Ini termasuk menggunakan media sosial, sosialisasi, dan metode promosi lainnya. Dengan demikian, jumlah pengunjung Umbul meningkat setiap tahunnya (Durrutunnasikhah 2020).

Umbul square sudah dikenal sejak masa kolonial Belanda sebagai Lokasi rekreasi yang memanfaatkan sumber air belerang, yang dipercaya berkhasiat untuk mengobati penyakit kulit. Istilah “Umbul” berasal dari nama dusun di Desa Glonggong, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun. Setelah sempat berjaya pada masa kolonial, kawasan ini kemudian mengalami penurunan minat dan kurang terawat. Namun, saat ini Umbul Square telah direvitalisasi dan dikelola oleh pemerintah daerah sebagai destinasi wisata keluarga. Umbul square memadukan nuansa sejarah dengan sentuhan rekreasi modern, sehingga mampu menarik minat pengunjung hingga malam hari melalui penggunaan lampion dan dekorasi yang memperindah tampilan kawasan. Perubahan umbul square dari tempat peristirahatan pada masa kolonial menjadi taman wisata keluarga yang lebih lengkap menunjukkan bahwa kawasan wisata dapat tetap menjaga nilai sejarahnya sekaligus menghadirkan pengalaman rekreasi yang menarik, menyenangkan, dan bernilai edukatif bagi masyarakat lokal maupun wisatawan.

Madiun umbul square tidak hanya dikenal karena nilai sejarah dan budayanya, tetapi juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas rekreasi modern, seperti kolam renang air belerang, wahana permainan keluarga, serta kebun binatang mini yang dikelola secara terpadu. Pengunjung dapat menikmati aktivitas berenang dikolam air belerang sekaligus melihat berbagai jenis satwa dikebun binatang mini yang juga berfungsi sebagai sarana konservasi. Tata ruang dan bentuk bangunan dikawasan Umbul Square masih menampilkan ciri khas arsitektur peninggalan masa kolonial Belanda, sehingga menghadirkan nuansa sejarah yang kuat dan pengalaman wisata yang berbeda. Keberadaan

peninggalan sejarah dan budaya tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai kearifan lokal serta budaya tradisional tetap dijaga dan dilestarikan. Konsep wisata berkelanjutan yang diterapkan turut mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar serta menghubungkan perkembangan pariwisata modern dengan akar sejarah dan budaya lokal yang kuat, sehingga menjadikan Umbul Square sebagai destinasi wisata yang memiliki keunikan tersendiri. Akibatnya, perpaduan budaya dan sejarah di Umbul Square tidak hanya meningkatkan nilai estetika dan edukasi, tetapi juga menciptakan cerita yang unik yang menggabungkan rekreasi, kesehatan tradisional, konservasi alam, dan penghargaan sejarah. Ini membuat Umbul Square menjadi tempat wisata yang kaya akan makna budaya dan warisan sejarah yang hidup.

Taman Wisata Umbul Square memiliki banyak atraksi, dan daya tarik utamanya adalah keindahan alam. Kolam renang alami yang terbuat dari air panas atau belerang adalah yang paling menonjol. Ini menawarkan pengalaman berenang yang segar dengan pemandangan hijau yang menenangkan. Pengunjung tidak hanya dapat berenang, tetapi mereka juga dapat menikmati pemandangan alam yang indah dengan berjalan-jalan di sekitar taman atau duduk di gazebo sambil menikmati udara sejuk. Aktivitas rekreasi seperti outbound dan permainan air juga tersedia, tetapi beberapa pengunjung merasa bahwa pilihan aktivitasnya masih terbatas, terutama untuk orang dewasa dan remaja yang lebih mencari tantangan. Umbul Square menggabungkan tata kelola modern dengan lingkungan alami, yang membuatnya unik. Ini menciptakan suasana yang bagus untuk bersantai bersama keluarga dan kelompok. Pengunjung biasanya memiliki pengalaman yang baik di Umbul Square, terutama karena kebersihan dan keramahan karyawan yang luar biasa.

Ketika banyak pengunjung, sampah plastik kadang-kadang tampak menumpuk di kolam dan taman, meskipun kebersihan tetap terjaga. Walaupun ada sebagian pengunjung menilai bahwa penanganan keluhan atau pertanyaan masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal kejelasan informasi mengenai fasilitas dan aktivitas yang tersedia, petugas di Umbul Square umumnya bersikap ramah dan sigap membantu. Namun, bagi pengunjung yang mengharapkan hiburan yang lebih aktif, seperti banyaknya wahana permainan atau pertunjukan, Umbul Square mungkin terasa kurang memadai karena daya Tarik utamanya lebih menonjolkan suasana tenang dan keindahan alam. Untuk membuat pengalaman berkunjung lebih baik, beberapa wisatawan menyarankan agar ada acara rutin seperti kelas budaya atau konser musik. Dengan mempertimbangkan elemen-elemen ini, Umbul Square dapat semakin menarik sebagai tempat wisata yang menyenangkan dan memenuhi kebutuhan berbagai demografi. Wisata Madiun Umbul Square ini memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung atau wisatawan yaitu dengan adanya kebun binatang yang memiliki berbagai macam koleksi satwa didalamnya. Sedangkan akses jalan menuju ke wisata ini cukup mudah untuk dijangkau

karena letaknya yang strategis serta dapat dilalui oleh kendaraan pribadi maupun kendaraan umum karena lokasi wisata ini yang berada di pinggir jalan raya. Dengan pengelolaan wisata Umbul Square yang sangat tertata menyebabkan adanya banyak wisatawan yang berkunjung baik dalam kota maupun wisatawan dari luar kota.

Jumlah kunjungan ke Umbul Square meningkat pada hari libur akhir pekan (Sabtu dan Minggu), serta pada hari kerja dan hari libur panjang lainnya. Pada hari biasa, jumlah pengunjung berkisar antara 100-750 orang, tetapi pada hari libur, dapat mencapai 2.000-5.000 orang. Bahkan pada libur panjang Idul Adha 2023, tercatat lebih dari 5.000 orang setiap hari, naik sekitar 67% dari hari biasa. Selama liburan panjang dan akhir pekan, jumlah pengunjung juga meningkat. Misalnya, selama libur Isra Miraj dan libur panjang pasca PPKM, Umbul Square selalu menarik ratusan pengunjung setiap hari. Ini terjadi bahkan di hari-hari yang tidak terlalu aktif. Pada hari biasa, jumlah pengunjung berkisar antara 150 dan 300 orang, tetapi pada akhir pekan dan libur panjang, jumlah pengunjung meningkat drastis (Latupapua 2021).

Pada selain hari libur, banyaknya wahana permainan dan fasilitas menarik seperti roller coaster, kebun binatang kecil, waterboom mini, bioskop 9D, dan wahana edukasi satwa menarik pengunjung dari berbagai daerah, termasuk dari Madiun dan daerah sekitar seperti Ponorogo, Nganjuk, dan Surabaya. Jumlah kunjungan ke Umbul Square cenderung stabil dan terus mengalami peningkatan dari hari ke hari, tidak hanya saat akhir pekan, tetapi juga pada hari kerja, terutama Ketika terdapat hari libur atau momen tertentu. Pada periode liburan dan libur Panjang, Umbul Square mampu menarik kedatangan ribuan pengunjung. Hal ini terlihat pada libur Idul Adha tahun 2023 yang mencatat lebih dari 5.000 pengunjung, serta pada akhir pekan libur Idul Adha pascapandemi yang dihadiri sekitar 1.500 orang. Upaya pengelola untuk meningkatkan koleksi satwa dan wahana edukasi, serta metode seperti tiket gratis untuk anak-anak, meningkatkan minat kunjungan.

Berdirinya tempat wisata Madiun Umbul Square ini juga sangat berpengaruh bagi masyarakat disekitar. Dengan adanya tempat wisata ini dinilai dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk warga yang berada disekitar lokasi. Masyarakat sekitar memiliki kesempatan untuk mencari penghasilan antara lain dengan cara berjualan berbagai macam makanan, mainan, dan sebagainya di Madiun Umbul Square. Di sisi lain pengelola wisata Madiun Umbul Square juga berkontribusi dengan menyediakan lapak untuk masyarakat setempat untuk berjualan. Pihak pengelola menyediakan lapak ini melalui sistem sewa-menyewa, di mana penyewa dan pihak pengelola menandatangani surat persetujuan untuk memberikan hak resmi atas lapak. Daya tarik wisata dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang unik dan memiliki unsur keindahan dari kekayaan alam, budaya, dan produk buatan manusia. Daya tarik destinasi wisata adalah faktor penting yang mempengaruhi keinginan wisatawan untuk pergi.. Daya tarik wisata adalah bangunan dan

fasilitas yang terkait yang dapat menarik pengunjung atau wisatawan untuk datang ke tempat tertentu (Komariya and Aguilika 2024).

Mengingat wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang sangat luas dan memiliki kebudayaan yang sangat kaya beraneka ragam pemerintah harus menggunakan segala kebijakan yang ada semaksimal mungkin dalam rangka mengembangkan pariwisata. Pariwisata adalah aset yang sangat penting bagi negara, dan pemerintah harus memastikan bahwa kebijakan ini digunakan semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan tersebut. "Kepariwisataan" berasal dari kata "wisata", dan memiliki arti suatu kegiatan melakukan perjalanan singkat ke tempat tertentu oleh seseorang atau kelompok orang dengan tujuan untuk melakukan rekreasi, memperbaiki diri, atau mempelajari daya tarik wisata tempat tersebut. Undang-Undang Kepariwisataan Nomor 10 Tahun 2009, Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi lokasi tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata tempat tersebut dalam waktu singkat. Definisi ini sejalan dengan definisi undang-undang tersebut. Wisatawan adalah mereka yang melakukan perjalanan. Jadi, menurut Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, penguasa, pemerintah, dan pemerintah daerah (Gani, Dn, and Apriani 2024). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata mengatur berbagai kegiatan wisata dan mendukung berbagai fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah. Untuk mengembangkan pariwisata di suatu wilayah, ada dasar yang harus digunakan untuk mengatur semua kebutuhan, hak, dan kewenangan agar semua perencanaan dapat dilakukan dengan benar. Oleh karena itu, untuk mendukung pertumbuhan pariwisata, khususnya di kalangan komunitas kota wisata, Undang-Undang Pariwisata ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk pengembangan pariwisata di kota-kota tersebut.

Perilaku pengunjung memiliki peran besar dalam menentukan pilihan destinasi wisata, sehingga hal ini perlu menjadi perhatian penting bagi pengelola pariwisata. Keputusan wisatawan umumnya terbentuk melalui proses pencarian informasi dan perbandingan dengan berbagai alternatif yang ada, yang kemudian memengaruhi pilihan akhir. Pada era digital saat ini, khususnya di kalangan generasi milenial, media sosial menjadi salah satu faktor utama untuk menentukan tujuan wisata. Melalui platform seperti Facebook dan Instagram, wisatawan dapat dengan mudah memperoleh informasi terkini mengenai destinasi wisata, termasuk Taman Wisata Umbul Square, sekaligus melihat ulasan, pengalaman, dan dokumentasi foto yang dibagikan oleh pengunjung sebelumnya. Meskipun demikian, wisatawan masih mengalami kendala dalam membagikan pengalaman mereka langsung akibat keterbatasan akses jaringan internet. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial mampu mendorong minat

pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi wisata. Harga tiket menjadi salah satu pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan berwisata, karena harga merupakan bagian dari strategi pemasaran yang berperan dalam menghasilkan pendapatan.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 12 Tahun 2014, harga tiket di Umbul Square tetap stabil dan tidak berubah dari tahun ke tahun. Harga yang murah dianggap sebanding dengan keindahan alam dan fasilitas yang tersedia, membuat orang ingin pergi lagi. Namun, beberapa wisatawan, terutama rombongan keluarga, mengeluh tentang harga tiket per orang. Mereka ingin sistem tiket diubah agar hanya membayar tiket kendaraan. Penelitian sebelumnya, Menurut (Stemim, Rachmawati, and Jamu 2025) harga tiket memengaruhi keputusan untuk pergi.

Taman Wisata Umbul Square meskipun belum sepenuhnya memenuhi standar pengelolaan wisata seperti masalah polusi udara dari wahana permainan, pengelolaan sampah yang belum optimal, dan potensi kerusakan lingkungan tetap banyak dikunjungi oleh wisatawan. Kekurangan atau aspek yang membuat Umbul Square belum sepenuhnya memenuhi standar pengelolaan wisata meskipun banyak pengunjung. Polusi udara dari wahana permainan: Beberapa wahana permainan di Umbul Square menghasilkan polusi udara, yang merusak lingkungan sekitar dan membahayakan kelestarian alam sekitar. Pengelolaan sampah yang belum optimal: Sampah belum dikelola secara tepat dan terpisah menurut kategori, sehingga mencemari lingkungan dan membuat pengunjung tidak nyaman. Potensi kerusakan lingkungan: Aktivitas wisata dan wahana yang ada di sekitar Umbul Square berisiko merusak ekosistem alami, terutama karena kawasan tersebut memiliki nilai sejarah dan lingkungan yang harus dijaga. Penggunaan wahana yang kurang ramah lingkungan: Wahana yang ada belum sepenuhnya ramah lingkungan dan hemat energi, jadi perlu diganti atau ditambah wahana yang lebih berkelanjutan. Agar Umbul Square dapat memenuhi standar wisata yang berkelanjutan dan tetap menarik bagi pengunjung, pengelolaan berbasis ekowisata harus diterapkan, termasuk pengolahan sampah yang terpisah, pengurangan wahana polusi, dan penggunaan bahan ramah lingkungan untuk fasilitas pendukung (Yoso Nugroho et al. 2020).

Fokus analisis ini sangat relevan dengan ilmu pemerintahan karena membantu memahami bagaimana kebijakan yang meningkatkan daya tarik wisata dan meningkatkan aksesibilitas Taman Wisata Umbul Square dapat memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut, hal ini dapat menjadi bahan evaluasi penting bagi ilmu pemerintahan dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan pariwisata yang berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan publik dan pembangunan daerah yang pada gilirannya berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal dan pelayanan publik yang efektif. Atraksi yang terdapat di Umbul Square, belum seiring dengan kemudahan aksesibilitas yang dimiliki. Selain itu, penerapannya juga

belum diketahui dengan jelas apakah mempengaruhi perilaku wisatawan yang ditandai dengan minat kunjungan ke Umbul Square. Padahal, perilaku wisatawan telah dianggap sebagai pendorong untuk menekan pentingnya pengembangan pariwisata (Gentah, Makiya, and Nur Syamsu 2024).

Fenomena ini menunjukkan adanya gap antara persepsi kualitas pengelolaan dan daya tarik wisata. Dalam kajian ini, fokus utama diarahkan pada perilaku wisatawan. Terdapat berbagai pendekatan teoritis yang dapat digunakan untuk memahami perbedaan perilaku tersebut, salah satunya adalah Theory of Planned Behavior (TPB). Dari aspek sikap (attitude), wisatawan cenderung memandang unsur hiburan dan rekreasi secara positif, sementara perhatian terhadap kondisi lingkungan sering kali menjadi hal yang kurang diprioritaskan. Dari sisi norma subjektif, pengaruh lingkungan sosial seperti rekomendasi teman dan paparan media sosial lebih banyak menekankan pada kesenangan yang diperoleh dibandingkan kualitas pengelolaan destinasi. Sementara pada aspek perceived behavioral control, wisatawan merasa bahwa akses menuju lokasi serta penggunaan wahana relatif mudah dan tidak banyak dipengaruhi oleh persoalan pengelolaan yang ada. Fokus penelitian ini mencakup analisis terkait karakteristik para pengunjung wisatawan yang menjadi sasaran sekaligus evaluasi struktur organisasi yang bertanggung jawab atas operasional Madiun Umbul Square.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis ingin mengkaji lebih jauh tentang “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana daya tarik dan aksesibilitas wisata memengaruhi alasan kunjungan pengunjung ke Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun?”

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam persepsi pengunjung terhadap daya tarik dan aksesibilitas wisata serta kaitannya dengan alasan kunjungan ke Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan pada uraian yang telah diuraikan diatas, maka manfaat dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat teoritis

Memperjelas Peran Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Secara Spesifik. Dengan fokus pada Taman Wisata Umbul Square, analisa ini dapat memberikan pemahaman yang lebih spesifik tentang bagaimana aksesibilitas (kemudahan akses kendaraan, petunjuk arah, fasilitas pendukung) dan daya tarik wisata (keindahan, fasilitas, atraksi) memengaruhi keputusan wisatawan. Hal ini penting karena beberapa penelitian menunjukkan variasi pengaruh aksesibilitas dan daya tarik wisata pada keputusan berkunjung di berbagai objek wisata.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peningkatan Pengelolaan dan Pengembangan Wisata. Hasil analisa ini dapat membantu pengelola Umbul Square dalam mengidentifikasi aspek daya tarik wisata dan aksesibilitas yang perlu diperbaiki atau dikembangkan, seperti peningkatan fasilitas, penambahan atraksi baru, dan perbaikan infrastruktur akses jalan. Hal ini dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung sehingga mendorong peningkatan jumlah kunjungan.

1.5 PENEGASAN ISTILAH

Penegasan istilah atau dapat disebut dengan definisi konseptual merupakan suatu cara untuk memperjelas arti dari istilah – istilah yang diteliti dengan artian yang sesuai dengan kamus bahasa agar tidak terjadi kesalahan dalam pemahaman. Dalam penelitian ini akan dijelaskan beberapa istilah yang berkaitan dengan permasalahan, antara lain :

1. Daya Tarik

Daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang unik dan memiliki unsur keindahan dari kekayaan alam, budaya, dan produk buatan manusia. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata adalah daya tariknya. Daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memiliki kekhasan, keindahan, dan nilai dalam bentuk keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia, menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2009 (Undang-Undang No. 10 Tahun 2009) (Akuntansi et al. 2024). Daya tarik adalah kata lain dari suatu objek wisata yang sesuai dengan peraturan Indonesia tahun 2009. Kata objek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menjelaskan suatu daerah tujuan berwisata maka diganti oleh “DayaTarik”. Daya Tarik Wisata adalah kegiatan yang menggunakan sesuatu yang memiliki keunikan atau nilai lebih yang dapat berupa, keindahan dari alam maupun budaya yang dimiliki oleh masyarakat yang menjadi sasaran tertentu guna untuk

kunjungan wisatawan (Tina Rahmadayanti and Kholid Murtadlo 2020).

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas biasanya mengacu pada kemudahan atau keterjangkauan untuk mencapai, memasuki, dan menggunakan fasilitas, layanan, atau lingkungan tanpa hambatan, baik secara fisik maupun non-fisik. Konsep aksesibilitas membantu semua orang, terutama penyandang disabilitas, memperoleh kesempatan yang sama dalam berbagai aspek kehidupan dan penghidupan. Faktor yang tidak kalah penting dalam kepuasan pelanggan dalam perjalanan wisata adalah aksesibilitas, yang berarti seberapa mudah mencapai destinasi wisata. Faktor ini terkadang diabaikan oleh wisatawan saat merencanakan perjalanan mereka, sehingga dapat berdampak pada biaya perjalanan secara keseluruhan. Sarana akses, seperti infrastruktur jalan, jarak dekat dengan bandara, dan kemudahan transportasi ke tempat wisata, membuat daerah lebih menarik untuk dikunjungi.

Aksesibilitas memegang peranan penting dalam membentuk tingkat kepuasan wisatawan sekaligus menentukan keberhasilan suatu destinasi wisata. Aspek ini mencakup kemudahan transportasi yang tersedia serta tingkat kemudahan pengunjung dalam menjangkau lokasi wisata tersebut. Oleh karena itu, saat membangun destinasi wisata, penting untuk memberi perhatian pada peningkatan aksesibilitas melalui pembangunan infrastruktur yang memadai (Nurchomariyah et al. 2023).

3. Minat berkunjung

Teori minat berkunjung dan teori minat beli mirip. Menurut Kotler dan Keller, minat merupakan bagian dari sikap mengkonsumsi konsumen, memengaruhi kecenderungan responden untuk bertindak sebelum membuat keputusan membeli. Minat terkait dengan sikap dan pribadi. Kekuatan atau dorongan untuk mendapatkan sesuatu akan ada pada orang yang tertarik pada sesuatu. Minat adalah rencana atau bagaimana seseorang akan berperilaku dalam situasi tertentu, baik itu akan melakukan atau tidak. Karena itu, minat berkunjung dapat didefinisikan sebagai keadaan mental seseorang yang merencanakan untuk melakukan beberapa hal dalam jangka waktu tertentu. Dalam Yulhasmida, Trendis menyatakan bahwa minat adalah keinginan seseorang yang dipengaruhi oleh faktor sosial, perasaan, dan konsekuensi yang dirasakan. Pikiran yang timbul karena perasaan tertarik dan ingin memiliki sesuatu yang diharapkan disebut minat. Selain faktor internal, minat berkunjung seseorang juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti faktor sosial, upaya pemasaran perusahaan, dan

faktor budaya sosial. Minat ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif tentang produk atau jasa (Yandi, Mahaputra, and Mahaputra 2023).

Minat ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, seperti kualitas pelayanan, citra destinasi, daya tarik wisata, promosi, fasilitas, infrastruktur, transportasi, serta keramahan penduduk. Minat berkunjung wisatawan adalah salah satu bentuk perilaku wisatawan yang akan berkunjung ke suatu objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah dorongan dalam diri konsumen untuk mengunjungi suatu tempat atau area yang menarik perhatian seseorang. Kotler dan Keller (2014) menyatakan bahwa ada dua sumber luar yang memengaruhi minat beli konsumen berdasarkan sikap orang lain: pengaruh besar dari sikap negatif seseorang terhadap pilihan yang diminati oleh konsumen dan keinginan konsumen untuk mempengaruhi orang lain yang berkaitan dengan minat pembeliannya. Situasi yang tidak terinspirasi adalah situasi yang muncul secara tak terduga dan dapat mengubah minat beli konsumen secara tidak langsung (Nisoni, Fanggidae, and Dhae 2011).

1.6 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu adalah studi atau riset yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang relevan dengan topik penelitian yang sedang Anda kerjakan. Adapun Literatur Review dari penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Buluh Awar Dalam Pengembangan Objek Wisata Di Desa Buluh Awar Kabupaten Deli Serdang

Judul ini dipilih karena Desa Buluh Awar, yang berada di Kabupaten Deli Serdang, memiliki potensi wisata yang sangat besar, tetapi masih menghadapi berbagai hambatan yang menghalangi pengembangan destinasi tersebut. Tujuan penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pemasaran pariwisata Buluh Awar digunakan untuk mengembangkan objek wisata di Desa Buluh Awar, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang efektif sangat penting untuk pembangunan objek wisata Buluh Awar. Untuk memaksimalkan potensi wisata, hambatan utama seperti infrastruktur, SDM, dan komunikasi antar stakeholder harus diatasi. Di Desa Buluh Awar, Kabupaten Deli Serdang, keberhasilan pemasaran pariwisata bergantung pada komunikasi yang efektif dan kerja sama yang efektif antara pengelola, pemerintah, dan masyarakat (Tasya 2024).

2. Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Kebun Raya Bogor

Penelitian ini dipilih karena fasilitas wisata merupakan faktor utama yang memengaruhi kunjungan wisatawan ke Kebun Raya Bogor. Jika ada fasilitas wisata yang memadai, wisatawan dapat melakukan banyak hal dan merasa nyaman saat berada di sana. Oleh karena itu, penelitian ini akan melihat bagaimana fasilitas wisata memengaruhi minat berkunjung kembali, yang merupakan indikator penting dari pertumbuhan pariwisata berkelanjutan di Kebun Raya Bogor. Tujuan penelitian ini menganalisis pengaruh fasilitas wisata di Kebun Raya Bogor terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Beri rekomendasi kepada pengelola Kebun Raya Bogor untuk meningkatkan fasilitas agar lebih menyenangkan dan menarik lebih banyak wisatawan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan data primer menggunakan kuesioner dalam memperoleh sumber data untuk hasil penelitian. Hasil keputusan penelitian ini cukup signifikan dalam hal pengaruh faktor fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali. Saran tentang fasilitas: Pengelola harus memperbaiki fasilitas transportasi di sekitar Kebun Raya Bogor agar wisatawan lebih nyaman. Menambah atau membuka ruang kesehatan atau P3K dapat meningkatkan jumlah tempat berteduh karena, seperti yang kita ketahui, Bogor adalah kota yang sering hujan, sehingga wisatawan tidak perlu bingung mencari tempat berteduh (Winanto and Djunaid 2024).

3. Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata di Kota Manado

Penelitian ini dipilih karena Manado adalah salah satu destinasi wisata utama di Sulawesi Utara dengan banyak objek wisata alam, budaya, dan religius yang menarik. Namun, untuk pertumbuhan pariwisata yang optimal, diperlukan pemahaman tentang bagaimana pengunjung memilih objek wisata. Fokus penelitian ini adalah untuk mempelajari hal-hal seperti sikap, budaya, motivasi, dan pengetahuan yang memengaruhi perilaku wisatawan di Manado. Tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisis pengaruh sikap dan budaya terhadap perilaku wisatawan dalam memilih objek wisata di Kota Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pemaparan data secara deskriptif. Hasil menurut penelitian lain, daya tarik budaya dan fasilitas yang cukup di Manado membuat wisatawan lebih suka datang dan tinggal lebih lama. Rekomendasi penelitian menekankan pentingnya meningkatkan atraksi budaya dan fasilitas wisata yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan wisatawan untuk meningkatkan minat kunjungan (Pomantow et al. 2022).

4. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatan di Objek Wisata Pantai Tablolong Kecamatan Kupang Barat

Judul diberikan karena Pantai Tablolong adalah salah satu tempat wisata bahari terbaik di Kecamatan Kupang Barat dengan pemandangan alam yang indah. Lokasi ini masih kekurangan fasilitas dan infrastruktur pendukung, meskipun memiliki daya tarik alam yang kuat. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan semua elemen yang memengaruhi keinginan wisatawan untuk mengunjungi Pantai Tablolong dan membantu pertumbuhan dan peningkatan kualitas destinasi wisata tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi Pantai Tablolong Kecamatan Kupang Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi Pantai Tablolong Kecamatan Kupang Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pantai Tablolong menarik wisatawan karena alamnya yang masih asri dan alami serta pemandangan matahari terbenam yang indah. Namun, fasilitas dan infrastruktur yang ada kurang, dan pemerintah dan pengelola setempat harus melakukan sesuatu untuk memperbaikinya (Nisoni, Fanggidae, and Dhae 2011).

5. Pengelolaan Taman Wisata Umbul Square Berbasis Ekowisata di Kabupaten Madiun, Jawa Timur

Penelitian ini dipilih karena Umbul Square adalah tempat wisata penting di Kabupaten Madiun. Daya tarik utamanya adalah pemandian air panas alami yang berasal dari sumber belerang, serta nilai sejarahnya yang berasal dari masa pendudukan Belanda. Namun, pengelolaan wisata ini menghadapi masalah seperti polusi dari wahana wisata yang ada, kurangnya pengelolaan sampah yang tepat, dan kemungkinan kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan kelestarian lingkungan sambil mempertimbangkan aspek sosial dan ekonomi masyarakat sekitar, pengelolaan berbasis ekowisata menjadi pilihan yang bijak. Dipilihnya judul ini untuk melihat bagaimana Umbul Square dapat dikelola dengan cara yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis SWOT. Hasilnya menunjukkan bahwa ada banyak strategi pengelolaan yang dapat diterapkan. Strategi-strategi ini termasuk mengurangi penggunaan wahana yang menghasilkan polusi, menggabungkan atau mengganti wahana yang lebih hemat energi dan ramah lingkungan. Pengelola juga dapat membuat fasilitas pendukung dengan menggunakan bahan alam seperti bambu, kayu, dan sebagainya (Nugroho, Kiswanto, and Damiasih 2020).

Perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian terbaru yang berjudul “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun”, (Studi Kasus)

Tabel 1. 1 Tabel Perbandingan

Judul artikel	Persamaan	Perbedaan
Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Buluh Awar Dalam Pengembangan Objek Wisata Di Desa Buluh Awar Kabupaten Deli Serdang	Persamaannya adalah sama-sama meneliti faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan dan kunjungan objek wisata. Dengan fokus pada aspek pemasaran dan pengelolaan destinasi wisata.	Penelitian terdahulu berfokus pada lebih menitikberatkan pada strategi komunikasi pemasaran dan hambatan pengembangan objek wisata dari sisi pengelola dan stakeholder. Sedangkan penelitian terbaru lebih berfokus pada sisi perilaku dan keputusan pengunjung wisata.
Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Kebun Raya Bogor	Berfokus pada aspek pengembangan destinasi wisata melalui peningkatan pengalaman pengunjung. Memperhatikan peran fasilitas, daya tarik, dan aksesibilitas sebagai elemen penting dalam keputusan wisatawan.	Penelitian terdahulu berfokus pada menitikberatkan pada fasilitas wisata dan minat berkunjung kembali, yaitu loyalitas pengunjung. Penelitian terbaru lebih fokus pada pemahaman wisatawan tentang daya tarik dan aksesibilitas dalam pengambilan keputusan awal berkunjung.
Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata di Kota Manado	Persamaannya adalah keduanya meneliti perilaku wisatawan dalam konteks pengambilan keputusan berkunjung ke destinasi wisata.	Penelitian terdahulu berfokus pada fokus pada faktor budaya, sosial, dan psikologis yang memengaruhi perilaku wisatawan secara umum dalam memilih objek wisata. Sedangkan penelitian terbaru menyoroti aspek konkret

		daya tarik dan aksesibilitas dalam pengambilan keputusan kunjungan.
Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatan di Objek Wisata Pantai Tablolong Kecamatan Kupang Barat	Persamaannya adalah sama-sama menyoroti pentingnya daya tarik wisata sebagai faktor utama yang menarik pengunjung.	Karena lokasi dan jenis objek wisata berbeda, konteks dan karakteristik pengunjung juga berbeda.
Pengelolaan Taman Wisata Umbul Square Berbasis Ekowisata di Kabupaten Madiun, Jawa Timur	Keduanya berfokus pada Taman Wisata Umbul Square sebagai objek studi. Sama-sama mengangkat aspek penting yang mempengaruhi keberhasilan destinasi wisata: pengelolaan sumber daya dan faktor yang memengaruhi kunjungan wisatawan.	Penelitian terdahulu berfokus pada pengelolaan lebih pada aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi serta mitigasi dampak negatif seperti polusi dan pengelolaan sampah. Sedangkan penelitian terbaru berfokus pada pemahaman wisatawan lebih pada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dan keputusan pengunjung.

1.7 LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori yang kuat dan sederhana untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku. TPB menjelaskan intensi, yaitu seberapa keras seseorang mencoba dan seberapa banyak usaha yang dihabiskan untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu, pada dasarnya konsep dasar TPB adalah presiksi intensi yang akan terwujud dalam perilaku sebenarnya jika tidak ada masalah serius. Dalam Theory of Planned Behavior, yang merupakan evolusi dari Theory of Reasoned Action (TRA), dikatakan bahwa intensi dapat diprediksi melalui tiga komponen pembentuk: sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Elemen terakhir yang ditemukan sebagai timbulnya intensi disebut kontrol perilaku yang dipersepsikan. Ini telah terbukti dapat meningkatkan kemampuan prediksi Theory of Reasoned Action (TRA). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa selain perspektif dan norma subyektif, perilaku individu juga dipengaruhi oleh kontrol non-volitional, yaitu

perasaan individu tentang ketersediaan sumber daya dan kesempatan yang mendukung.

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah evolusi dari teori perilaku terencana yang berkaitan dengan variabel sikap dan norma subjektif. Kontrol berperilaku yang dipersepsikan juga merupakan variabel dalam TPB. TPB tidak langsung berkaitan dengan seberapa besar kendali yang dimiliki seseorang; sebaliknya, teori ini lebih menekankan peran kontrol perilaku yang dirasakan dalam mencapai tujuan daripada perilaku itu sendiri. Menurut teori ini, adanya niat menentukan perilaku yang akan dilakukan seseorang.

Menurut Izek Ajzen, seorang ahli psikologi sosial, telah membuat teori yang sangat penting untuk memahami hubungan antara sikap dan perilaku. Dalam bukunya "Dari niat ke tindakan: Teori perilaku yang direncanakan", Icek Ajzen menciptakan teori perilaku yang direncanakan, yang juga dikenal sebagai "teori perilaku yang direncanakan". Teori perilaku yang direncanakan (TPB) didasarkan pada beberapa teori sikap, seperti teori belajar, teori harapan nilai, dan teori konsistensi. Dalam psikologi, teori perilaku yang direncanakan membahas hubungan antara keyakinan dan perilaku. TPB menjelaskan bagaimana intensi berperilaku muncul. Menurut TPB, tiga determinan utama menentukan intensi berperilaku: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Saat ini, teori ini banyak digunakan dalam berbagai bidang keilmuan yang membahas perilaku dan masalah lingkungan (Syamsudin 2021).

Jika Teori Planned Behavior (TPB) diterapkan dalam “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun”, maka pendekatan ini akan fokus pada tiga faktor utama yang memengaruhi niat atau intensi wisatawan untuk berkunjung, yaitu: 1). Attitude toward the Behavior (Sikap terhadap Perilaku), 2). Norma Subjektif, 3). Perceived Behavioral Control/ (Kontrol Perilaku yang Dirasakan).

Berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB) menurut Ajzen, ada tiga variabel yang memengaruhi sikap atau perilaku minat pengunjung :

1. Attitude towards behavior atau sikap terhadap perilaku

Sikap adalah landasan dalam evaluasi terhadap objek tertentu, berdasarkan pada kognisi, reaksi afektif, niat dalam berperilaku, dan perilaku dari masa lalu yang dapat berpengaruh terhadap kognisi, respons afektif, dan niat dalam berperilaku, sekaligus terhadap perilaku di masa depan. Sikap adalah kecenderungan untuk merespons dengan suka (favorably) atau dengan tidak suka (unfavorably) terhadap objek, orang, institusi, atau kejadian. Sikap adalah keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap konsekuensi atas perilaku yang telah dilakukan. Penilaian tersebut bisa berupa penilaian positif atau negatif. Sikap dianggap sebagai variabel pertama dari perilaku. Konsep dianggap sebagai faktor pertama yang mempengaruhi perilaku. Sikap adalah pendapat Anda tentang perilaku tertentu. Kepercayaan atau keyakinan

adalah istilah yang mengacu pada perilaku seseorang. Ketika seseorang mengevaluasi seseorang dengan baik, mereka akan berusaha untuk berperilaku tertentu. Keyakinan individu tentang konsekuensi dari melakukan suatu perilaku (behavioral belief), yang dinilai berdasarkan hasil evaluasi konsekuensi (outcome evaluation), menentukan perspektif mereka. Konsep ini dianggap memengaruhi perilaku secara langsung. Ini juga dianggap terkait dengan norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Berdasarkan beberapa teori di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa sikap adalah respons langsung seseorang terhadap sesuatu yang didasarkan pada berbagai instrumen, sehingga seseorang dapat mengambil tindakan sesuai dengan yang dialaminya.

Terdapat komponen sikap ada 3 komponen (Engel, Blackwell, dan Miniard 2012) :

- a. Cognitive Component, merupakan Komponen kognitif adalah bagian dari pengetahuan, persepsi, dan keyakinan seseorang terhadap objek sikap. Ini berkaitan dengan bagaimana seseorang menilai dan memahami objek tersebut berdasarkan informasi yang diterima dan diproses dalam pikiran mereka. Komponen ini berkaitan dengan apa yang diketahui individu atau pengalamannya, baik yang terkait langsung atau tidak langsung dengan objek sikap. Pengalaman, pengamatan, dan informasi yang dia peroleh tentang objek sikap.
- b. Affective Component, Komponen afektif berhubungan dengan perasaan atau reaksi emosional individu terhadap suatu objek sikap, misalnya perasaan senang atau tidak senang, yang mencerminkan penilaian emosional yang bersifat mendalam dan kuat. Rentang komponen afektif ini dapat dimulai dari perasaan sangat tidak menyukai atau sangat tidak puas hingga perasaan sangat menyukai atau sangat puas.
- c. Conative Component, yaitu kecenderungan atau dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu terhadap suatu objek sikap, yang muncul sebagai hasil dari keyakinan dan perasaan yang dimilikinya. Ini adalah bagian dari tindakan yang dihasilkan dari sikap yang dimiliki seseorang. Komponen konatif berkaitan dengan kecenderungan atau kecenderungan seseorang atau pelanggan untuk melakukan suatu tindakan yang berkaitan dengan objek sikap. Oleh karena itu, komponen ini bukan perilaku nyata, tetapi hanya keinginan untuk melakukan suatu tindakan. Komponen konatif dalam penelitian pemasaran biasanya diukur dari dorongan untuk membeli sesuatu, dorongan untuk memilih merek, atau dorongan lainnya yang berkaitan dengan perilaku pembelian.

Adapun indikator Sikap Menurut Ahmadi (2007) mengungkapkan ada tiga indikator Sikap, yaitu:

- a. Cognitive, aspek ini menekankan pada berbagai gejala yang berkaitan dengan pikiran. Gejala tersebut bisa berupa sebuah pengolahan, pengalaman, dan keyakinan. Keyakinan itu berkaitan dengan harapan-harapan individu tentang objek ataupun kelompok objek tertentu.
- b. Affective, aspek ini menitikberatkan pada sebuah proses yang menyangkut perasaan-perasaan tertentu ketika mengevaluasi suatu objek. Seperti ketakutan, simpati, antipati, dan sebagainya yang ditunjukkan kepada objek-objek tertentu. Aspek afektif ini menunjukkan pula suatu perasaan positif dan perasaan negatif yang muncul pada individu-individu terhadap objek yang disikapinya.
- c. Conative, berkaitan dengan kecenderungan perilaku atau kesiapan individu untuk bertindak terhadap suatu objek. Aspek ini tercermin dalam niat, dorongan, tindakan nyata yang dilakukan individu sesuai dengan sikap yang dimilikinya.

2. Norma Subjektif (subjective norm)

Norma subjektif yaitu persepsi seseorang terhadap tekanan sosial yang ada di lingkungannya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang dipertimbangkan, berhubungan dengan keputusan normatif yang dirasakan dari perilaku. Tekanan sosial berhubungan dengan keputusan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Norma subjektif adalah pengaruh sosial yang mempengaruhi perilaku seseorang. Seandainya seseorang terpengaruh oleh orang-orang di sekitarnya untuk melakukan sesuatu atau perilaku tertentu, atau jika ia percaya bahwa lingkungannya atau orang-orang di sekitarnya mendukung apa yang ia lakukan, maka seseorang akan memiliki keinginan untuk melakukannya. Norma subjektif adalah keyakinan seseorang untuk mengikuti arahan atau nasihat orang lain saat berpartisipasi dalam aktivitas tertentu. Konsumen tidak terlepas dari proses pengambilan keputusan dalam berperilaku mereka. Baik pertimbangan diri sendiri maupun pertimbangan orang lain digunakan untuk membuat keputusan. Norma subjektif adalah sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang lain terhadap perilaku yang akan dilakukannya (normative belief). Norma subjektif merupakan fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu jika satu atau lebih orang di sekitarnya (seperti saudara atau teman sejawat) menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu tersebut untuk mengikutinya (Ajzen, 2007). Oleh karena itu, teori-teori tersebut memungkinkan kita untuk sampai pada kesimpulan bahwa norma subjektif adalah tanggapan seseorang terhadap berbagai tekanan sosial

serta pengetahuan yang mereka miliki tentang bagaimana mereka harus bertindak atau tidak saat membuat keputusan. Norma subjektif dikondisikan oleh tingkat tantangan sosial yang dihadapi seseorang. Oleh karena itu, orang akan berperilaku seperti yang diinginkan oleh lingkungan mereka dan sebaliknya. Dipengaruhi oleh pengaruh dari luar, seperti pendapat orang penting atau tokoh terkenal, kepercayaan normatif membuat seorang individu terpengaruh untuk melakukan sebuah perilaku tertentu, sedangkan motivasi membuat seorang individu terpengaruh untuk melakukan sebuah perilaku tertentu berdasarkan kemampuan mereka untuk menerima saran dari orang lain atau lingkungannya.

Menurut Ajzen, dua hal mendasari sikap terhadap perilaku: (1) adanya keyakinan perilaku, atau keyakinan maupun kepercayaan seseorang terhadap kinerja yang diperoleh dari perilaku tersebut; dan (2) hasil evaluasi, atau hasil pengukuran, terhadap kinerja atas perilaku tersebut, baik hasilnya menguntungkan maupun merugikan. Norma subjektif diasumsikan sebagai fungsi dari keyakinan bahwa orang tertentu setuju atau tidak setuju untuk melakukan suatu perilaku. Kepercayaan yang termasuk dalam norma subjektif (*normative belief*). Seorang individu akan berniat menampilkan suatu perilaku tertentu, jika merasa bahwa orang lain itu penting berpikir dia seharusnya melakukan itu. Adapun komponen Norma Subjektif :

- a. *Normative beliefs* (keyakinan normatif) adalah pandangan seseorang tentang apa yang diharapkan dari orang-orang penting dalam hidupnya. Komponen ini termasuk, Identifikasi siapa saja yang dianggap sebagai "orang lain", seperti orang tua, pasangan, teman dekat, atasan, tokoh masyarakat, dan pendapat tentang apakah orang-orang tersebut setuju atau tidak setuju dengan tindakan tertentu. Keyakinan tentang harapan orang-orang penting (*significant others*) seperti keluarga, teman, rekan kerja, atau atasan.
- b. *Motivation to comply* (motivasi untuk mematuhi) motivasi untuk mematuhi harapan tersebut. Ini menilai kekuatan keinginan seseorang untuk memenuhi harapan orang-orang penting tersebut. Faktor-faktor yang memengaruhi, tingkat hubungan emosional dengan kelompok referensi, rasa hormat dan kepercayaan terhadap pendapat mereka, dan konsekuensi yang dirasakan jika tidak memenuhi harapan.

Indikator Norma Subjektif Fishbein dan Ajzen (1991) mendefinisikan norma subjektif sebagai persepsi individu tentang apakah orang penting bagi individu berpikir perilaku harus dilakukan. Kontribusi pendapat dari setiap rujukan yang diberikan dibobot dengan motivasi

bahwa seorang individu harus mematuhi keinginan rujukan itu. Terdapat 2 indikator Norma subjektif menurut Sumarwan (2011) sebagai berikut:

- a. Normative belief atau keyakinan normatif adalah keyakinan terhadap orang lain (kelompok acuan atau referensi) bahwa mereka percaya bahwa subjek seharusnya atau tidak berperilaku tertentu atau keyakinan normatif tentang harapan orang lain (kelompok acuan) terhadap dirinya tentang apa yang seharusnya dilakukan.
- b. Motivation to Comply (motivasi mematuhi) adalah motivasi yang sesuai dengan keyakinan normatif atau orang yang menjadi kelompok acuan.

3. Asumsi Kontrol Perilaku (perceived behavior control)

Kontrol perilaku adalah untuk memprediksi niat atau tujuan konsumen dalam berperilaku, Theory Planned Behavior dilengkapi dengan kontrol perilaku. Kontrol perilaku dapat didefinisikan sebagai persepsi individu tentang seberapa mudah atau sulit untuk melakukan suatu perilaku tertentu yang mengacu pada keyakinan yang dimiliki individu tentang melakukan suatu perilaku tertentu. Kontrol perilaku juga dapat didefinisikan sebagai pemahaman tentang seberapa sederhana atau kompleksnya melakukan suatu perilaku berdasarkan pengalaman terdahulu dan kendala. Kontrol dan jenis perilaku konsumen akan berbeda-beda tergantung pada situasi yang mereka hadapi.

Kontrol perilaku dapat didefinisikan sebagai pemahaman tentang sederhana atau kompleksnya melakukan suatu perilaku berdasarkan pengalaman sebelumnya dan kendala yang dapat diatasi dalam melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku dapat dipahami sebagai pandangan individu mengenai tingkat kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan tertentu, yang berkaitan dengan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mewujudkan perilaku tersebut.

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, persepsi individu mengenai ketersediaan sumber daya seperti, sarana pendukung, kesesuaian, dan kondisi yang dimiliki sangat dipengaruhi oleh tingkat kontrol perilaku yang dirasakannya. Kontrol perilaku sendiri diartikan sebagai pandangan seseorang terhadap adanya hambatan atau kemudahan yang dapat memengaruhi kemampuannya dalam melakukan suatu tindakan tertentu.

Ketika seseorang memiliki kontrol penuh atas perilakunya dan tidak ada halangan yang menghalanginya, disebut asumsi kontrol perilaku. Karena tidak ada peluang, sumber daya, atau keterampilan untuk mengontrol suatu perilaku, mungkin tidak ada kemungkinan untuk mengendalikannya. Sejauh mana seseorang merasa dia mengendalikan suatu perilaku atau tidak, disebut kontrol perilaku persepsi. Orang biasanya tidak memiliki niat yang kuat untuk berperilaku tertentu

sebaliknya, mereka memiliki kesempatan untuk berperilaku dengan positif dan percaya bahwa orang lain yang penting baginya akan setuju. Ketika ada keselarasan antara persepsi seseorang tentang kontrol aktual atas suatu perilaku dan kontrol atas suatu perilaku, garis langsung kontrol perilaku yang dirasakan akan muncul.

a. Faktor Kontrol Perilaku

Terdapat dua faktor untuk menentukan persepsi kontrol perilaku yaitu control belief dan perceived power menurut (Wikamorys, Diah Anggraini., Rochmach, 2017), sebagai berikut :

- 1) Control Belief, adalah keyakinan seseorang tentang apakah ada atau tidak adanya faktor pendukung atau penghambat yang dapat menyebabkan perilaku tertentu. Kepercayaan ini dapat diperoleh dari informasi yang dimiliki seseorang tentang perilaku tersebut, seperti pengetahuan mereka tentang diri mereka sendiri dan orang lain yang mereka kenal. Kepercayaan ini juga dapat diperoleh dari berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan atau menurunkan perasaan seseorang tentang tingkat kesulitan mereka.
- 2) Perceived power, atau kekuatan persepsi yang mengacu pada persepsi seseorang tentang kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tertentu dengan mempertimbangkan kesulitan, resiko, dan tantangan yang terkait. Salah satu faktor yang memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan
- 3) (perceived behavioral control) adalah persepsi kekuatan. Jika seseorang memiliki keyakinan kuat (control belief) bahwa faktor-faktor yang ada akan memfasilitasi perilaku, maka mereka akan merasa memiliki persepsi kekuatan yang tinggi untuk mengendalikan perilaku tersebut. Sebaliknya, jika seseorang memiliki keyakinan kuat bahwa adanya hambatan yang besar, maka persepsi kekuatan mereka akan rendah, sehingga kemungkinan perilaku tersebut muncul lebih mungkin (Hikmah and Sunargo 2022).

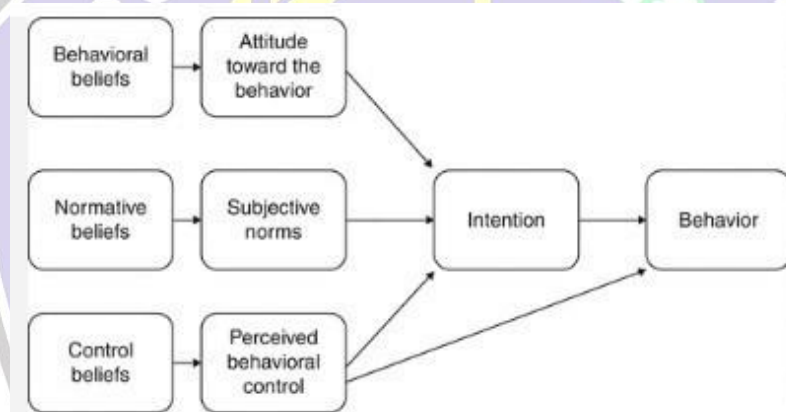
b. Indikator Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku mengacu pada keyakinan yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu perilaku yang mereka sukai (Ajzen, 1991). Menurut Ajzen (1991) indikator kontrol perilaku yaitu:

- 1) Kontrol Keyakinan, adalah keyakinan seseorang tentang sumber daya, kendala, kesempatan, atau hambatan yang

dirasakan seseorang. Kontrol keyakinan adalah pengakuan konsumen adanya sumber daya yang dapat menghambat ataupun memudahkan konsumen untuk melakukan suatu perilaku.

- 2) Kontrol Kepercayaan, adalah merupakan persepsi seseorang tentang kekuatan atau kontrol yang mereka miliki untuk mengatasi hambatan atau memanfaatkan faktor pendukung dalam melakukan perilaku tersebut. Ini mencakup penilaian kesulitan, risiko, dan tantangan yang terkait dengan perilaku yang akan dilakukan. Evaluasi konsumen atas faktor faktor yang memudahkan atau menghambat perilaku mereka. Kekuatan kepercayaan sebagai evaluasi bagi konsumen atas hasil yang didapatkan melalui hambatan dan kemudahan yang dirasakan konsumen (Dirmanto 2020).



Gambar 1. 1Theory of planned behavior

Sumber : Ajzen (1991)

1.8 DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah penjelasan spesifik tentang bagaimana suatu konsep atau variabel diukur atau dipahami dalam konteks penelitian. Definisi operasional juga berfungsi sebagai pedoman yang jelas dan terukur untuk mencegah kesalahpahaman dan bias dalam penelitian dan memastikan bahwa variabel yang diteliti dapat diukur secara konsisten dan objektif. Adapun definisi operasional yang digunakan dalam penelitian dalam “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun” adalah :

1. Attitude towards behavior atau sikap terhadap perilaku

Indikator Attitude towards behavior atau sikap terhadap perilaku. Dalam penelitian " Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun ", sikap terhadap perilaku mengacu pada bagaimana sikap atau persepsi wisatawan terhadap elemen wisata (seperti daya tarik wisata dan aksesibilitas) memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung. Sikap terhadap perilaku pengunjung memiliki pengaruh besar dan dominan terhadap minat atau keputusan pengunjung. Persepsi wisatawan terhadap lokasi tersebut mencerminkan persepsi positif atau negatif mereka, yang kemudian memengaruhi niat dan keputusan mereka untuk berkunjung.

Adapun indikator Sikap Menurut Ahmadi (2007) mengungkapkan ada tiga indikator Sikap, yaitu:

- a. Cognitive, dalam aspek ini jika diterapkan dalam penelitian Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun menekankan pada pengetahuan, persepsi, dan pemahaman wisatawan terhadap daya tarik wisata dan aksesibilitas yang tersedia di destinasi tersebut. Aspek ini mencakup bagaimana wisatawan mengolah informasi yang mereka terima tentang objek wisata, fasilitas, kemudahan akses, dan faktor pendukung lain yang memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung. Citra kognitif ini berperan penting dalam membentuk keputusan berkunjung karena wisatawan akan mempertimbangkan informasi yang mereka ketahui dan nilai yang mereka berikan terhadap daya tarik dan aksesibilitas destinasi sebelum mengambil keputusan kunjungan (Rahma and Santoso 2023).
- b. Affective, Dalam penelitian Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun, aspek emosional, perasaan, dan penilaian subjektif wisatawan terhadap destinasi wisata difokuskan pada bagaimana perasaan senang, nyaman, menarik, atau menyenangkan yang dirasakan wisatawan terhadap daya tarik wisata dan kemudahan akses memengaruhi keputusannya (Sholihah and Ahmad 2022).
- c. Conative, jika digunakan dalam penelitian dalam Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun. Menekankan pada tindakan atau niat wisatawan yang muncul setelah mereka memiliki pengetahuan

(kognitif) dan perasaan (afektif) terhadap destinasi wisata tersebut. Dengan kata lain, aspek konatif berkaitan dengan kesiapan dan keputusan wisatawan untuk melakukan suatu tindakan, seperti niat berkunjung, kunjungan ulang, atau rekomendasi kepada orang lain (Carrie and Hariyanto 2021).

2. Norma subjektif (subjective norm)

Norma subjektif (subjective norm) dalam penelitian “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun” merujuk pada tekanan sosial yang dirasakan wisatawan dari lingkungan mereka, seperti keluarga, teman, atau kelompok sosial lainnya, memengaruhi niat dan keputusan mereka untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Menurut teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior), norma subjektif adalah persepsi individu tentang apakah orang-orang penting di sekitarnya mengharapkan atau mendukung perilaku tertentu, dalam hal ini berkunjung ke Taman Wisata Umbul Square. Norma ini menjadi faktor yang mendorong atau menghambat niat wisatawan untuk berkunjung berdasarkan ekspektasi sosial yang mereka rasakan (Wahyuni and Yusuf 2022).

Indikator Norma Subjektif Fishbein dan Ajzen (1991) mendefinisikan norma subjektif sebagai persepsi individu tentang apakah orang penting bagi individu berpikir perilaku harus dilakukan. Kontribusi pendapat dari setiap rujukan yang diberikan dibobot dengan motivasi bahwa seorang individu harus mematuhi keinginan rujukan itu. Terdapat 2 indikator Norma subjektif menurut Sumarwan (2011) sebagai berikut:

- a. Normative belief atau keyakinan normatif dalam penelitian “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun” adalah keyakinan atau persepsi wisatawan mengenai apa yang diharapkan atau disetujui oleh orang-orang penting di sekitarnya (seperti keluarga, teman, atau kelompok sosial) terkait dengan perilaku berkunjung ke destinasi tersebut berkunjung.
- b. Motivation to Comply (motivasi mematuhi) dalam penelitian “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun” adalah tingkat keinginan atau kesediaan wisatawan untuk mengikuti atau memenuhi harapan, tekanan, atau norma sosial yang dirasakan dari orang-orang penting di sekitarnya (keluarga, teman, kelompok sosial) terkait dengan keputusan mereka untuk berkunjung ke destinasi tersebut.

3. Kontrol Perilaku (perceived behavior control)

Kontrol perilaku adalah untuk memprediksi niat atau tujuan konsumen dalam berperilaku, Theory Planned Behavior dilengkapi dengan kontrol perilaku. Kontrol perilaku dapat didefinisikan sebagai persepsi individu tentang seberapa mudah atau sulit untuk melakukan suatu perilaku tertentu yang mengacu pada keyakinan yang dimiliki individu tentang melakukan suatu perilaku tertentu. Kontrol perilaku juga dapat didefinisikan sebagai pemahaman tentang seberapa sederhana atau kompleksnya melakukan suatu perilaku berdasarkan pengalaman terdahulu dan kendala. Kontrol dan jenis perilaku konsumen akan berbeda-beda tergantung pada situasi yang mereka hadapi.

Berdasarkan pemaparan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa kontrol perilaku adalah persepsi seseorang atau individu terhadap sesuatu yang melibatkan faktor-faktor tertentu apakah terdapat kesulitan atau kemudahan dalam tindakan atau perilaku tersebut.

a. Indikator Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku mengacu pada keyakinan yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu perilaku yang mereka sukai (Ajzen, 1991). Menurut Ajzen (1991) indikator kontrol perilaku yaitu:

- 1) Kontrol Keyakinan, Penelitian “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun” menemukan bahwa kontrol keyakinan, juga dikenal sebagai "kontrol keyakinan", adalah komponen penting dari Theory of Planned Behavior (TPB). Keyakinan individu terhadap hal-hal yang memudahkan atau menghambat mereka untuk melakukan suatu tindakan, seperti membuat keputusan untuk berkunjung ke taman wisata.
- 2) Kontrol Kepercayaan, dalam penelitian berjudul “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun”, kontrol kepercayaan dipahami sebagai konsep perceived behavioral control (PBC) dalam Theory of Planned Behavior (TPB). Konsep ini menggambarkan bagaimana wisatawan menilai Tingkat kemudahan atau kesulitan dalam mengunjungi taman wisata tersebut, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain letak lokasi, besaran biaya, ketersediaan

waktu, serta fasilitas pendukung yang tersedia. Ini dikenal sebagai kontrol keyakinan (Dirmanto 2020).

1.9 METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara atau prosedur ilmiah yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data guna memecahkan permasalahan peneliti. Secara umum, metode penelitian mengacu pada langkah-langkah sistematis yang digunakan peneliti dalam memperoleh data dan informasi yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian. Metode penelitian mencakup jenis penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan. Penelitian sendiri merupakan suatu upaya untuk memperoleh pengetahuan berdasarkan fakta atau bukti empiris melalui proses ilmiah yang bersifat sistematis, logis, dan terkontrol (Subagio 2021).

1. Pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan proses yang ditekankan dengan landasan teori yang digunakan sebagai bukti sehingga fokus penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Umumnya penelitian kualitatif memperoleh data utama dari hasil wawancara serta observasi sehingga mendapatkan hasil yang mendalam.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wisata Madiun Umbul Square yang berada di Desa Glonggong, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun. Alasan memilih lokasi ini yaitu untuk mengidentifikasi “Analisa Daya Tarik dan Aksesibilitas Wisata Tentang Alasan Kunjungan di Taman Wisata Umbul Square Kabupaten Madiun”.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian biasanya dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Informan adalah orang-orang yang dianggap memiliki informasi penting dan relevan terkait objek penelitian, yaitu daya tarik wisata, aksesibilitas, dan keputusan berkunjung di taman wisata tersebut.

- a. Tim pengelola wisata Madiun Umbul Square
- b. Masyarakat sekitar lokasi wisata Madiun Umbul Square
- c. Pedagang / pemilik lapak di wisata Madiun Umbul Square
- d. Pengunjung wisata Madiun Umbul Square

4. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang didapat langsung melalui hasil wawancara kepada informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang didapat dari hasil dokumen – dokumen yang dapat dipublikasikan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah hal yang paling terpenting dalam proses penulisan hasil penelitian, karenanya dalam pengumpulan data harus menggunakan teknik yang telah disediakan dalam penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

a. Teknik Observasi

Observasi adalah aktivitas pengamatan terhadap suatu proses atau objek dengan tujuan untuk merasakan dan kemudian memahami fenomena untuk mendapatkan informasi, informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan penelitian. Tiga tahap observasi dilakukan oleh penulis. Pertama, mereka melakukan observasi deskriptif saat memasuki situasi sosial tertentu yang menjadi subjek penelitian. Kedua, mereka melakukan observasi terfokus, di mana mereka mempersempit fokus mereka pada aspek tertentu yang terkait dengan variabel penelitian. Ketiga, mereka melakukan observasi terseleksi, di mana mereka menguraikan fokus yang diteliti. Dengan melakukan observasi ini peneliti dapat memperoleh sebuah data.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang yang dilakukan untuk bertukar informasi dan disertai dengan tanya jawab yang diberikan kepada narasumber atau individu yang dapat memberikan informasi. Ada tiga jenis wawancara yang berbeda. Yang pertama adalah wawancara terstruktur, yang berarti peneliti sudah tahu apa yang akan mereka bicarakan. Yang kedua adalah wawancara semi terstruktur.

Peneliti menggunakan metode wawancara bebas terarah yaitu dengan tanya jawab untuk mendapatkan jawaban yang relevan. Hal ini dilakukan dengan adanya pertanyaan yang diajukan tidak keluar jalur penelitian dan sistematis, sehingga mudah dipahami oleh informan.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang terakhir adalah dokumen yang mana peneliti mengambil sumber penelitian atau objek dari dokumen atau catatan dari peristiwa yang sudah berlalu, baik dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Bisa juga diambil dari catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan lain

sebagainya. Peneliti mengambil foto untuk menyimpan dokumen yang berisikan proses penelitian.

6. Keabsahan data

Keabsahan data (validitas) adalah tingkat ketepatan dan kesesuaian data yang dikumpulkan dalam penelitian dengan kondisi atau fenomena lapangan yang sebenarnya. Ini mengacu pada seberapa dapat dipercaya, akurat, dan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Keabsahan data adalah standar kebenaran hasil penelitian yang lebih menekankan pada data dan informasi daripada sikap dan jumlah orang. Menurut versi penelitian kualitatif, keabsahan data adalah perpaduan dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas). Ini disesuaikan dengan kebutuhan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya sendiri. Teknik pemeriksaan diperlukan untuk memastikan keabsahan data, dan penerapan teknik pemeriksaan didasarkan pada beberapa standar. Data yang digunakan dalam penelitian kualitatif harus diuji sesuai dengan empat kriteria keabsahan: derajat kepercayaan (credibility), keteralihan (transferability), kebergantungan (dependability), dan kepastian (confrimability) (Husnullail. M et al. 2024).

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat melakukan penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Peneliti kualitatif perlu memahami secara mendalam konsep metodologis dari teknik triangulasi. Penerapan teknik ini bertujuan untuk memperkuat landasan teori, ketepatan metode, serta ketajaman interpretasi dalam penelitian kualitatif (Wardatun and Khadavi 2025).

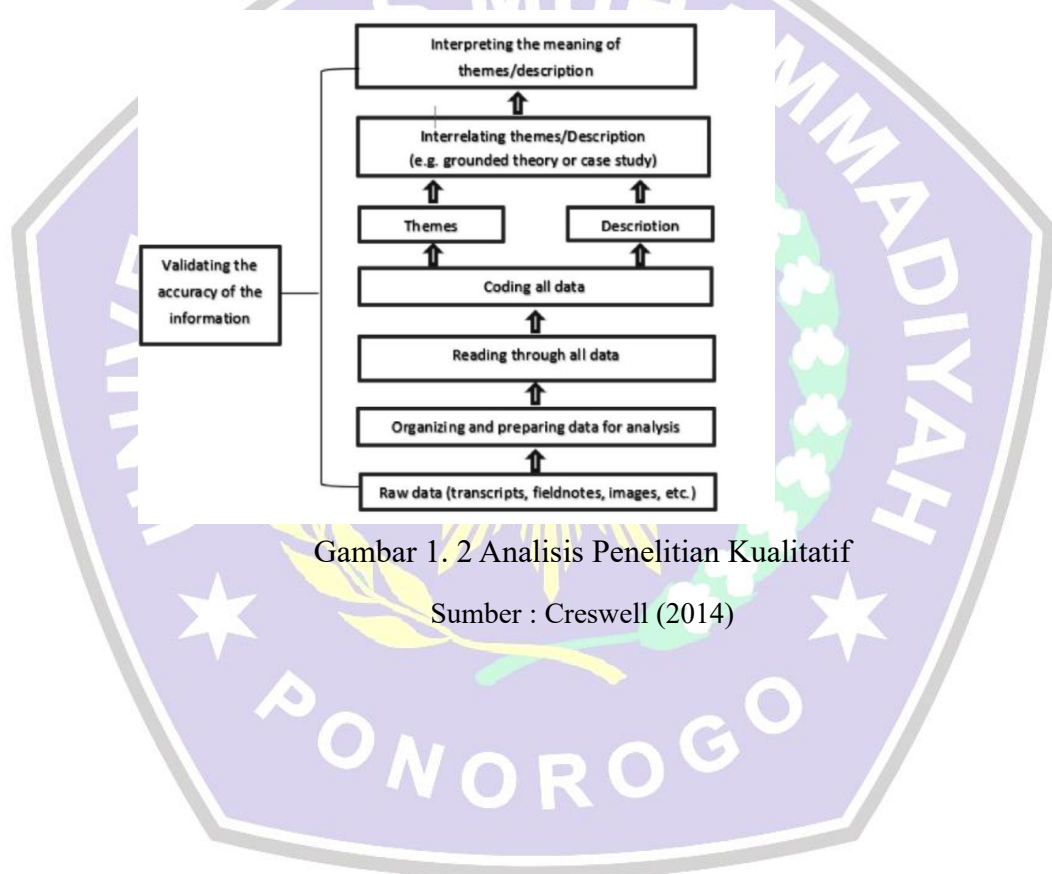
Triangulasi metode merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan lebih dari satu cara dalam pengumpulan dan analisis data, seperti observasi, survei, dan wawancara, dengan tujuan memperkuat validitas temuan serta memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap fenomena yang dikaji. Tujuan triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, dan interpretatif dari penelitian kualitatif.

7. Teknik Analisis Data

Proses lanjutan setelah berhasil mengumpulkan data di lapangan ialah mengolah data dari hasil penelitian yang dikenal dengan analisis data. Analisis data kualitatif adalah proses melewati data, mengorganisasikannya, memilahkannya menjadi bagian yang dapat dikontrol, menyintesis, mencari dan menemukan pola, dan

menentukan apa yang dapat dijelaskan kepada pembaca (Purnasari 2021).

Sugiyono (2017: 335) menggambarkan analisis data sebagai proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan mencari dan menyusun data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, menentukan mana yang penting dan yang harus dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh individu dan orang lain. Menurut Miles dan Huberman, analisis data adalah proses menyusun data sehingga dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti membaginya menjadi kategori, pola, atau tema.



Gambar 1. 2 Analisis Penelitian Kualitatif

Sumber : Creswell (2014)