



**PENGARUH PROMOSI, PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP  
MINAT BERKUNJUNG DI DESA WISATA PULESARI KECAMATAN  
TURI KABUPATEN SLEMAN**

Tri Nur Rohmah

Politeknik Api Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

**Abstrak**

*Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung Di Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi dan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 84 responden. Metode yang digunakan kuantitatif dengan menguji hipotesis digunakan alat uji statistik serta angka-angka dengan pengolahan data statistik. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa : Promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari, Pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari, Fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari, Promosi, Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara bersama – sama terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari, dimana variabel fasilitas yang dominan*

## PENDAHULUAN

Indonesia kaya akan potensi wisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara, maka usaha pariwisata terus dikembangkan karena mendorong adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan pada berbagai lapisan masyarakat. Segala bentuk tindakan usaha kepariwisataan dilakukan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan yang berbed pada masing-masing daerah. Pariwisata merupakan sektor industry terbesar yang menghasilkan devisa bagi Negara dari sektor non-migas. Dalam membangun kawasan wisata yang dapat menjadi daya tarik wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri, perlu didukung dari pengembangan destinasi wisata yang profesional, konsep yang jelas, pelayanan, dan jasa dari wisata tersebut yang handal serta pemasaran yang terus aktif dan inovatif (Pitana dan Gaytri, 2005).

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu tujuan pariwisata dan dikenal sebagai destinasi wisata yang identik dengan wisata budaya. Hal ini dikuatkan dengan Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta No.1 Tahun 2012 menyebutkan "Kepariwisataan DIY memiliki visi sebagai destinasi pariwisata berbasis budaya, terkemuka di Asia Tenggara, berkelas dunia, berdayasaing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah untuk kesejahteraan masyarakat". Selain budaya, keanekaragaman alam di Yogyakarta turut memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata. Peningkatan kualitas dan pembenahan obyek dan destinasi wisata terus dilakukan demi meningkatkan industry pariwisata di Indonesia sehingga wisatawan mancanegara dan local terus berdatangan.

Selain wisata budaya, di Yogyakarta kini mulai bermunculan Desa Wisata sebagai upaya peningkatan di bidang pariwisata. Desa Wisata terbentuk karena inisiasi masyarakat dan dorongan pemerintah untuk mewujudkan desa yang mandiri. Nantinya, Desa Wisata diharapkan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat pedesaan dengan memaksimalkan potensi desa. Pengembangan Desa Wisata dengan prinsip pemberdayaan masyarakat mampu menggerakkan perekonomian masyarakat dan potensi desa serta meningkatkan dinamika kehidupan masyarakat desa dalam memasuki persaingan global (Disbudpar, 2015). Untuk mewujudkan hal tersebut dibutuhkan salah satu cara untuk membuat desa wisata pulesari menjadi desa wisata yang maju dan berkembang adalah dengan memperbaiki promosi yang ada.

Alma (2010) menyatakan promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon wisatawan mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon wisatawan. Promosi tempat wisata yang dirancang dengan baik akan memberikan tambahan penerimaan asli daerah, dan mendorong proses multiplier perkembangan ekonomi lokalitas di sekitar daerah tujuan wisata. Jadi dengan demikian adanya promosi yang lengkap mengenai daerah tujuan wisata tersebut merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan. Fenomena yang terjadi terkait dengan masalah promosi tersebut adalah, peneliti menemukan keluhan dari pengunjung yang datang pada saat itu mengenai ketidakcocokan antara informasi yang ditampilkan dengan apa yang ada dilapangan sangat berbeda, kemudian hospitality pengelola yang

dirasakan sangat kurang baik terhadap pengunjung yang datang, adanya keluhan juga mengenai tidak adanya atribut yang khas yang bisa dibawa pulang oleh pengunjung yang datang ke desa wisata pulesari tersebut. Tidak hanya itu, terdapat juga keluhan mengenai sumber daya pengelola yang belum mampu membuat promosi desa wisata pulesari menjadi semenarik mungkin di media, berita/atau informasi yang ditampilkan terkait promosi cenderung bertolak belakang dengan fakta yang ada. Oleh karena itu promosi ini harus menjadi perhatian penting bagi pengelola desa wisata pulesari apabila hendak menginginkan peningkatan minat kunjungan yang datang. Selanjutnya mengenai masalah menurunnya minat kunjungan wisatawan, tidak serta merta hanya dikarenakan faktor promosi saja, tetapi ada faktor lain yang juga menjadi pengaruh menurunnya minat kunjungan tersebut yaitu pelayanan yang dilakukan oleh pengelola desa wisata pulesari.

Pelayanan pada dasarnya adalah salah satu fasilitas penunjang suatu daerah tujuan pariwisata atau destinasi pariwisata dimana didalamnya terdapat masalah perilaku pengelola, atribut pendukung wisatawan yang berkunjung dan rasa nyaman pengunjung pada saat berada di lokasi desa wisata tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2010) mengatakan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam hal ini kaitannya dengan sikap dan perilaku pengelola pada saat memberikan sambutan serta berkomunikasi dalam memberikan informasi kepada pengunjung yang berada di lingkungan desa wisata tersebut. Fenomena yang terjadi adalah peneliti mendapatkan adanya keluhan mengenai tidak memadainya fasilitas pendukung desa wisata pulesari

seperti: kamar mandi yang layak dipakai, pakaian pengelola yang cenderung tidak baik dipandang mata dan kurangnya tempat makan disekitar desa wisata tersebut. Kemudian peneliti juga mendapatkan keluhan mengenai tidak amannya kendaraan yang digunakan pengunjung pada saat selesai mengunjungi desa wisata pulesari dikarenakan keadaan kendaraan seperti motor yang hilang,. Tidak hanya itu, ada juga keluhan mengenai sikap dan perilaku pengelola yang tidak baik kepada pengunjung pada saat berkomunikasi, serta terakhir adalah keluhan pengunjung mengenai cara berkomunikasi yang kurang kompeten terutama terhadap pengunjung yang datang dari luar negeri dengan berbahasa inggris. Oleh karena itu apa yang menjadi keluhan tersebut, hendaknya menjadi pertimbangan yang penting bagi pengelola untuk segera membenahi serta melengkapi fasilitas yang layak sesuai standar yang telah ditetapkan oleh Himpunan pramuwisata Indonesia (HPI) terkait pelayanan kepada pengunjung/wisatawan. Selanjutnya faktor yang tidak kalah pentingnya untuk mempengaruhi peningkatan minat kunjungan wisatawan adalah fasilitas.

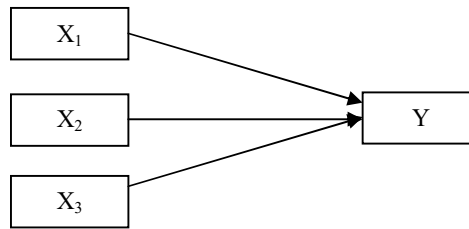
Fasilitas ini sejatinya adalah merupakan atribut pendukung kenyamanan wisatawan yang datang ke suatu daerah tujuan wisata yang bisa membuat nyaman pengunjung dan menjadi icon untuk menarik minat kunjungan wisatawan untuk berdatangan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) menyatakan bahwa fasilitas adalah bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman pelanggan. Tersedianya fasilitas yang memadai oleh pengelola desa wisata pulesari tentu akan menjadi faktor penting dalam mewujudkan kenyamanan wisatawan yang ada di desa wisata tersebut. Fasilitas ini berupa tempat

makan, ibadah, atribut wisata serta bentuk bangunan penunjang disekitar desa wisata pulesari. Tetapi berbeda dengan observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti adalah terdapat fenomena mengenai banyaknya keluhan wisatawan terkait fasilitas tersebut seperti: kurang bersihnya desa wisata pulesari, tidak adanya fasilitas P3K untuk wisatwan yang mengalami musibah pendarahan, tidak adanya pengelola yang faham megenaipenanggulangan darurat terhadap pengunjung yang megalami kecelakaan. Tidak sebatas itu saja juga, terdapat keluhan mengenai ketidak amanan kendaraan yang ditinggal/ditiipkan pengunjung pada saat mengunjungi desa wisata pulesari, dan terakhir mengenai alokasi jalan yang masih belum memadai.Oleh karena itu pengelola perlu mencemaskan masalah ini supaya ada solusi mengenai masalah yang ada, karena sangat berpengaruh terhadap menurunnya minat kunjungan wisawatan yang datang.

Rumusan masalah secara umum dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh promosi, pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari? Tujuan penelitian secara umum adalah untuk nmenjelaskan pengaruh promosi, pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif.Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan perhitungan statistic dan angka matematis untuk memperjelas dan menganalisis permasalahan (Arikunto, 2010).Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pengaruh promosi, pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman.



Gambar 1 :Desain Penelitian

**Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan objek penelitian (Kuncoro, A dan Sudarman, 2017). Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik accidental sampling yaitu individu yang kebetulan dijumpai atau yang dapat dijumpai di lokasi penelitian saja yang diteliti.

Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ukuran sampel  
N = ukuran polpulasi

e = derajat toleransi akibat kesalahan sampel maksimal 10 % (0 – 10%)

$$n = \frac{500}{1 + (500) (0,1)^2}$$

$$n = 83.333$$

Atas perhitungan diatas, dibulatkan menjadi 84, maka sampel penelitian yang diambil sebanyak 84 wisatawan yang berkunjung.

**HASIL PENELITIAN**

Promosi Terhadap Minat Berkunjung Di Desa Wisata Pulesari

Hasil uji hipotesis pertama menyatakan bahwa promosiberpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung wisatawandi desa wisata pulesari, dan diterima. Dari hasil dari olah data, ditemukan nilai koefisien beta positif sebesar 0,452dengan nilai signifikansi sebesar 0,003< 0,05. Hal ini

menunjukkan bahwa semakin baik promosi di Desa wisata pulesari, maka akan semakin meningkat juga minat berkunjung wisatawan.

Promosi merupakan media yang dimana didalamnya terdapat unsur-unsur yang bisa mengemas suatu obyek/dstinasid/desa wisata menjadi sesuatu yang menarik dan dapat dilihat oleh calon pengunjung dengan baik dan akurat sesuai fakta yang ada. menyatakan promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon wisatawan mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon wisatawan. Promosi tempat wisata yang dirancang dengan baik akan memberikan tambahan penerimaan asli daerah, dan mendorong proses multiplier perkembangan ekonomi lokalitas di sekitar daerah tujuan wisata. Jadi dengan demikian adanya promosi yang lengkap mengenai daerah tujuan wisata tersebut merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan. Alma (2010) menyatakan Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon wisatawan mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon wisatawan. Promosi tempat wisata yang dirancang dengan baik akan memberikan tambahan penerimaan asli daerah, dan mendorong proses multiplier perkembangan ekonomi lokalitas di sekitar daerah tujuan wisata. Kotler dan Keller (2010) Promosi adalah proses komunikasi suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan sekarang, dan yang akan datang serta masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa bahwa promosi pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh tempat wisata untuk dapat menarik minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Dengan adanya promosi seluruh pemberitaan dan penampilan dari suatu desa wisata pasti akan bias dilihat oleh calon pengunjung. Dibawah ini merupakan penjabaran tanggapan responden berdasarkan masing-masing dimensi pada variabel promosi. Adapun tanggapan dari masing-masing dimensi tersebut dimulai dari dimensi dengan jawaban paling tinggi sampai terendah yaitu sebagai berikut:

a. Dimensi dengan jawaban tertinggi adalah dimensi sales promotion dengan nilai rata-rata mean sebesar 3,96. Pada dimensi ini membahas harga yang dikeluarkan oleh pengunjung dengan tarif harga rombongan yang ditawarkan oleh pengelola mampu memuaskan pengunjung, kemudian diskon dari fasilitas yang ditawarkan oleh pengelola mampu memuaskan pengunjung yang datang, pemberian souvenir yang cantik di Desa Wisata juga dapat digunakan sebagai kenang-kenangan oleh pengunjung yang datang. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa sales promotion yang dimana menyangkut harga, diskon dan souvenir yang ditawarkan oleh pengelola Desa Wisata Pulesari mampu membuat perasaan pengunjung merasa puas.

b. Dimensi dengan jawaban tertinggi berikutnya adalah dimensi public relation dengan rata-rata mean sebesar 3,93. Pada dimensi ini membahas informasi tentang Desa Wisata Pulesari tersedia di internet, kemudian acara-acara kearifan local yang sering diadakan oleh Desa Wisata disetiap eventnya. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa pengunjung merasakan bahwa kebenaran informasi yang didapatkan dari Internet mampu menceritakan semua tentang Desa Wisata Pulesari serta pada saat berkunjung ke Desa Wisata, pengunjung mengikuyi event kearifan local yang diadakan oleh Desa Wisata Pulesari yang merupakan event budaya dari Desa Wisata Pulesari tersebut.

c. Dimensi dengan jawaban tertinggi selanjutnya adalah dimensi advertising dengan rata-rata mean sebesar 3,91. Pada dimensi ini membahas informasi yang didapatkan pengunjung mengenai Desa Wisata Pulesari didapatkan dari surat kabar, kemudian ketertarikan pengunjung untuk mengunjungi Desa Wisata Pulesari karena iklan yang ditawarkan di internet baik itu mengenai fasilitas ataupun lokasi dari Desa Wisata tersebut. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa pengunjung merasakan bahwa informasi yang didapatkan mengenai keberadaan, lokasi dari Desa Wisata Pulesari didapatkan dari surat kabar, internet dan media instagram.

d. Dimensi selanjutnya adalah dimensi personal selling dengan rata-rata mean sebesar 3,90. Pada dimensi ini membahas bagaimana pengelola Desa Wisata Pulesari memberikan pelayanan dengan ramah, kemudian pada saat pengunjung menanyakan informasi kepada petugas/pengelola Desa Wisata Pulesari, informasi yang didapatkan sangat jelas. Pelayanan yang diberikan oleh pengelola sangat membantu dan membuat ketertarikan pengunjung untuk menyelusuri Desa Wisata Pulesari. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa pengunjung merasakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh petugas/pengelola Desa Wisata Pulesari sangat baik, terbukti dengan kenyamanan pengunjung berkomunikasi dan menanyakan informasi kepada pengelola serta ketertarikan pengunjung untuk mengelilingi Desa Wisata Pulesari tersebut.

e. Dimensi dengan jawaban terendah sekaligus mendapatkan nilai rata-rata mean terendah adalah dimensi sales support dengan rata-rata mean sebesar 3,87. Pada dimensi ini membahas pengaruh dari brosur yang dicetak dan ditawarkan oleh pengelola Desa Wisata Pulesari mampu menarik minat pembaca untuk melihat pameran serta factor

penyebab ketertarikan pengunjung setelah membaca brosur tersebut. Tidak hanya itu, adanya baliho yang terpampang di tempat-tempat umum mampu menarik minat pengunjung untuk berdatangan. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa terdapat sebagian pengunjung yang tidak mendapatkan informasi yang akurat di iklan baliho mengenai Desa Wisata Pulesari. Pengunjung merasa, apa yang ditampilkan di baliho tidak membuat pengunjung tertarik untuk membacanya.

Dari kelima dimensi diatas, menunjukkan bahwa secara keseluruhan promosi yang ditampilkan oleh pengelola Desa Wisata Pulesari kepada pengunjung sangat memuaskan pengunjung yang membaca. Dari promosi yang ditawarkan melalui media social membuktikan bahwa adanya perasaan puas dari pengunjung yang datang ke Desa Wisata. Tidak adanya keluhan mengenai informasi yang ditawarkan Desa Wisata melalui internet, surat kabar dan baliho. Oleh karena itu promosi yang diberikan oleh petugas/pengelola Desa Wisata Pulesari sudah berjalan dengan maksimal dan mampu membuat pengunjung merasa puas. Jadi, promosi yang memadai ini sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Stela Sangkaeng, Lisbeth Mananeke, dan Sem G. Oroh (2015) Pengaruh Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara, yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken

Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Di Desa Wisata Pulesari

Hasil uji hipotesis kedua menyatakan bahwa Pelayanan Terhadap Minat berkunjung wisatawan, dan

diterima. Dari hasil dari olah data, ditemukan nilai koefisien beta positif sebesar 0,515 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan di Desa wisata pulesari, maka akan semakin meningkat juga minat berkunjung wisatawan.

Pelayanan pada dasarnya adalah salah satu fasilitas penunjang suatu daerah tujuan wisata yang dimana didalamnya terdapat masalah perilaku pengelola, atribut pendukung wisatawan yang berkunjung dan rasa nyaman pengunjung pada saat berada dilokasi desa wisata tersebut. Menurut Tjiptono (2012) mengatakan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam hal ini kaitannya dengan sikap dan perilaku pengelola pada saat memberikan sambutan serta berkomunikasi dalam memberikan informasi kepada pengunjung yang berada di lingkungan desa wisata tersebut. Oleh karena itu pelayanan ini sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Di bawah ini merupakan penjabaran tanggapan responden berdasarkan masing-masing dimensi pada variabel pelayanan. Adapun tanggapan dari masing-masing dimensi tersebut dimulai dari dimensi dengan jawaban paling tinggi sampai terendah yaitu sebagai berikut:

a. Dimensi dengan jawaban tertinggi adalah dimensi empati dengan nilai rata-rata mean sebesar 3,96. Pada dimensi ini membahas bagaimana pengelola Desa Wisata Pulesari mampu menyediakan permintaan khusus tamu, kemudian keahlian pengelola dalam merancang acara/kegiatan, pengelola yang komunikatif terhadap pengunjung dan terakhir adalah kompetensi pengelola yang sangat memahami produk-produk yang dimiliki Desa Wisata Pulesari. Dari

pembahasan ini membuktikan bahwa pada saat pengunjung mengunjungi Desa Wisata Pulesari, pengelola dengan baik menyediakan permintaan terkait fasilitas pendukung dan produk wisata. Kemudian pengunjung melihat pada saat ada event di Desa Wisata Pulesari pengelola melakukannya dengan sangat ahli, komunikasi yang dilakukan oleh pengelola juga sangat kondusif dan mampu memahami tentang produk-produk yang dimiliki oleh Desa Wisata Pulesari.

b. Dimensi dengan jawaban tertinggi berikutnya adalah dimensi daya tangkap dengan nilai rata-rata mean sebesar 3,93. Pada dimensi ini membahas pihak staff penjualan sangat tanggap terhadap pertanyaan yang diajukan oleh pengunjung, semua pihak yang menjadi pengelola cekatan dalam memberikan pelayanan, kemudian pada saat pengunjung datang ke Desa Wisata Pulesari, disediakan minuman welcome drink oleh pengelola dan terakhir adalah tata cara penyambutan yang dilakukan oleh pengelola kepada pengunjung. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa penunjang merasakan adanya ketanggapan dalam mencerna setiap pertanyaan yang diajukan pengunjung kepada pengelola, kemudian pelayanan yang diberikan oleh pengelola dirasakan sangat baik oleh pengunjung, pengunjung merasa dihargai dan dihormati dengan suguhan welcome drink yang diberikan oleh pengelola Desa Wisata dan terakhir adalah cara sambutan yang dilakukan oleh pengelola kepada pengunjung yang datang ke Desa Wisata Pulesari.

c. Dimensi selanjutnya adalah dimensi bukti langsung dengan rata-rata mean sebesar 3,91. Pada dimensi ini membahas tentang lokasi kantor pengelola mudah ditemukan oleh pengunjung, kemudian fasilitas pendukung yang disediakan oleh pengelola Desa Wisata Pulesari sangat baik dan terus dibenahi apabila mengalami kerusakan. Dan

terakhir penampilan staff pengelola yang terlihat profesional. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa letak kantor pengelola Desa Wisata dapat dijangkau dengan mudah oleh pengunjung, pengunjung merasakan kepuasan dengan adanya fasilitas yang disediakan oleh pengelola Desa Wisata dan penampilan yang diperlihatkan pengelola dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung sangat profesional.

d. Dimensi selanjutnya adalah dimensi jaminan dengan rata-rata mean sebesar 3,90. Pada dimensi ini membahas tentang adanya jaminan asuransi jiwa yang disediakan oleh pengelola kepada pengunjung yang datang, kemudian bagaimana keamanan yang dibuat oleh pengelola Desa Wisata kepada pengunjung yang datang, pengelola yang berada di Desa Wisata Pulesari dibekali dengan standar-standar pelayanan yang ingin dibangun dan terakhir adalah kesopanan dan kesantunan dari pengelola Desa Wisata kepada pengunjung. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa adanya perasaan tenang sebagian pengunjung yang datang dengan adanya jaminan keselamatan/jiwa yang disediakan oleh pengelola Desa Wisata Pulesari, perasaan aman pengunjung pada saat berada di setiap sudut Desa Wisata Pulesari dan terakhir adalah sopan santun dan standar pelayanan yang dilakukann oleh pengelola membuat pengunjung merasa puas setelah mengunjungi Desa Wisata Pulesari.

e. Dimensi dengan jawaban terendah adalah dimensi keandalan dengan rata-rata mean sebesar 3,87. Pada dimensi ini membahas tentang bagaimana setiap pengunjung diberikan identitas nomer seri pada setiap karcisnya, kemudian nama setiap pengunjung yang datang ke Desa Wisata Pulesari dicatat ke dalam pembukuan dengan rapi, setiap kegiatan yang diadakan oleh Desa Wisata Pulesari tersusun dan terlaksana dengan baik dan

terprosedur dan terakhir adalah pelayanan yang diberikan oleh pengelola sangat memuaskan. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa identitas yang diberikan kepada pengunjung yang datang ke Desa Wisata Pulesari tercatat dengan rapi, perasaan senang pengunjung dari amannya identitas yang diberikan sangat dicatat dengan rapi oleh pengelola Desa Wisata. Kemudian pengunjung juga merasa terkesan dengan pelayanan yang diberikan petugas dan terakhir adalah adanya kepuasan pengunjung atas pelayanan yang diberikan oleh pengelola pada saat mengunjungi Desa Wisata Pulesari.

Dari kelima dimensi diatas, menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola Desa Wisata Pulesari kepada pengunjung sangat memuaskan. Pengelola terlihat sangat kompeten dibidangnya. Ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang baik, mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Hasil penelitian ini sama dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Stevianus (2014) dengan judul Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta, dan hasil penelitiannya menyatakan bahwa Variabel atraksi wisata yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan Angka Adjusted R square sebesar 0,20 menunjukkan 20% variabel kepuasan pengunjung dapat dijelaskan melalui ketiga variabel independen dalam persamaan regresi

Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Desa Wisata Pulesari

Hasil uji hipotesis ketiga menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di desa wisata pulesari, dan diterima. Dari hasil dari olah data, ditemukan nilai koefisien beta positif sebesar 0,522 dengan nilai

signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas di Desa wisata pulesari, maka akan semakin meningkat juga minat berkunjung wisatawan.

Fasilitas merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dalam mengoptimalkan pengembangan daya tarik wisata. Fasilitas ini sejatinya adalah merupakan atribut pendukung kenyamanan wisatawan yang datang ke suatu daerah tujuan wisata yang bisa membuat nyaman pengunjung dan menjadi icon untuk menarik minat kunjungan wisatawan untuk berdatangan. Tersedianya fasilitas yang memadai oleh pengelola desa wisata pulesari tentu akan menjadi faktor penting dalam mewujudkan kenyamanan wisatawan yang ada di desa wisata tersebut. Fasilitas ini berupa tempat makan yang dikatakan masuk dalam kategori higienis, tersedia toilet umum yang memadai dan terjaga kebersihannya, tersedia penitipan barang tamu, tempat parkir yang banyak menampung banyak kendaraan, tempat ibadah yang mudah dijangkau dari seluruh penjuru lokasi, tersedia pemandu dengan kemampuan bahasa asing yang mumpuni bagi wisatawan asing, setiap peralatan penunjang operasional terjaga kebersihannya, seluruh fasilitas yang dibangun telah diperhitungkan masa pakainya, atribut wisata serta bentuk bangunan penunjang disekitar desa wisata pulesari. Oleh karena itu fasilitas sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Dibawah ini merupakan penjabaran tanggapan responden berdasarkan masing-masing dimensi pada variabel fasilitas. Adapun tanggapan dari masing-masing dimensi tersebut dimulai dari dimensi dengan jawaban paling tinggi sampai terendah yaitu sebagai berikut:

a. Dimensi dengan jawaban tertinggi adalah dimensi empati dengan nilai rata-rata mean sebesar 3,97. Pada

dimensi ini membahas setiap fasilitas yang disediakan oleh Desa Wisata Pulesari layak digunakan oleh pengunjung, kemudian fasilitas yang disediakan tersebut berfungsi dengan baik, adanya tempat penukaran uang disekitar areal Deas Wisata Pulesari dan terakhir ketersediannya pemandu wisata di Desa Wisata. Dari pembahasan tersebut membuktikan bahwa kepuasan pengunjung yang datang dirasakan karena fasilitas yang tersedia di Desa Wisata Pulesari disediakan dengan baik serta mampu berfungsi dengan baik. Kemudian pengunjung juga merasa terbantuan dengan adanya tempat penukaran uang asing dan pemandu wisata yang ada di sekitar Desa Wisata Pulesari.

b. Dimensi dengan jawaban tertinggi berikutnya adalah dimensi bentuk dan macam fasilitas dengan rata-rata mean sebesar 3,96. Pada dimensi ini membahas tentang setiap lokasi memiliki papan nama yang merujuk pada lokasi tersebut, kemudian peraturan yang harus diikuti selama mengunjungi Desa Wisata Pulesari ditulis dengan rapi di papan tulis yang telah disediakan dan terakhir adalah himbuan larangan turut tersedia di tempat-tempat yang terlihat oleh pengunjung. Dari pemahasan tersebut membuktikan bahwa pengunjung merasa terbantuan dengan adanya fasilitas papan tulis yang tersebar di titik-titik lokasi yang mudah dilihat oleh pengunjung yang datang ke Desa Wisata Pulesari. Dan perasaan pengunjung yang taat terhadap himbuan mengenai aturan yang dipatuhi selama berkunjung ke Desa Wisata Pulesari.

c. Dimensi selanjutnya adalah dimensi kemudahan fasilitas dengan rata-rata mean sebesar 3,95. Pada dimensi ini membahas tentang bagaimana toilet umum yang tersedia di banyak sudut lokasi Desa Wisata, kemudian tempat ibadah yang tersedia, lahan parker bagi kendaraan pengunjung serta mesin pembayaran elektronik bagi pengunjung yang tidak

membawa uang cash dalam melakukan pembayaran. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa pengunjung merasa terbantu dan nyaman dengan kemudahan fasilitas toilet dan tempat ibadah yang disediakan oleh Desa Wisata Pulesari. Kemudian luasnya lahan parkir yang ada membuat pengunjung tidak merasa khawatir dengan kendaraan yang dibawa serta kemudahan yang dirasakan oleh pengunjung pada saat melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak karena disediakan pembayaran dengan metode elektronik.

d. Dimensi dengan jawaban tertinggi berikutnya adalah dimensi keamanan fasilitas dengan rata-rata mean sebesar 3,93. Pada dimensi ini membahas tentang fasilitas yang tersedia di Desa Wisata Pulesari aman untuk digunakan pengunjung, kemudian adanya tempat penitipan barang bagi pengunjung, fasilitas yang disediakan oleh pengelola sudah diperhitungkan masa pakainya sehingga pada saat sudah melampaui jangka waktu pemakaian, dengan cepat mengganti fasilitas tersebut dengan fasilitas yang baru. Dari pembahasan ini membuktikan bahwa pengunjung merasa nyaman dan aman dalam menggunakan fasilitas yang disediakan oleh Desa Wisata Pulesari karena telah dijamin keamanannya. Kemudian fasilitas yang digunakan oleh pengunjung aman untuk pengunjung karena masa pakai fasilitas tersebut sudah dijadwalkan.

e. Dimensi berikutnya adalah dimensi kelengkapan fasilitas dengan rata-rata mean sebesar 3,91. Pada dimensi ini membahas tentang tersedianya toilet umum yang terjaga kebersihannya, dan tersedianya tempat ibadah untuk pengunjung yang memadai. Pembahasan ini membuktikan bahwa pengunjung merasa nyaman pada saat berada Desa Wisata Pulesari karena sudah disediakan toilet yang layak pakai dan tempat ibadah yang bersih.

f. Dimensi dengan jawaban paling rendah terdapat pada dimensi kebersihan fasilitas dengan rata-rata mean sebesar 3,86. Pada dimensi ini membahas tentang setiap fasilitas yang ada di Desa Wisata Pulesari terjaga kebersihannya, tersedianya staff kebersihan di Desa Wisata dan terakhir adalah setiap peralatan yang tersedia di Desa Wisata Pulesari. Pembahasan ini membuktikan bahwa pengunjung mengeluhkan adanya peralatan yang sudah tidak layak untuk digunakan karena tidak dibersihkan dan masih terlihat ada nodapada peralatan tersebut.

Keenam dimensi ini membuktikan bahwa untuk memberikan fasilitas yang layak kepada pengunjung diperlukan adanya kesiapan dan kesediaan pengelola dalam menjaga dan merawat serta menyediakan fasilitas bagi pengunjung yang datang ke Desa Wisata Pulesari. Memadainya fasilitas yang disediakan oleh Desa Wisata Pulesari, akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Eka Rosyidah Aprilia et al (2017) yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang, dengan hasil penelitiannya menyatakan Daya tarik wisata signifikan terhadap kepuasan wisatawan sebesar 7,4%. dan fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan 11,3% di Pantai Balekambang Kabupaten Malang

Promosi, Pelayanan dan Fasilitas bersama-sama berpengaruh Terhadap Minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari

Berdasarkan Tabel 4.14 pada uji F di atas menunjukkan bahwa F hitung sebesar  $15.541 > F \text{ table } df \text{ 3-83}$  sebesar 2,71, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa variabel promosi, pelayanan dan fasilitas terhadap

minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Yogyakarta. Ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Kemudian pengaruh dari ketiga variabel tersebut dibuktikan juga melalui Uji Koefisien Determinasi yang hasil perhitungan estimasi regresi diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,545 artinya 54.5% perubahan pada variabel dependen minat berkunjung wisatawan (Y) dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel independen promosi, pelayanan dan fasilitas. Sedangkan sisanya sebesar 46% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini. Untuk variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung adalah variabel fasilitas dengan nilai koefisien beta sebesar 0.522.

#### Simpulan

Promosi, Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman..

#### Simpulan Khusus

Promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman.

Pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman.

Fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman, Sekaligus sebagai variabel dominan yang memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman.

#### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan, maka saran yang dapat dikemukakan kepada Desa Wisata Pulesari adalah:

#### a. Promosi

Dilihat dari jawaban responden pada kuesioner, terdapat sebagian responden menjawab tidak setuju pada pernyataan brosur yang saya dapatkan dari Desa Wisata Pulesari membuat saya ingin berkunjung kesini. Hal ini berarti bahwa brosur yang disediakan di Desa Wisata membuat wisatawan ingin berkunjung kembali. Tetapi fenomena yang terjadi sebaliknya, terdapat beberapa responden yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut, brosur yang dimaksud tidak serta-merta ada pada saat responden mengunjungi Desa Wisata Pulesari. Oleh sebab itu, perlu menjadi pertimbangan bagi pihak pengelola Desa Wisata supaya terus meningkatkan promosinya agar minat wisatawan berkunjung kembali semakin meningkat.

#### b. Pelayanan

Dilihat dari jawaban responden pada kuesioner, terdapat sebagian responden menjawab tidak setuju pada pernyataan setiap wisatawan yang masuk ke lokasi Desa Wisata Pulesari telah terlindung dengan asuransi yang bekerja sama dengan pengelola. Hal ini berarti bahwa asuransi kesehatan wisatawan yang masuk ke Desa Wisata Pulesari sudah terjamin. Tetapi fenomena yang terjadi bahwa, ada beberapa wisatawan yang mengeluhkan tidak adanya pengelola yang paham dengan situasi gawat darurat yang muncul dari kecelakaan wisatawan pada saat mengunjungi Desa Wisata Pulesari. Oleh sebab itu, perlu menjadi perhatian khusus bagi pengelola yang ada untuk mempelajari tanggap bencana ataupun kecelakaan.

#### c. Fasilitas

Dilihat dari jawaban responden pada kuesioner, terdapat sebagian responden menjawab tidak setuju pada pernyataan toilet umum tersedia di banyak sudut lokasi. Hal ini berarti bahwa di Desa Wisata Pulesari, toilet umum tersedia dengan sangat baik dan memadai bagi

setiap wisatsawan. Tetapi fenomena yang terjadi bahwa, adanya keluhan dari pengunjung mengenai kurangnya toilet umum/kamar kecil bagi pengunjung, tidak hanya itu, toilet yang ada masih sangat kurang serta tidak layak untuk digunakan karena bangunan yang sangat kotor. Oleh sebab itu, perlu solusi segera untuk menyelesaikan masalah tersebut, supaya pengunjung yang datang tidak mengeluh dan merasa nyaman untuk berdatangan.

#### Riset yang akan datang

Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Pulesari, harapan penulis untuk riset yang akan datang supaya memperhatikan masalah kondisi lapangan yang sesuai dengan fakta yang ada, kemudian menambah jumlah responden yang ada dan perlu mengganti variabel yang digunakan menjadi variabel yang baru untuk hasil yang lebih maksimal.

#### Keterbatasan Penelitian

Sedangkan keterbatasan yang ditemukan penulis pada saat melakukan penelitian adalah:

a. Peneliti tidak bisa menjamin kebenaran dan kejujuran jawaban responden pada saat mengisi kuesioner, dikarenakan pada saat pengisian, peneliti tidak bisa satu persatu mendatangi responden tersebut.

b. Waktu penelitian sangat terbatas

c. Data yang diperoleh di Desa Wisata Pulesari belum maksimal

#### DAFTAR RUJUKAN

Alma, Buchari. (2010). Kewirausahaan (edisi revisi). CV Alfabeta, Bandung.

Arikunto, Suharsimi. (2012). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktikum. Jakarta: Rineka Cipta.

A.M, Sardiman. (2006). Interaksi dan Motivasi Belajar-Mengajar. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.

Dajan, A., (2010), Pengantar Metode Statistik jilid II, cetakan kedelapan belas, Pustaka LP3ES, Jakarta.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman, (2015), Buku Statistik Pariwisata dan Budaya Kabupaten Sleman Tahun (2015), Yogyakarta: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman.

Djaslim Saladin dan Yevis Marty Oesman. (2002). Intisari Pemasaran & Unsur Unsur Pemasaran, Ringkasan Praktis Teori & Tanya Jawab. Bandung: Linda Karya.

Fitriana, A. I., (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus di Desa Pulesari). Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Frisdiantara, C., (2013), Pengaruh Dimensi Pelayanan Dan Dimensi Fasilitas Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Kanjuruhan Malang, Universitas Kanjuruhan Malang, hal. 110.

Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima). Semarang: Universitas Diponegoro.

Husein Umar. (2009). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Persada.

I Gde Pitana., & Putu G, Gayatri. (2005). Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Kasmir, (2004) , Pemasaran Bank, Jakarta: Prenada Media, hlm. 176-177.

Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. (2010). Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

Kuncoro, Amin dan Sudarman, 2017. Metode penelitian Manajemen. Andy Offset. Jogjakarta.

- Lupyoadi dan A. Hamdani, (2011). *Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing
- Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat, h. 65
- Nirwana (2004), *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*, Penerbit Dioma, Malang.
- Sammeng, Andi Mappi. (2001), *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka
- Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013) . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sunaryo, Bambang, (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sunyoto. (2012) . *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Tjiptono, Fandy, dkk. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi ketiga*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy.( 2010) . *Manajemen Jasa Edisi Kedua*,Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra,(2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi
- Wahyuningrum. (2004). *Buku Ajaran Manajemen Fasilitas Pendidikan*. (Online)  
[staff.uny.ac.id/sites/default/files/BAB%20Manaj%20Fasilitas.pdf](http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/BAB%20Manaj%20Fasilitas.pdf), diakses 19 Agustus 2018 Pukul 14.30 Pm.
- Wijaya, T., (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks, h. 152.
- Yoeti, Oka A. (2003), *Tours And Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Zaenuri, Muchamad. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata*