

Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Pantai Sedari Karawang

Siska Yulianti¹ Ajat Sudrajat²

^{1,2} Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

E-mail : 2210631020068@student.unsika.ac.id, ajat.sudrajat@fe.unsika.ac.id

Article History:

Received: 20 Mei 2025

Revised: 28 Juli 2025

Accepted: 09 Agustus 2025

Keywords: Fasilitas, Wisata, Minat kunjungan, dan Analisis Uji Korelasi IBM SPSS 27

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung Kembali wisatawan ke Pantai Sedari Karawang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada peningkatan jumlah kunjungan wisata di Karawang serta peran fasilitas wisata dalam membentuk persepsi dan keputusan wisatawan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan analisis uji korelasi pearson. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Analisis Uji Korelasi IBM SPSS 27. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa sarana wisata berdampak positif terhadap minat pengunjung untuk kembali, di mana perbaikan standar fasilitas bisa meningkatkan kepuasan dan kenyamanan para wisatawan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola wisata dalam menyusun rencana pengembangan yang lebih baik, demi menarik minat Pantai Sedari sebagai tujuan wisata.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sektor industri kreatif yang saat ini mengalami perkembangan. Pariwisata merupakan sebuah alternative tepat untuk melepaskan kejenuhan baik yang di lakukan secara individu maupun berkelompok. Menurut data dari BPS (Badan Pusat Statistik) yang berada di Kota Karawang, yaitu jumlah kunjungan wisata dari tahun 2021-2023 mengalami peningkatan 38,5% (bps.go.id), maka dari itu pemerintah daerah mulai gencar untuk mengelola pariwisatanya menjadi tempat tujuan wisatawan.

Kota Karawang memiliki potensi wisata yang menarik, salah satunya adalah Pantai Sedari yang terdapat di Kecamatan Sedari, Kecamatan Cibuaya, Kabupaten Karawang. Pantai Sedari merupakan salah satu destinasi wisata bahari yang terdapat di Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Pantai ini mulai dikenal luas oleh wisatawan lokal dalam beberapa tahun terakhir karena keindahan alamnya, suasananya yang tenang cocok untuk wisata keluarga, dan potensi ekowisata yang sangat luar biasa. Jauh dari hiruk pikuk kota besar, pantai ini menawarkan hamparan pasir putih yang halus, ombak yang tenang, dan deretan pohon kelapa yang rindang, menjadikan suasana tropis yang begitu menawan. (www.traveloka)

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk datang kembali adalah keberadaan kantor pariwisata yang membuat wisatawan merasa nyaman dengan aksesibilitas objek wisata yang ada. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian tentang "Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Pantai Sedari di Karawang."

TINJAUAN PUSTAKA

1. Fasilitas Wisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan wisata sementara, yang dilakukan oleh seseorang ke tempat lain untuk bersenang-senang dan melakukan kegiatan yang bermanfaat di berbagai tempat di dalam negeri maupun di luar negeri (Nurmala et al., 2022).

Fasilitas merupakan suatu fasilitas yang diberikan oleh suatu objek wisata untuk menunjang atau mendukung kegiatan wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata. Tjiptono (2019:173) dalam (Daulay, 2022).

Kantor pariwisata merupakan jasa dan sarana yang dapat menunjang operasional suatu objek wisata dalam memenuhi segala kebutuhan wisatawan, tidak hanya memberdayakan masyarakat tetapi akan berkembang pada saat atau setelah objek wisata tersebut berkembang (Nurmala et al., 2022).

Adapun indikator fasilitas wisata, yaitu :

1. Dasar/utama
2. Pendukung
3. Penunjang

2. Minat Kunjungan

Kembali tertarik dapat menjadi kerangka perilaku dari pengalaman kunjungan sebelumnya mengenai kualitas layanan tujuan di negara atau lokasi yang sama (Daulay, 2022). Proses membuat wisatawan bersemangat untuk kembali datang dari pelaksanaan positif pada wisatawan dalam kerangka sudut pandang jangka panjang.

Ketertarikan dapat menjadi pilihan individu yang terkait erat dengan kondisi pikiran, di mana antarmuka dan kondisi pikiran menjadi dasar preferensi dalam pengambilan keputusan. Menyetujui (Setiawan & Mihardja, 2024) untuk pergi tertarik dapat menjadi respons dari pelanggan terhadap keinginan untuk mengunjungi suatu tempat. Pergi tertarik merupakan bentuk pembelian yang menarik yang pada akhirnya membentuk kebijaksanaan.

Membeli tertarik memberikan serangkaian kecenderungan responden untuk bertindak beberapa waktu lalu dalam membuat pilihan pembelian. Rangkaian lainnya adalah kepuasan pelanggan, di mana ketika pelanggan mencapai rangkaian kepuasan, mereka akan membuat perilaku dan komitmen yang teguh terhadap suatu barang (Inovasi et al., 2024).

Kembali kepada rasa ingin tahu merupakan suatu dorongan yang menyebabkan seseorang mempertimbangkan suatu hal seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang lain. Rasa ingin tahu berkaitan dengan sudut pandang kognitif, penuh perasaan dan motorik yang menjadi inspirasi untuk melakukan apa yang diinginkan (Boge Triatmanto, 2022). Adapun indikator minat berkunjung kembali, yaitu :

1. Rencana mengunjungi kembali
2. Minat referensi kunjungan
3. Minat preferensi kunjungan

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan oleh penulis untuk penelitian ini adalah metode penelitian

korelasional kuantitatif. Menurut Yusuf (2014) penelitian korelasional adalah metode penelitian yang mengkaji hubungan antara satu atau lebih variabel independen dengan variabel lain atau variabel subordinat. Penelitian korelasional juga sering disebut dengan "penelitian asosiatif". Dalam penelitian asosiasional, hubungan antara dua atau lebih variabel dipertimbangkan tanpa mencoba untuk mempengaruhi variabel tersebut. Dengan demikian, penelitian korelasional pada umumnya berada dalam kerangka penelitian grafis karena menggambarkan hubungan antara variabel independen dengan variabel subordinat yang diteliti.

1. Tempat dan Waktu Lokasi

Lokasi penelitian terletak di Pantai Sedari, Desa Sedari, Kecamatan Cibuaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Penelitian dilakukan mulai pada Februari-Mei 2025 yang belum diketahui secara pasti jumlah respondennya.

2. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang sudah mengunjungi tempat wisata Pantai Sedari, dan yang belum mengunjungi tempat wisata Pantai Sedari pada bulan April-Mei. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden, karena menerapkan kriteria tertentu, antara lain:

- 1) Responden minimal berusia 17 tahun
- 2) Bersedia mengisi kuesioner secara sukarela

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu terdiri dari metode kuisioner dengan menggunakan Skala Likert 5 poin :

- 1 = Sangat Setuju
- 2 = Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Tidak Setuju
- 5 = Sangat Tidak Setuju

4. Teknik Analisis Data

Hubungan Uji Korelasi Pearson ini digunakan untuk memutuskan kualitas hubungan antara hubungan kedua faktor dimana faktor-faktor lain yang dianggap meyakinkan dikontrol atau dibuat tetap (sebagai faktor kontrol). Uji hubungan r Pearson ini dapat digunakan dalam pengukuran inferensial, hal ini harus dilakukan apabila faktor x dan y biasanya terdistribusi dengan fluktuasi yang sama, koefisien hubungan lain seperti Spearman's rho atau Kendall's W harus digunakan dan hubungan antara kedua faktor tersebut bersifat langsung (Morissan, 2017). Karena faktor-faktor yang diperiksa merupakan data sementara, prosedur faktual yang digunakan adalah item menit hubungan Pearson. Menurut Sugiyono (2013), kepastian koefisien hubungan menggunakan strategi analisis hubungan item menit Pearson menggunakan persa

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

Dimana: r = Koefisien hubungan Pearson x = Variabel otonom y = Variabel subordinat n = Jumlah pengujian Hasil yang didapat dari persamaan di atas, dapat diketahui tingkat hubungan antara faktor X dan Y dengan menggunakan koefisien hubungan. Koefisien hubungan dapat berupa derajat hubungan antara dua faktor atau lebih yang dinyatakan sebagai tingkat hubungan (derajat keeratan) antar faktor. Dalam penggunaan hubungan, tidak

ada hubungan ketergantungan atau dengan kata lain, satu variabel tidak harus bergantung pada variabel yang lain.

Meskipun faktor-faktor yang hubungannya dihitung tidak diharuskan memiliki hubungan ketergantungan, perlu ditegaskan bahwa faktor-faktor yang dikerjakan tetap harus memiliki hubungan atau berhubungan (signifikansi). Sebaiknya tidak memasukkan faktor-faktor yang sangat jauh dari signifikansi yang konsisten. (Kurniawan dan Yuniarto, 2015). Koefisien hubungan merupakan suatu catatan atau angka yang digunakan untuk mengukur keeratan (sangat kuat, kuat, searah, sedang, sangat kecil, dan tidak ada hubungan) antar faktor. Aturan untuk menguraikan koefisien hubungan (Priyatno, 2016) adalah sebagai berikut:

Koefisien Korelasi	Interpretasi
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1.000	Sangat Kuat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan angket langkah selanjutnya yaitu analisis menggunakan analisis Uji Korelasi dengan aplikasi IBM SPSS 27 adapun hasil ditampilkan pada tabel berikut ini :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,434 ^a	,189	,180	1,421

a. Predictors: (Constant), X1

Tabel ini menampilkan rangkuman dari model regresi yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel X1 dan variabel subordinat. Nilai R yang tercatat adalah 0,434, yang menunjukkan hubungan positif antara X1 dan variabel subordinat. Ini berarti bahwa ketika nilai X1 meningkat, nilai variabel subordinat juga cenderung meningkat, meskipun hubungan ini tidak terlalu kuat.

Nilai R Square, yaitu 0,189, menunjukkan bahwa sekitar 18,9 persen variasi dalam variabel subordinat dapat dijelaskan oleh variabel X1. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada hubungan, masih ada 81,1 persen variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model ini. Ini menunjukkan bahwa komponen lain juga dapat memengaruhi variabel subordinat yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Nilai R Square Seimbang sebesar 0,180 memberikan gambaran yang sedikit lebih tradisional tentang seberapa baik model ini menjelaskan ketidakkonsistenan dalam data, setelah mempertimbangkan jumlah variabel yang disertakan. Nilai ini sedikit lebih rendah daripada R Square, yang menunjukkan bahwa perubahan telah dilakukan untuk sejumlah faktor dalam pertunjukan.

Kesalahan standar penilaian 1,421 memberikan data tentang seberapa jauh perkiraan pertunjukan ini dapat menyimpang dari nilai sebenarnya. Semakin rendah nilai ini, semakin baik pertunjukan tersebut dalam membuat ekspektasi.

Secara keseluruhan, hasil tabel ini menunjukkan bahwa meskipun ada hubungan positif antara X1 dan variabel subordinat, model ini masih memiliki keterbatasan dalam menjelaskan perubahan yang ada, sehingga komponen lain harus dipertimbangkan dalam pemeriksaan lebih lanjut.

Correlations

		X1	Y
X1	Pearson Correlation	1	,434**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	,434**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel di atas hasil analisis korelasi antara dua variabel, yaitu X1 dan Y. Dari analisis tersebut, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,434 antara X1 dan Y. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan positif di antara kedua variabel. Dengan kata lain, jika nilai X1 bertambah, maka nilai Y juga cenderung akan bertambah. Selanjutnya, nilai signifikansi yang tercantum dalam kolom "Sig. (2-tailed)" untuk hubungan X1 dan Y adalah kurang dari 0,001. Ini menunjukkan bahwa korelasi yang teridentifikasi sangat signifikan secara statistik. Artinya, kemungkinan hubungan ini muncul secara kebetulan sangat rendah, sehingga kita bisa yakin bahwa hubungan antara X1 dan Y adalah nyata. Pada tabel tersebut juga mengindikasikan bahwa tersedia 100 pengamatan untuk setiap variabel, yang menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam analisis ini cukup mewakili.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa X1 memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Y. Hubungan positif yang ditemukan ini penting untuk diperhatikan dalam analisis lanjutan, karena dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana variasi dalam X1 dapat mempengaruhi Y.

KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa keberadaan fasilitas wisata memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan wisatawan untuk kembali ke Pantai Sedari Karawang. Peningkatan kualitas fasilitas yang tersedia di tempat wisata berperan dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan bagi pengunjung, yang akhirnya dapat mendorong niat mereka untuk berkunjung lagi. Di samping itu, aspek aksesibilitas dan layanan tambahan juga sangat penting dalam membentuk pandangan positif dari wisatawan. Hasil analisis menunjukkan bahwa gabungan dari berbagai jenis fasilitas dapat menjelaskan sebagian besar variasi dalam minat kunjungan. Oleh karena itu, pengelola tempat wisata diharapkan untuk terus memperbaiki fasilitas yang sudah ada dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar dapat menarik lebih banyak pengunjung.

1. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan dalam

penelitian ini adalah sebagai berikut:

Melakukan peningkatan kualitas dan kuantitas fasilitas fisik secara berkelanjutan. Hal ini dapat diwujudkan dengan membangun atau memperbaiki sarana prasarana seperti: toilet bersih, area parkir yang luas dan teratur, tempat sampah yang memadai, gazebo atau tempat berteduh, serta penyediaan air bersih dan fasilitas keamanan. Selain itu, dibutuhkan strategi pengelolaan lingkungan yang berorientasi pada kenyamanan dan keamanan wisatawan, seperti: pemeliharaan kebersihan pantai secara rutin dan pemberdayaan petugas lapangan. Pengalaman positif yang dialami langsung oleh pengunjung berpotensi menciptakan efek *word of mouth* yang kuat dan berkelanjutan, termasuk melalui media sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang. (2024). Jumlah kunjungan wisatawan tahun 2021–2023. Diakses pada 9 Mei 2025, dari <https://karawangkab.bps.go.id/>
- Boge Triatmanto, N. W. (2022). Pemulihan Kinerja Pariwisata Pasca Pandemi Covid-19.
- Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2023). Advanced issues in partial least squares structural equation modeling. *saGe publications. Researchgate*, 6(May), 297.
- Harisman, Oruh, S., & Agustang, A. (2024). Pengaruh Media Sosial pada Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 7221–7226. <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13625>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Inovasi, S., Dan, M. B., Electronic, P., Of, W., Dan, M., Tarik, D., Terhadap, W., Pengunjung, K., Minat, D., Sebagai, B., & Intervening, V. (2024). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNJUNG DENGAN MINAT BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. September. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/6513/5265>
- Nifita, A. T., & Arisontha, E. (2018). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN GEOPARK KABUPATEN MERANGIN. 169–180. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5490>
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73–78. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.861>
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Setiawan, D., & Mihardja, E. J. (2024). Konsep Nilai Pemberitaan Geopark Merangin pada Media Massa Online. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8, 63–76. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i1.4169>

- Traveloka. (2025). Pantai Sedari, Keindahan Tersembunyi di Karawang. Diakses pada 9 Mei 2025, dari <https://www.traveloka.com/>
- Virginia, V. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Makanan Merek Gildak. NBER Working Papers, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>