

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini didorong untuk menjadi salah satu sektor yang memberikan andil besar dalam pengembangan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan rakyat (Ruray & Pratama, 2020). Hal tersebut didorong oleh dunia pariwisata Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, terlihat dari wisatawan yang kunjungan ke daerah tujuan wisata di Indonesia, yang terkenal dengan keindahan alam, dan keanekaragaman budayanya. Bersama dengan industri teknologi dan informasi.

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat (Syahrul, 2015). Untuk menjamin supaya pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi manusia dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul maka pengembangan pariwisata perlu didahului dengan kajian yang mendalam, yakni dengan melakukan penelitian terhadap semua sumber daya pendukungnya.

Pengembangan pariwisata tidak akan optimal apabila pada suatu sektor hanya dipengaruhi oleh pengusaha pribadi untuk kepentingan mereka sendiri. Di sektor lain bila sektor pariwisata didominasi oleh masyarakat hal ini tidak mungkin untuk mengembangkan secara optimal pada sektor ekonomi. Pengelolaan perairan waduk sebagai salah satu sumberdaya alam, untuk keperluan lain di luar perikanan, diarahkan untuk menjaga keserasian antara kegiatan-kegiatan manusia dan pembinaan mutu lingkungannya. Sebagai modal dasar, sumberdaya alam harus dimanfaatkan sepenuhnya tetapi dengan cara-cara yang tidak merusak. Perairan air tawar, salah satunya waduk menempati ruang yang lebih kecil bila dibandingkan dengan lautan maupun daratan, namun demikian ekosistem air tawar memiliki peranan yang sangat penting karena merupakan sumber air rumah tangga dan industri yang murah. Perairan air tawar merupakan tempat disposal atau pembuangan yang mudah dan murah.

Terdapat beberapa wisata yang memiliki keindahan alam dan daya tarik antara lain :

Tabel 1.1 Daftar Wisata Di Kec.Saradan Madiun.

Nama wisata	Lokasi
Wisata Waduk Kalibening Widas	Setren, Pajaran, Kec. Saradan, Kab. Madiun.
Wisata Sendang Blanthek	Mbrubahan, Sidorejo, Kec. Saradan, Kab. Madiun.

Wisata Pancur 7	Oro – Oro Waru, Sumberbendo, kec. Saradan, Kab. Madiun.
-----------------	--

Sumber : Data diolah 2024

Salah satu waisata yang cukup terkenal terkait keindahan perairannya yaitu Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun. Waduk Widas mempunyai luas 570 ha terletak di desa Pajaran, kecamatan Saradan Kabupaten Madiun Jawa Timur, diresmikan oleh presiden Soeharto tahun 1984. Waduk Widas merupakan waduk serbaguna fungsi utama sebagai irigasi persawahan seluas 9.120 ha, pembangkit tenaga listrik sebesar 650 KW. Fungsi lain yaitu sumber air minum, pariwisata, perikanan budidaya dan perikanan tangkap. Waduk tersebut terbentuk oleh karena pembendungan sungai Widas (Kalibening) yang merupakan sub DAS Berantas, bermata air dan Gunung Wilis. Waduk Widas juga disebut Bendungan Bening, berada diwilayah Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH), dikelilingi oleh Gunung Wilis Madiun dan Gunung Pandan Bojonegoro, berjarak 40 km kearah utara dari kota madiun. Hasil tangkapan per tahun rata-rata mencapai 283 ton/tahun terdiri dan jenis ikan: Tombro, Tawes, Nila, Bandeng, Patin, Udang, Mas, Belida, Wader, Lohan, Gurami, Red Devil. Pembangunan pariwisata terutama pada pengembangan Waduk Kalibening Widas diharapkan juga dapat membawa dampak positif terhadap peluang pekerjaan dan peluang berusaha sehingga pada akhirnya akan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar waduk.

Untuk menjadikan Objek Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan, Madiun banyak diminati pengunjung tentunya harus membuat pengunjung merasa nyaman sehingga menjadikan obyek wisata Waduk Kalibening Widas Saradan ini menjadi pilihan destinasi bagi masyarakat. Sehingga perlu ada beberapa pengembangan yang dilakukan oleh pengelola untuk lebih meningkatkan jumlah pengunjung, antara lain dalam hal Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas dan promosi.

Daya tarik merupakan potensi yang menjadi pendorong utama wisatawan untuk mengunjungi suatu kawasan objek wisata adalah daya tarik wisata (*Attraction*), juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transformasi, hal ini kaji dari teori menurut Sunaryo (2013) yang menyatakan bahwa daya tarik bisa dijadikan hal pendorong yang sangat signifikan dalam mempengaruhi tempat wisata tersebut. Dari faktor daya tarik Tempat wisata yang memiliki daya tarik lebih dan berbeda dengan tempat lain dapat menjadi indikator menjadikan daerah tersebut menjadi pilihan destinasi wisata bagi wisatawan dan daerah juga dapat mengadakan berbagai festival untuk menarik wisatawan untuk datang berkunjung. Daya tarik wisata menjadi salah satu faktor penting yang diperhatikan pengunjung sebelum memutuskan untuk melakukan kunjungan pada suatu objek wisata (Poli et al, 2023)

Dari faktor Daya Tarik wisatawan, keputusan berkunjung seorang selalu didasari pertimbangan yang memiliki hubungan dengan tempat tersebut dan lokasinya. Pada saat seseorang wisatawan mengambil suatu pendapat pasti tahu

kondisi tertentu yang nantinya akan mempengaruhi keputusan berkunjung tersebut. Menurut Apriliyanti (2020) indikator-indikator dari daya tarik adalah Keunikan Cideramata, Keindahan Alam, Keramahtamahan, dan Kesejukan Udara. Di Waduk Kalibening Widas seluruh indikator sudah dimiliki tetapi untuk Keunikan Cideramata di Waduk Kalibening Widas tidak ada yang dapat dijadikan Cideramata bagi pengunjung.

Di Waduk Kalibening Widas sendiri kurang begitu rame dikarenakan suasana yang kurang kondusif, terdapat tempat hewan yang kurang tertata dan kebersihan kurang terjaga yang membuat sebagian besar wisatawan kurang nyaman. Padahal Waduk Kalibening Widas menyajikan pemandangan alam yang masih alami dan bangunan di sekitaran Waduk Kalibening Widas menyatu dengan keindahan yang ada di Waduk Kalibening Widas, tak hanya itu Waduk Kalibening Widas menyajikan pelayanan yang ramah kepada pengunjung agar bisa menikmati keindahan alam yang ada di Waduk Kalibening Widas dengan kesejukan udara yang masih alami membuat Waduk Kalibening Widas memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan wisata waduk lainnya.

Beberapa penelitian yang diteliti oleh Rokhayah & Andriana, (2021) daya tarik terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. *Research gap* inilah yang menjadikan penelitian tertarik dalam mengambil daya tarik sebagai variabel penelitian.

Mengenai hal tersebut tentu tidak hanya daya tarik yang menjadikan titik permasalahan saja, ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung

salah satunya yaitu fasilitas. Menurut penelitian Prayogi (2018), fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Fasilitas merupakan salah satu hal penting untuk mengembangkan pariwisata, tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas (Sammeng, 2001). Dalam fasilitas ada beberapa indikator yang perlu sekali di perhatikan diantaranya yaitu kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, dan kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan, serta kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan. Indikator kebersihan yang ada di Waduk Bening Widas pada saat ini sangat memprihatinkan kurangnya perawatan dari pihak pengelola Waduk Bening Widas.

Menurut Suwastawa (2021) Mengenai tingkat dimana sebuah konsumen atau wisatawan mendapatkan kepuasan dengan berbagai macam fasilitas yang ada didasarkan dari aspek terhadap penataan fasilitas wisata yang tertata dan dapat digunakan dengan baik, namun dalam objek wisata dalam penelitian ini di lakukan diwilayah Waduk Kalibening Widas dapat diketahui bahwa fasilitas yang digunakan masih kurang, adapun yang dimaksud yakni toilet dan lahan parkir kendaraan kurang tertata dengan baik, selain itu fasilitas Berdasarkan kondisi eksisting yang ada, kenyataan yang terjadi saat ini objek wisata yang ada di waduk kalibening widas belum di tata dengan rapi, sarana penunjang

wisata yang belum memadai serta kurangnya informasi dan promosi tentang keberadaan Obyek Wisata waduk kalibening widas juga masih belum optimalnya potensi pengembangan parwisata.

Fasilitas yang diberikan pengelola waduk kalibening widas sudah bagus akan tetapi fasilitas yang diberikan belum tertata dengan baik dan fasilitas tersebut perlu perbaikan dikarenakan fasilitas yang diberikan bisa dikatakan sudah terlalu lama dan perlu adanya perbaikan fasilitas wisata. Walaupun lahan di Waduk KaliBening Widas sangat luas tetapi disana tidak adanya tempat kerapian untuk pengunjung saat berparkir kendaraan, dengan itu pengunjung tidak bisa memanfaatkan fasilitas yang ada dan kondisi fasilitas yang kurang terawat dari pengelola Waduk Kalibening Widas, sebagai contohnya yaitu fasilitas bermain untuk anak-anak yang sudah lama yang kurang layak dipakai mengakibatkan keamanan pengunjung tidak terjamin.

Timbulnya minat pengunjung tidak semata-mata karena hanya keindahan wisatanya saja, melainkan fasilitas yang ada juga akan mempengaruhi. Wisatawan akan datang dan berkunjung apabila tersedianya fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Menurut Mahiri et al, (2021) menyatakan bahwa dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut juga diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta memberikan kesan yang baik terhadap daya tarik wisata yang dikunjunginya. Wisata waduk widas memiliki beberapa fasilitas dan pelayanan di antaranya Tempat berfoto dengan lukisan, Area Parkir kendaraan, Mushola, Kamar mandi, Rumah makan ikan bakar,

Tempat pemancingan, Gazebo untuk bersantai, serta Banyak Warung warung yang berdiri menyediakan aneka makanan, jajanan dan minuman untuk menemani pengunjung bersantai. Untuk bisa menikmati keindahan waduk kalibening widas cukup Membayar Tiket Masuk Rp 8.000 per orang. Dari tahun 2021 hingga 2023 jumlah kunjungan wisatawan waduk kalibening widas mengalami tidaklah stabil wisatawan. Hal ini bisa dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 1.2 Daftar Pengunjung Dari Tahun Ke Tahun

Tahun	Total Pengunjung
2021	91.710
2022	83.661
2023	95.917

Sumber: Laporan tahunan Pengelola Wisata Waduk Kalibening Widas, Saradan, Madiun

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2021 sebanyak 91.710 orang, namun ditahun 2022 mengalami penurunan pengunjung sebanyak 83.661 dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 95.917 pengunjung. Ini dikarenakan adanya faktor fasilitas dan Aksesibilitas yang kurang dikembangkan sehingga mengalami penurunan pengunjung yang cukup drastis, namun pada tahun 2022 ke tahun 2023 jumlah kunjungan wisatawan mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 12.256. Data diatas dapat disimpulkan Tahun Jumlah pengunjung wisata waduk kalibening widas dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2022 mengalami perkembangan yang kurang stabil.

Berdasarkan dari penelitian yang disampaikan oleh Ardiansyah & Mulia (2019), menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dalam Taman Impian Ancol. *Research gap* ini menyatakan bahwa peneliti tertarik dalam pengambilan fasilitas sebagai variabel penelitian.

Selain dari fasilitas tempat wisata tentu ada faktor lain yang mendasari hal lain diantaranya seperti faktor aksesibilitas. Aksesibilitas menurut Yoeti (1997), dan dilakukan kajian oleh Daulay (2022), jika suatu objek tidak didukung aksesibilitas yang memadai maka objek yang memiliki atraksi tersebut sangat susah untuk menjadi industri pariwisata, aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, yang membuat suatu kawasan lebih banyak dikunjungi adalah sarana akses seperti infrastruktur jalan, objek dekat dengan bandara dan ada transportasi untuk menuju daerah tujuan wisata. Tentu tidak hanya itu saja teori yang disampaikan oleh Muljadi (2010), aksesibilitas artinya kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata yang dimaksud melalui berbagai media transportasi, udara, laut atau darat. Aksesibilitas secara luas juga dapat diartikan sebagai akses informasi tentang objek wisata dan juga promosi. Hasil penelitian membuktikan bahwa hal ini sangat memengaruhi keputusan para calon wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata.

Namun dengan adanya aksesibilitas yang dapat dinyatakan bahwa terdapat akses yang mudah belum tentu seseorang wisatawan akan dapat tertarik

langsung menuju ke wisata tersebut tetapi juga mempertimbangkan fasilitas yang ada disekitarnya dan tempat apa yang mereka kunjungi tersebut, pasti akan melakukan pertimbangan terlebih dahulu bukan serta merta langsung menuju lokasi tersebut. Memang bisa dikatakan bisa mempengaruhi sebagian persen untuk berkunjung namun manusia sebagai makhluk sosial melakukan pertimbangan dengan seseorang adalah hal yang lumrah (Mogimpe & Bachri, 2021).

Dikutip dari berita yang disampaikan oleh Beritaterbit.com memberikan ujaran bahwa berkunjung ke salah satu objek taman wisata yang ada diwilayah Madiun seperti di objek wisata Waduk Kalibening Widas pastinya lokasi dan akses jalanya cukup terbilang sangat mudah. Jika melakukan kunjungan dapat melewati Jl Raya Madiun Nganjuk yang merupakan jalur tercepat dalam menuju Waduk Kalibening Widas tersebut. Namun ada beberapa problem yang menyatakan bahwa objek wisata tersebut cukup mudah di kunjungi dalam aksesnya, ada beberapa pengunjung yang cukup jauh dalam menempuh objek wisata Waduk Widas tersebut karena lokasi tersebut hampir dekat dengan wilayah Nganjuk, apabila seseorang yang berkunjung di Waduk Widas adalah orang yang berlokasi Madiun Selatan pasti sangat kejauhan untuk berkunjung kesana walaupun akses mudah. Ada juga beberapa permasalahan yang ada beberapa akses jalan yang didalam wilayah objek wisata yang bisa dikatakan menalami beberapa persoalan seperti kerusakakan, kurang kerawat dan lain sebagainya.

Dalam menentukan aksesibilitas perlu memperhatikan beberapa indikator diantaranya Akses Informasi, Akses Kondisi Jalan Menuju Objek Wisata, dan Tempat Akhir Perjalanan. Dari beberapa indikator yang ada akses informasi Wisata Waduk Kalibening Widias aktif di media sosial, untuk kondisi jalan menuju ke objek Wisata sudah bagus.

Berdasarkan penelitian menurut Mogimpe (2021) dan Daulay (2022), aksesibilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. *Reserch gap* inilah yang menjadikan peneliti untuk tertarik dalam mengambil fenomena terkait aksesibilitas dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Dengan adanya beberapa problem yang ada dapat dilakukan observasi beberapa kekurangan apa yang menunjukkan bahwa terdapat penurunan dalam penilaian terhadap wisatawan yang berkunjung, seharusnya perlu melakukan pengembangan dengan metode strategi yang efektif dan efisien seperti melakukan promosi kepada masyarakat luar melalui kemajuan era saat ini.

Promotion merupakan kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi konsumen mengenai produk agar mereka mengenal produk yang ditawarkan dan senang kemudian membeli produk tersebut (Sunyoto, 2012). Sedangkan menurut Sangadji & Sopiah (2013), *promotion* merupakan segala bentuk kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendorong permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual atau produsen. *Promotion* memiliki andil dalam mendukung keberhasilan pemasaran. *Promotion* berorientasi pada penyampaian mengenai merek, produk, atau layanan kepada

konsumen. Tujuannya adalah untuk membuat konsumen menyadari eksistensi produk, menarik dan mendorong konsumen untuk membeli produk, dan membuat produk tersebut lebih disukai dibandingkan produk lain yang sejenis.

Dalam dunia ekonomi di era globalisasi saat ini kata *promotion* atau promosi digital sudah sangat sering terdengar mulai dari obrolan teman atau keluarga, media cetak, televisi, internet, dan bahkan iklan yang muncul di layar handphone. Salah satu bentuk komunikasi pemasaran adalah *promotion*. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan yang tujuannya untuk menyebarkan informasi agar konsumen bersedia membeli, menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan (Pundissing, 2021). Promosi digital tidak hanya dilakukan untuk memasarkan barang, namun juga digunakan untuk memasarkan untuk konsumen dalam berkunjung ke objek wisata atau memikat seseorang untuk hadir atau berkunjung dengan menunjukkan pesona objek wisata salah satunya yaitu objek wisata Waduk Kalibening Widas. Objek wisata Waduk Kalibening Widas sudah menerapkan sistem promosi digital namun ada beberapa kendala banyak hal ini disebabkan karena kurangnya promosi untuk Objek Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan. Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan kurang menggunakan media promosi dengan maksimal. Dari media Instagram dapat diketahui bahwa akun Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan tidak setiap hari mengupdate promosinya.

Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan tidak setiap hari mengupdate promosi. Hal tersebut yang menjadi para wisatawan tidak mengetahui informasi mengenai Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan. Dengan

dilakukannya promosi secara digital ini, akan mempertahankan pengunjung dan menarik calon pengunjung lain yang belum pernah berkunjung di Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan. Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan memiliki platform media sosial Instagram dengan nama akun Instagram @wadukbening_ sebagai sarana untuk membagikan informasi dan kegiatan yang ada di tempat wisata tersebut. Akan tetapi setelah diamati dari platform media sosial Instagram, Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan tidak setiap hari aktif menggunakan Instagram, hal tersebut dapat menjadikan para calon pengunjung sedikit kesulitan ketika ingin mencari informasi mengenai tempat wisata tersebut.

Tidak hanya itu ulasan mengenai kesan dan pesan untuk Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan pastinya ada kesan positif dan kesan negatif. Kesan positif yang diberikan pengunjung untuk destinasi wisata ialah mengenai suasana yang sejuk dan pemandangan waduk yang indah dan rasa yang memuaskan. Akan tetapi ada beberapa kesan negatif dari pengunjung. Dalam ulasan tersebut dari beberapa ulasan yang diberikan pengunjung dalam menikmati tempat wisata Waduk Kalibening Widas “Menurut M Rob mengatakan bahwa Tempatnya lumayan bersih dan terawat, suasananya asri, cuma agak sepi, mirip mirip lah kayak waduk selorejo di malang, ini jalannya tidak se ekstrim selorejo. Untuk harga tiketnya Rp 6.000 rupiah untuk orang dewasa, dan 5000 untuk parkir mobilnya”, “Menurut E. P. mengatakan bahwa Waduk bening kec. Saradan kab. Madiun. Lokasi wisata yang murah meriah. Fasilitas tempat main anak, tempat makan, perahu dan skyboat dll. Lokasi

nyaman buat santai dan momong anak2. Harga makanan di warung2 murah. Harga tiket masuk murah. Saya 4 orang 1 mobil kena 30k”, dan “Menurut Avita Febryanti Kesini karena jadi crew wedding organizer, sangat cocok untuk yang ingin nikah dengan tema outdoor. Selain itu tempat ini Sangat recommended buat yg mau piknik ala ala di pinggir waduk bersama keluarga atau teman teman. Banyak mainan anak anak juga di area teduhnya”. Mengenai pernyataan ini diambil dari sumber Google Maps Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan.

Dengan adanya ulasan yang positif di media hal ini menjadi daya Tarik tersendiri bagi pengunjung untuk berkunjung di Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan. Ulasan tersebut sangatlah positif untuk mengembangkan promosi Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan dan bisa menjadikan Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan dikenal masyarakat luas. Waduk Kalibening widas juga memiliki tradisi tersendiri untuk mengikat para pengunjung untuk berkunjung di wisata tersebut yaitu tradisi Tradisi larung sesaji Sebelum dilarung, buceng dan hasil bumi dikirab dari Gardu Padang menuju Dermaga Waduk Kalibening.

Tradisi larung sesaji, kegiatan ini sebagai wujud rasa syukur warga dan pengelola, khususnya keberadaan waduk yang memberikan manfaat terhadap lingkungan sekitar. Selain itu tradisi ini sebagai bentuk promosi wisata Waduk Bening agar semakin dikenal. Dengan banyaknya pengunjung yang datang maka ikut membantu mitra UMKM yang ada di sekitar waduk, tradisi ini dilakukan setiap satu tahun sekali. Kegiatan ini memang sudah menjadi agenda

tahunan sebagai upaya melestarikan tradisi sekaligus sebagai wujud syukur serta sedekah atas melimpahnya rejeki yang diterima warga. Selain itu, acara larung sesaji diharapkan mampu menarik wisatawan untuk memperkenalkan Waduk Bening ke masyarakat. Sekaligus, sebagai wujud rasa syukur para petani ikan atas melimpahnya hasil tangkapan ikan di Waduk Bening.

Untuk menciptakan *promotion* yang sukses diperlukannya indikator yang dapat dijadikan acuan yaitu adanya periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, hubungan masyarakat, dan penjualan secara langsung. Di Wisata Waduk Bening Widas dari beberapa indikator tersebut perlu adanya peningkatan untuk kegiatan promosi, karena saat ini kegiatan-kegiatan promosi Waduk Bening Widas sudah mulai berkurang bahkan berhenti mengadakan promosi-promosi agar menarik pengunjung.

Untuk menjadikan Objek wisata Waduk Kalibening Widas Saradan banyak diminati pengunjung tentunya harus membuat pengunjung merasa nyaman sehingga menjadikan obyek wisata wisata waduk kalibening widas saradan ini menjadi pilihan destinasi bagi masyarakat. Sehingga perlu ada beberapa pengembangan yang dilakukan oleh pengelola untuk lebih meningkatkan jumlah pengunjung, antara lain dalam hal Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Aksesibilitas dan Promosi.

Mengenai hal tersebut dalam penelitian yang telah disampaikan oleh Ardiansyah & Khalid (2022), yang menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berjunjung dan juga diungkapkan oleh Sodik et al (2019) menyatakan bahwa promosi tidak terdapat

perngaruh terhadap keputusan bekujung. Dengan adanya ungkapan dari beberapa perilaku konsumen sebagai dasr untuk pembenahan kepada pihak pengelola tempat wisata Waduk Kalibening Widas dalam mengembangkan strategi yang efektif dalam menarik minat dan melakukan pengambilan keputusan dalam media promosi dalam mengenalkan Waduk Kalibening Widas Madiun.

Berdasarkan faktok seperti daya tarik, fasilitas, aksesibilitas dan promosi dapat mempengaruhi keputusan berkunjung, mampu diharapkan agar dapat membantu dalam melakukan peningkatan sebuah wisatawan untuk menawarkan atau mepromosikan kepada konsumen dan pihak pengelola atas saran yang diberikan bagi perkembangan kedepanya. Berbagai macam temuan yang telah ada mengenai penelitian terdahulu belum menemukan hasil yang spesifik dan konsisten maka dapat diuraikan dengan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas Dan *Promotion* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan, Madiun”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini terdapat Batasan masalah yang bertujuan untuk menghindari permasalahan yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan meliputi Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, *Promotion* dan Keputusan Berkunjung.

2. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Objek Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan batasan masalah yang telah dapat dikemukakan, maka dapat diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Objek Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Objek Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun?
3. Apakah Aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Objek Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun?
4. Apakah *Promotion* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Objek Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun?

D. Tujuan Masalah

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka dapat ditujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun.

2. Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Waduk Kalibening Widias Saradan Madiun.
3. Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Waduk Kalibening Widias Saradan Madiun.
4. Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh *Promotion* Terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Waduk Kalibening Widias Saradan Madiun.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diberikan dalam penelitian ini merupakan beberapa kontribusi yang mampu dihasilkan yaitu:

a. Bagi Akademis

Dapat memperluas pengetahuan dan dapat memberikan pengembangan maupun informasi mengenai pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, Promosi dan Keputusan Berkunjung dalam bidang pemasaran.

b. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dan literatur – literatur yang lain, serta membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi sebenarnya dan dapat

memberikan gambaran mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung konsumen dalam objek wisata.

c. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi wisatawan tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum mereka berkunjung. Dengan begitu diharapkan wisatawan menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk berkunjung dalam objek wisata dan puas dengan apa yang telah mereka kunjungi.