

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penciptaan lapangan kerja. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap aktivitas rekreasi dan wisata (Utami & Kafabih, 2021). Kondisi ini mendorong terjadinya persaingan antar destinasi wisata, sehingga setiap pengelola dituntut untuk mampu mengelola daya tarik wisata secara optimal agar tetap diminati oleh wisatawan. Dalam konteks tersebut, minat berkunjung wisatawan menjadi indikator penting yang mencerminkan keberhasilan suatu destinasi dalam menarik perhatian dan keputusan kunjungan wisatawan.

Perkembangan sektor pariwisata yang semakin kompetitif tidak hanya menuntut destinasi wisata untuk memiliki daya tarik yang unik, tetapi juga kemampuan dalam menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan. Wisatawan saat ini tidak lagi hanya mempertimbangkan aspek keindahan alam, tetapi juga memperhatikan berbagai faktor lain seperti kualitas fasilitas, harga yang ditawarkan, aktivitas yang tersedia, serta pengalaman kuliner yang diperoleh selama berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan

wisatawan untuk berkunjung merupakan hasil dari proses evaluasi yang kompleks terhadap berbagai atribut destinasi wisata.

Selain itu, perubahan perilaku wisatawan yang semakin selektif dan rasional dalam memilih destinasi juga menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola wisata. Wisatawan cenderung membandingkan beberapa alternatif destinasi sebelum memutuskan untuk berkunjung, sehingga destinasi wisata yang tidak mampu memenuhi ekspektasi wisatawan berpotensi mengalami penurunan minat kunjungan. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata dituntut untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan agar dapat merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing destinasi.



Gambar 1. 1 Perkembangan Perjalanan 10 Besar Wisatawan Nusantara
Sumber: Data Kementerian Pariwisata 2024

Berdasarkan data Kementerian Pariwisata, jumlah perjalanan wisatawan nusantara ke Provinsi Jawa Timur pada tahun 2024 mencapai 218,71 juta perjalanan atau sekitar 21,42% dari total perjalanan wisata di Indonesia, menjadikan Jawa Timur sebagai provinsi tujuan wisata terbesar

secara nasional. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 5,60% dibandingkan tahun sebelumnya . Selain itu, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Jawa Timur juga mengalami peningkatan signifikan, yaitu mencapai 322.045 kunjungan pada tahun 2024 atau meningkat sebesar 47,42% dibandingkan tahun 2023 . Hal ini menunjukkan bahwa secara umum sektor pariwisata di Jawa Timur mengalami pertumbuhan yang positif dan semakin diminati oleh wisatawan.

Kabupaten Madiun merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata yang beragam, baik wisata alam, budaya, maupun buatan. Salah satu destinasi wisata unggulan yang dimiliki adalah Waduk Bening Widas yang terletak di Kecamatan Saradan. Waduk Bening Widas memiliki karakteristik wisata berbasis alam yang menawarkan panorama perairan, aktivitas rekreasi, serta potensi pengembangan ekonomi masyarakat sekitar .

Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan data pengelola, jumlah pengunjung pada Waduk Bening Widas menunjukkan tren penurunan dalam beberapa tahun terakhir.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Waduk Bening Widas Tahun 2022–2024

Tahun	Jumlah Pengunjung (Orang)	Perubahan
2022	96.424	-
2023	90.066	Turun 6.358 orang (6,59%)
2024	78.723	Turun 11.343 orang (12,59%)

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Madiun (2025).

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah pengunjung Waduk Bening Widas menunjukkan tren penurunan selama periode tahun 2022–2024. Pada tahun 2022 jumlah pengunjung tercatat sebanyak 96.424 orang, kemudian menurun menjadi 90.066 orang pada tahun 2023 atau turun sebesar 6,59%. Selanjutnya, pada tahun 2024 jumlah pengunjung kembali mengalami penurunan menjadi 78.723 orang atau turun sebesar 12,59% dibandingkan tahun 2023. Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Waduk Bening Widas mengalami penurunan selama tiga tahun berturut-turut.

Tabel 1. 2 Jumlah Pengunjung Waduk Bening Widas Periode Libur Sekolah Tahun 2025

Tahun	Periode	Jumlah Pengunjung (Orang)
2025	Libur Sekolah	55.163

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Madiun (2025).

Berdasarkan Tabel 1.2, jumlah pengunjung Waduk Bening Widas pada periode libur sekolah tahun 2025 tercatat sebanyak 55.163 orang. Data tersebut disajikan sebagai informasi terbaru mengenai kondisi kunjungan wisatawan. Namun, data tersebut tidak dibandingkan secara langsung dengan data tahun 2022–2024 karena hanya mencakup periode libur sekolah, sedangkan data tahun 2022–2024 merupakan data kunjungan selama satu tahun penuh.

Meskipun data tahun 2025 masih bersifat parsial dan belum mencerminkan keseluruhan kunjungan tahunan, namun data tersebut

menunjukkan bahwa Waduk Bening Widas masih memiliki daya tarik bagi wisatawan. Namun demikian, jika dibandingkan dengan tren sebelumnya, kondisi ini tetap mengindikasikan adanya penurunan minat berkunjung wisatawan yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut.. Penurunan ini menunjukkan adanya permasalahan yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan, karena secara teoritis destinasi wisata dengan potensi alam yang kuat seharusnya mampu mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Untuk memperkuat fenomena tersebut, diperlukan data perbandingan dengan beberapa objek wisata lain di Kabupaten Madiun dan sekitarnya. Perbandingan ini penting untuk melihat posisi Waduk Bening Widas berdasarkan aspek harga tiket, event, amenitas, kuliner, dan minat berkunjung wisatawan.

Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Tiket, Event, Amenitas, dan Kuliner pada Objek Wisata di Kabupaten Madiun

No	Objek Wisata	Harga Tiket	Event	Amenitas	Kuliner
1	Waduk Bening Widas	Rp5.000– Rp10.000	Camping, gathering komunitas, event otomotif, pemancingan	Parkir, toilet, musala, gazebo, kolam renang, area bermain, camping ground	Ikan bakar, gorengan, jagung bakar, warung makan
2	Umbul Square	± Rp20.000	Hiburan keluarga, event liburan sekolah	Kolam renang, area bermain, parkir, food court	Makanan cepat saji, snack, minuman
3	Nusantara Edupark	Rp50.000– Rp60.000	Event edukasi, family gathering, hiburan anak	Wahana air, mini zoo, restoran, wifi, lifeguard	Restoran keluarga, aneka makanan modern

No	Objek Wisata	Harga Tiket	Event	Amenitas	Kuliner
4	Pasar Pundensari	Gratis / tiket event tertentu	Festival budaya, kuliner tradisional, hiburan lokal	Area tempat duduk, spot foto, pertunjukan	UMKM, kuliner tradisional khas desa
5	Rumah Coklat Bodag	Rp10.000–Rp15.000	Edukasi cokelat, workshop, wisata edukasi	Cafe, area edukasi, parkir, toilet	Olahan cokelat khas, minuman cokelat
6	Wana Wisata Grape	Rp5.000–Rp10.000	Camping, outbound, kegiatan alam	Area toilet, gazebo	camping, musala, Warung makan sederhana, kopi, mie instan

Sumber: Data Primer (diolah peneliti, 2026)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa Waduk Bening Widas memiliki keunggulan dari sisi harga tiket yang relatif terjangkau dan daya tarik wisata alam. Namun, jika dibandingkan dengan objek wisata lain seperti Nusantara Edupark, Umbul Square, Rumah Coklat Bodag, dan Pasar Pundensari, Waduk Bening Widas masih menghadapi tantangan pada aspek keberagaman event, kelengkapan amenities, dan penguatan daya tarik kuliner. Kondisi ini menunjukkan bahwa penurunan jumlah kunjungan tidak hanya dapat dikaitkan dengan daya tarik alam, tetapi juga perlu dikaji melalui faktor-faktor lain yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan.

Minat berkunjung merupakan kecenderungan atau niat seseorang untuk melakukan kunjungan terhadap suatu destinasi wisata berdasarkan persepsi dan evaluasi terhadap nilai yang ditawarkan (Huda & Chrismardan, 2023). Dalam perspektif perilaku konsumen, minat berkunjung dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan persepsi nilai, pengalaman, serta daya tarik destinasi (Ginting & Winata, 2023). Oleh karena itu, penting untuk

mengidentifikasi faktor-faktor utama yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam menentukan keputusan kunjungan.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi minat berkunjung wisatawan adalah harga tiket. Harga tiket merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh wisatawan untuk memperoleh pengalaman wisata yang ditawarkan oleh suatu destinasi. Menurut Kotler & Armstrong (2018), harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa, yang sekaligus mencerminkan persepsi kualitas dan nilai yang diterima oleh konsumen. Dalam konteks pariwisata, harga tiket tidak hanya berfungsi sebagai biaya masuk, tetapi juga menjadi indikator awal bagi wisatawan dalam menilai kualitas suatu destinasi wisata. Wisatawan seringkali menggunakan harga sebagai sinyal kualitas (*price as a signal of quality*), terutama ketika informasi mengenai kualitas destinasi belum sepenuhnya diketahui (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, harga memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi awal wisatawan terhadap suatu objek wisata.

Minat berkunjung wisatawan merupakan kecenderungan atau niat seseorang untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi berdasarkan evaluasi terhadap manfaat yang akan diperoleh (Kotler & Keller, 2016). Dalam proses pengambilan keputusan, wisatawan tidak hanya mempertimbangkan satu faktor, melainkan melakukan evaluasi menyeluruh terhadap atribut destinasi. Salah satu aspek utama dalam evaluasi tersebut adalah perbandingan antara harga yang dibayarkan dengan pengalaman yang didapatkan. Jika wisatawan

merasa bahwa harga tiket yang dibayarkan sesuai atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh, maka akan terbentuk persepsi nilai (*perceived value*). Zeithami (1998), menjelaskan bahwa persepsi nilai merupakan penilaian keseluruhan konsumen terhadap kegunaan suatu produk berdasarkan perbandingan antara apa yang diterima dan apa yang diberikan. Konsep ini dikenal sebagai *value for money*, yang menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan kepuasan dan minat berkunjung wisatawan.

Pada objek wisata Waduk Bening Widas, biaya masuk atau biaya untuk pengunjung tergolong terjangkau. Berdasarkan percakapan, biaya yang biasa diberikan berkisar antara Rp5.000 hingga Rp10.000, terutama bagi pengunjung yang datang untuk memancing. Narasumber juga menyampaikan bahwa saat berkunjung ke sana, ia hanya memberikan Rp5.000. Namun, pada waktu tertentu seperti musim Lebaran, harga dapat meningkat. Dalam percakapan disebutkan bahwa harga untuk pengunjung dari luar bisa mencapai sekitar Rp35.000. Hal ini menunjukkan bahwa tarif di Waduk Bening Widas dapat berbeda antara hari biasa dan musim ramai.

Meskipun harga yang murah dapat menarik minat wisatawan, hal tersebut belum tentu menjamin banyaknya pengunjung. Wisatawan tetap mempertimbangkan fasilitas, kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan aktivitas yang tersedia. Oleh karena itu, selain menjaga harga tetap terjangkau, pengelola juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas wisata. Permasalahan yang sering muncul adalah adanya ketidaksesuaian antara harga tiket dengan kualitas fasilitas dan pengalaman wisata yang dirasakan

oleh pengunjung. Menurut Monroe (2003), konsumen akan mengevaluasi harga berdasarkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diterima. Apabila wisatawan merasa bahwa harga yang dibayarkan tidak sebanding dengan fasilitas, kebersihan, kenyamanan, maupun aktivitas yang tersedia, maka persepsi nilai akan menurun dan berdampak pada rendahnya minat berkunjung. Kondisi ini menunjukkan bahwa harga yang rendah tidak selalu menghasilkan persepsi positif, melainkan dapat menimbulkan persepsi bahwa destinasi tersebut memiliki kualitas yang rendah (*low price–low quality perception*). Persepsi ini dapat menurunkan kepercayaan wisatawan dan mengurangi minat untuk berkunjung, terutama bagi wisatawan yang mencari pengalaman wisata yang berkualitas.

Selain itu, dalam kondisi persaingan antar destinasi wisata yang semakin ketat, wisatawan cenderung melakukan perbandingan harga dengan destinasi lain yang menawarkan fasilitas dan pengalaman yang lebih baik. Dalam teori perilaku konsumen, hal ini dikenal sebagai *comparative evaluation*, di mana konsumen akan membandingkan beberapa alternatif sebelum mengambil keputusan (Kotler & Keller, 2016). Jika destinasi lain menawarkan fasilitas yang lebih lengkap, pelayanan yang lebih baik, serta pengalaman yang lebih menarik dengan harga yang relatif sama, maka wisatawan cenderung memilih destinasi tersebut. Dengan kata lain, harga tidak berdiri sendiri, melainkan harus dilihat dalam konteks nilai relatif dibandingkan dengan destinasi lain.

Lebih lanjut, pengaruh harga terhadap minat berkunjung juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik wisatawan, seperti tingkat pendapatan, preferensi, serta tujuan kunjungan. Wisatawan dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi mungkin tidak terlalu sensitif terhadap harga, tetapi lebih mempertimbangkan kualitas dan pengalaman. Sebaliknya, wisatawan dengan keterbatasan anggaran akan lebih sensitif terhadap harga dan cenderung memilih destinasi dengan biaya yang lebih rendah (Schiffman & Wisenblit, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap minat berkunjung bersifat relatif dan dipengaruhi oleh kondisi individu wisatawan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga tiket memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan, namun pengaruh tersebut tidak bersifat sederhana dan linier. Harga yang sesuai dengan kualitas dan pengalaman wisata akan meningkatkan persepsi nilai dan mendorong minat berkunjung, sedangkan ketidaksesuaian antara harga dan manfaat yang diperoleh akan menurunkan persepsi nilai dan berdampak pada rendahnya minat wisatawan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola destinasi wisata untuk menetapkan harga tiket yang tidak hanya terjangkau, tetapi juga sebanding dengan kualitas layanan, fasilitas, dan pengalaman yang diberikan kepada wisatawan, sehingga mampu menciptakan persepsi nilai yang positif dan meningkatkan daya tarik destinasi secara berkelanjutan.

Selain harga, event pariwisata juga menjadi faktor penting dalam menarik wisatawan. Event merupakan salah satu bentuk daya tarik wisata (*tourism attraction*) yang dirancang untuk memberikan pengalaman khusus

kepada wisatawan dalam jangka waktu tertentu (Getz, 2012). Event yang diselenggarakan secara menarik dan konsisten mampu meningkatkan daya tarik destinasi serta menciptakan pengalaman yang berbeda bagi wisatawan (A. C. Simanjuntak, 2021). Dalam konteks pariwisata modern, event tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai strategi pemasaran destinasi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Minat berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh pengalaman yang ditawarkan oleh suatu destinasi. Event mampu menciptakan pengalaman yang unik, berbeda, dan tidak dapat diperoleh setiap saat, sehingga menjadi faktor pendorong bagi wisatawan untuk berkunjung. Menurut teori perilaku konsumen, pengalaman yang bersifat unik dan emosional akan meningkatkan ketertarikan dan niat kunjungan (*behavioral intention*) wisatawan (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, semakin menarik dan variatif event yang diselenggarakan, maka semakin besar pula peluang meningkatnya minat berkunjung wisatawan.

Dalam konteks Waduk Bening Widas, berbagai kegiatan dan event telah dilakukan, baik secara formal maupun berbasis komunitas. Berdasarkan kondisi di lapangan, Waduk Bening Widas sering dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan seperti event komunitas otomotif “2 Stroke Kota Pendekar”, kegiatan Pramuka, camping, kegiatan outbound, serta aktivitas pemancingan. Selain itu, kawasan waduk juga sering digunakan untuk kegiatan gathering, festival komunitas, hingga kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat. Kegiatan seperti camping dan pemancingan juga menjadi daya tarik utama karena

didukung oleh kondisi alam yang luas dan alami . Aktivitas-aktivitas tersebut pada dasarnya merupakan bentuk event yang mampu meningkatkan daya tarik destinasi dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih beragam.

Namun demikian, dalam praktiknya, event tidak selalu memberikan dampak yang signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Permasalahan yang sering terjadi adalah event yang diselenggarakan bersifat tidak konsisten dan kurang terjadwal dengan baik. Banyak event yang hanya berlangsung sesaat dan tidak berkelanjutan, sehingga hanya mampu meningkatkan jumlah kunjungan dalam jangka pendek, tetapi tidak mampu mempertahankan minat wisatawan dalam jangka panjang. Selain itu, kurangnya promosi dan publikasi event juga menyebabkan informasi mengenai kegiatan tersebut tidak tersebar secara luas, sehingga tidak mampu menarik wisatawan dari luar daerah.

Permasalahan lain yang muncul adalah kurangnya integrasi antara event dengan fasilitas dan pengelolaan destinasi. Event yang menarik tidak akan memberikan dampak optimal apabila tidak didukung oleh amenities yang memadai, seperti fasilitas parkir, kebersihan, keamanan, dan kenyamanan lokasi. Kondisi ini dapat menurunkan kualitas pengalaman wisatawan meskipun event yang diselenggarakan cukup menarik.

Hal ini menunjukkan bahwa event tidak dapat berdiri sendiri, melainkan harus didukung oleh faktor lain agar dapat memberikan pengaruh yang maksimal terhadap minat berkunjung wisatawan. Selain itu, terdapat kemungkinan bahwa jenis event yang diselenggarakan belum sepenuhnya sesuai dengan preferensi wisatawan yang beragam. Sebagai contoh, event

komunitas seperti otomotif atau kegiatan Pramuka mungkin hanya menarik segmen tertentu, tetapi belum tentu menarik bagi wisatawan umum. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan event dalam meningkatkan minat berkunjung sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara jenis event dengan target pasar wisatawan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa event pariwisata memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan, namun pengaruh tersebut tidak bersifat otomatis. Event yang diselenggarakan secara menarik, konsisten, dan sesuai dengan preferensi wisatawan akan mampu meningkatkan minat berkunjung. Sebaliknya, event yang tidak terkelola dengan baik, tidak berkelanjutan, serta kurang dipromosikan secara optimal tidak akan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan.

Faktor lainnya yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan adalah amenitas atau fasilitas wisata. Amenitas merupakan segala bentuk fasilitas pendukung yang disediakan oleh pengelola destinasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama melakukan kegiatan wisata, seperti fasilitas umum, sarana rekreasi, serta layanan penunjang lainnya (Cooper *et al.*, 2008). Fasilitas yang lengkap, bersih, nyaman, dan aman akan memberikan pengalaman positif bagi wisatawan sehingga dapat meningkatkan minat berkunjung (Lestari *et al.*, 2022). Dalam konteks pariwisata, amenitas tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi menjadi faktor utama dalam menentukan kualitas pengalaman wisata yang dirasakan oleh pengunjung.

Kelengkapan fasilitas menjadi aspek penting dalam menarik wisatawan. Semakin lengkap fasilitas yang tersedia, seperti area parkir, toilet, musala, tempat makan, tempat istirahat, serta sarana rekreasi, maka semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan selama berada di lokasi wisata. Pada objek wisata Waduk Bening Widas, berbagai fasilitas telah tersedia untuk menunjang kebutuhan wisatawan, seperti area parkir yang luas, musala, toilet umum, taman bermain anak, gazebo, dermaga, penyewaan perahu, kolam renang, penginapan, warung kuliner, serta area pemancingan dan camping ground. Selain itu, waduk ini juga menyediakan ruang terbuka hijau yang luas serta area untuk kegiatan seperti piknik keluarga, camping, dan kegiatan komunitas .

Selain kelengkapan, kebersihan fasilitas juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Fasilitas yang bersih, terutama toilet, area makan, dan lingkungan sekitar, akan meningkatkan kenyamanan serta memberikan kesan positif bagi wisatawan. Sebaliknya, kondisi fasilitas yang kotor dapat menurunkan kepuasan dan membuat wisatawan enggan untuk kembali berkunjung. Dalam praktiknya, kebersihan di destinasi wisata alam seperti Waduk Bening Widas masih menjadi tantangan, karena seringkali dipengaruhi oleh perilaku pengunjung yang kurang disiplin dalam menjaga kebersihan lingkungan, seperti membuang sampah sembarangan .

Faktor kenyamanan juga sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung. Kenyamanan wisatawan dapat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang teduh, tersedianya tempat duduk atau gazebo, suasana yang tidak terlalu padat,

serta udara yang sejuk dan alami. Waduk Bening Widas memiliki keunggulan dari sisi kenyamanan karena dikelilingi oleh pepohonan rindang dan memiliki area yang luas, sehingga memberikan suasana yang tenang dan cocok untuk rekreasi keluarga maupun kegiatan relaksasi . Kenyamanan ini menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Selain itu, aspek keamanan juga tidak kalah penting dalam memengaruhi keputusan wisatawan. Keamanan mencakup keselamatan pengunjung selama berada di lokasi wisata, termasuk keamanan area parkir, keselamatan di sekitar perairan waduk, serta pengawasan terhadap aktivitas wisata. Destinasi yang dianggap aman akan meningkatkan rasa percaya wisatawan, sedangkan kondisi yang berisiko dapat menurunkan minat berkunjung. Pada Waduk Bening Widas, keamanan menjadi perhatian penting karena lokasi wisata berada di area perairan terbuka, sehingga pengawasan terhadap aktivitas seperti berenang, memancing, dan camping sangat diperlukan.

Namun demikian, dalam praktiknya terdapat beberapa permasalahan terkait amenities yang dapat memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Pertama, meskipun fasilitas telah tersedia, namun tidak semua fasilitas terkelola secara optimal, baik dari segi perawatan maupun kebersihannya. Kedua, terdapat kemungkinan ketidakseimbangan antara jumlah pengunjung dengan kapasitas fasilitas yang tersedia, sehingga pada waktu tertentu dapat menimbulkan ketidaknyamanan, seperti area parkir yang penuh atau fasilitas umum yang kurang memadai. Ketiga, kurangnya kesadaran pengunjung dalam

menjaga kebersihan juga menjadi faktor yang dapat menurunkan kualitas lingkungan wisata.

Selain itu, fasilitas yang tersedia belum tentu sesuai dengan kebutuhan seluruh segmen wisatawan. Misalnya, fasilitas untuk wisata keluarga mungkin sudah memadai, tetapi fasilitas untuk wisatawan dengan kebutuhan khusus atau wisatawan premium mungkin masih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh amenities terhadap minat berkunjung tidak hanya ditentukan oleh keberadaan fasilitas, tetapi juga oleh kualitas, kebersihan, kenyamanan, serta kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan wisatawan.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa amenities memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Fasilitas yang lengkap, bersih, nyaman, dan aman akan meningkatkan kepuasan serta pengalaman positif wisatawan, sehingga mendorong minat untuk berkunjung kembali. Sebaliknya, fasilitas yang tidak terkelola dengan baik dapat menurunkan kualitas pengalaman wisata dan berdampak pada rendahnya minat berkunjung wisatawan.

Selanjutnya, kuliner juga menjadi bagian penting dalam pengalaman wisata, di mana keberagaman menu, kualitas rasa, serta kesesuaian harga dapat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi (Utami *et al.*, 2022). Dalam konteks pariwisata, kuliner tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar wisatawan, tetapi juga menjadi bagian dari daya tarik destinasi yang mampu menciptakan pengalaman unik dan berkesan. Menurut World Tourism Organization (2017), wisata kuliner merupakan salah satu elemen

penting dalam industri pariwisata yang mampu meningkatkan kepuasan dan pengalaman wisatawan secara keseluruhan.

Minat berkunjung wisatawan sangat dipengaruhi oleh pengalaman yang dirasakan selama berada di suatu destinasi, termasuk pengalaman konsumsi makanan. Wisatawan cenderung mencari tidak hanya keindahan alam, tetapi juga pengalaman kuliner yang menarik, baik dari segi variasi makanan, cita rasa, maupun keunikan lokal. Keberagaman menu menjadi salah satu faktor penting dalam menarik wisatawan, karena semakin banyak pilihan makanan yang tersedia, maka semakin besar kemungkinan wisatawan menemukan makanan yang sesuai dengan selera mereka. Variasi kuliner ini dapat mencakup makanan tradisional, makanan ringan, hingga makanan modern yang disesuaikan dengan preferensi wisatawan.

Dalam konteks Waduk Bening Widas, terdapat berbagai jenis kuliner yang dapat dinikmati oleh wisatawan, seperti ikan bakar, ikan goreng hasil tangkapan waduk, mie instan, jagung bakar, aneka gorengan, sate, serta makanan ringan dan minuman khas warung lokal (geokepo.id). Selain itu, keberadaan warung makan di sekitar area wisata memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk menikmati makanan tanpa harus meninggalkan lokasi wisata. Kuliner berbasis ikan menjadi daya tarik tersendiri karena memanfaatkan potensi alam waduk sebagai sumber bahan makanan.

Selain variasi makanan, kualitas rasa juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Makanan dengan rasa yang enak dan sesuai dengan selera wisatawan akan memberikan pengalaman positif dan

meningkatkan kepuasan. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan memengaruhi niat untuk melakukan pembelian ulang atau kunjungan ulang. Dalam konteks wisata, pengalaman kuliner yang memuaskan dapat menjadi alasan bagi wisatawan untuk kembali berkunjung ke destinasi yang sama.

Faktor berikutnya adalah kuliner, yang juga memengaruhi persepsi wisatawan. Harga makanan yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diberikan akan meningkatkan persepsi nilai (*value for money*) wisatawan. Sebaliknya, harga yang terlalu mahal atau tidak sesuai dengan kualitas makanan dapat menurunkan kepuasan dan minat berkunjung. Pada Waduk Bening Widas, harga kuliner relatif terjangkau, berkisar antara Rp5.000 hingga Rp25.000 per porsi tergantung jenis makanan (observasi lapangan dan kondisi umum wisata daerah). Harga yang relatif murah ini seharusnya menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan, terutama bagi wisatawan keluarga.

Selain itu, aspek kebersihan makanan dan lingkungan kuliner juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Kebersihan mencakup kebersihan tempat makan, peralatan, serta proses pengolahan makanan. Makanan yang disajikan dalam kondisi higienis akan meningkatkan kepercayaan wisatawan, sedangkan kondisi yang kurang bersih dapat menimbulkan persepsi negatif dan mengurangi minat untuk berkunjung kembali. Dalam destinasi wisata terbuka seperti Waduk Bening Widas,

kebersihan seringkali menjadi tantangan karena dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan perilaku pengunjung.

Namun demikian, terdapat beberapa permasalahan terkait kuliner yang dapat memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Pertama, keterbatasan variasi menu dapat membuat wisatawan merasa bosan dan tidak mendapatkan pengalaman kuliner yang beragam. Kedua, kualitas rasa makanan yang tidak konsisten antar pedagang dapat menurunkan kepuasan wisatawan. Ketiga, ketidaksesuaian harga dengan kualitas makanan dapat menimbulkan persepsi negatif. Keempat, masalah kebersihan yang kurang terjaga, baik dari segi tempat maupun makanan, dapat menurunkan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi tersebut.

Selain itu, kuliner yang tersedia belum tentu mampu menjadi daya tarik utama jika tidak memiliki keunikan atau ciri khas lokal yang kuat. Wisatawan saat ini cenderung mencari pengalaman kuliner yang autentik dan berbeda dari daerah lain. Apabila kuliner yang tersedia bersifat umum dan tidak memiliki identitas khas, maka daya tariknya menjadi terbatas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kuliner memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Variasi makanan yang beragam, kualitas rasa yang baik, harga yang sesuai, serta kebersihan yang terjaga akan meningkatkan kepuasan dan pengalaman wisatawan, sehingga mendorong minat berkunjung. Sebaliknya, masalah pada aspek kuliner dapat menurunkan kualitas pengalaman wisata dan berdampak pada rendahnya minat berkunjung wisatawan.

Secara teoritis, harga tiket, event, amenitas, dan kuliner merupakan faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Namun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya ketidakkonsistenan. Beberapa penelitian menemukan bahwa variabel-variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang berbeda (Fajrin *et al.*, 2021) ; (Ginting & Winata, 2023). Hal ini menunjukkan adanya ketidakpastian mengenai kekuatan pengaruh masing-masing variabel terhadap minat berkunjung wisatawan.

Selain itu, jika ditinjau dari fenomena empiris, Waduk Bening Widas memiliki potensi wisata yang cukup besar, namun justru mengalami penurunan jumlah pengunjung dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi destinasi dengan realisasi jumlah kunjungan wisatawan di lapangan. Dengan demikian, terdapat perbedaan antara teori, hasil penelitian terdahulu, dan kondisi empiris yang terjadi.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji secara empiris pengaruh harga tiket, event, amenitas, dan kuliner terhadap minat berkunjung wisatawan pada objek wisata Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata serta memberikan manfaat praktis sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola wisata dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi yang lebih efektif guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat

berkunjung wisatawan, seperti harga tiket, event, amenitas, dan kuliner, namun hasil penelitian tersebut belum menunjukkan konsistensi. Beberapa penelitian menemukan bahwa variabel-variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang berbeda. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan adanya ketidakpastian mengenai kekuatan pengaruh masing-masing variabel terhadap minat berkunjung wisatawan.

Berdasarkan fenomena empiris yang terjadi menunjukkan bahwa Waduk Bening Widas memiliki potensi wisata yang cukup besar dan berpeluang menjadi salah satu destinasi unggulan di Kabupaten Madiun. Potensi tersebut terlihat dari daya tarik alam yang dimiliki, seperti panorama waduk yang luas, suasana lingkungan yang masih asri, udara yang sejuk, serta pemandangan perbukitan di sekitar kawasan wisata. Keindahan alam tersebut menjadi salah satu faktor penting yang mampu menciptakan kenyamanan dan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Dalam kajian pariwisata, daya tarik alam merupakan salah satu komponen utama yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata (Yoeti, 2016)

Selain keindahan alam, Waduk Bening Widas juga menawarkan keberagaman aktivitas wisata yang dapat dilakukan oleh pengunjung. Kawasan wisata ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai tempat rekreasi biasa, tetapi juga menjadi lokasi berbagai aktivitas seperti pemancingan, camping, gathering komunitas, outbound, wisata keluarga, hingga kegiatan sosial masyarakat. Aktivitas tersebut memberikan pengalaman wisata yang lebih beragam

sehingga wisatawan tidak hanya menikmati pemandangan alam, tetapi juga memperoleh pengalaman rekreatif dan sosial secara langsung. Menurut Cooper *et al.* (2008), keberagaman aktivitas wisata dapat meningkatkan daya tarik suatu destinasi karena wisatawan cenderung mencari pengalaman yang unik dan berbeda ketika melakukan perjalanan wisata.

Dari sisi fasilitas, Waduk Bening Widas juga memiliki amenities yang cukup mendukung kegiatan wisata, seperti area parkir, toilet umum, musala, gazebo, warung makan, area pemancingan, camping ground, hingga fasilitas permainan dan rekreasi keluarga. Keberadaan fasilitas tersebut menjadi faktor pendukung penting dalam meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berkunjung. Dalam teori destinasi wisata, amenities merupakan salah satu unsur penting yang memengaruhi kualitas pengalaman wisatawan karena berkaitan langsung dengan kenyamanan, keamanan, dan kemudahan wisatawan selama berada di lokasi wisata (Middleton & Clarke, 2001).

Selain itu, kawasan Waduk Bening Widas juga sering dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan komunitas dan aktivitas sosial masyarakat. Kegiatan seperti camping komunitas, kegiatan Pramuka, event otomotif, hingga rekreasi keluarga menunjukkan bahwa destinasi wisata ini memiliki fungsi sosial yang cukup kuat bagi masyarakat sekitar. Aktivitas tersebut secara tidak langsung dapat meningkatkan eksistensi destinasi wisata melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) maupun media sosial yang dilakukan oleh pengunjung. Menurut Pitana & Gayatri (2005), interaksi sosial dan pengalaman wisata yang

positif dapat membentuk citra destinasi yang baik sehingga mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung.

Namun demikian, meskipun Waduk Bening Widas memiliki potensi wisata yang cukup besar, kondisi empiris menunjukkan adanya fenomena yang bertolak belakang. Berdasarkan data pengelola, jumlah pengunjung Waduk Bening Widas justru mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir, yaitu dari 103.327 pengunjung pada tahun 2022 menjadi 91.496 pengunjung pada tahun 2023, dan kembali menurun menjadi 76.087 pengunjung pada tahun 2024. Penurunan jumlah kunjungan tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara potensi destinasi wisata dengan realisasi jumlah kunjungan wisatawan di lapangan. Secara teoritis, destinasi wisata yang memiliki daya tarik alam yang baik, aktivitas wisata yang beragam, serta fasilitas yang memadai seharusnya mampu mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Akan tetapi, kondisi yang terjadi pada Waduk Bening Widas menunjukkan bahwa potensi wisata yang dimiliki belum sepenuhnya mampu mendorong peningkatan minat berkunjung wisatawan.

Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa minat berkunjung wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik alam semata, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang berkaitan dengan persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi. Dalam perspektif perilaku konsumen, keputusan wisatawan untuk berkunjung merupakan hasil evaluasi terhadap manfaat, pengalaman, serta nilai yang diperoleh dari suatu destinasi wisata

(Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan agar pengelola destinasi dapat merumuskan strategi pengembangan wisata yang lebih efektif.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Salah satu faktor yang sering diteliti adalah harga tiket. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa harga tiket berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan karena berkaitan dengan persepsi nilai (*perceived value*) yang diterima wisatawan. Semakin sesuai harga yang dibayarkan dengan manfaat dan pengalaman yang diperoleh, maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung (Fajrin *et al.*, 2021) ; (Zeithami, 1998). Dalam konsep *value for money*, wisatawan akan merasa puas apabila biaya yang dikeluarkan dianggap sebanding dengan kualitas pengalaman wisata yang diterima.

Namun demikian, harga tiket tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Qodriyah *et al.* (2023), menemukan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan pada destinasi Malang Smart Arena, sedangkan fasilitas wisata justru berpengaruh terhadap minat berkunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian wisatawan tidak hanya mempertimbangkan murah atau mahal nya harga tiket, tetapi juga menilai kualitas pengalaman wisata yang diperoleh selama berkunjung.

Dalam konteks pariwisata, keputusan wisatawan untuk berkunjung tidak hanya ditentukan oleh aspek harga, tetapi juga oleh persepsi nilai atau *perceived value*, yaitu penilaian konsumen terhadap kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima. Zeithami (1998), menjelaskan bahwa harga, persepsi kualitas, dan persepsi nilai saling berkaitan dalam membentuk penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, wisatawan cenderung tetap bersedia membayar lebih tinggi apabila destinasi mampu memberikan fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, keamanan, kenyamanan, serta pengalaman wisata yang memuaskan.

Sebaliknya, harga tiket yang murah belum tentu meningkatkan minat berkunjung apabila kualitas destinasi dianggap kurang memuaskan. Apabila fasilitas kurang terawat, kebersihan tidak terjaga, pelayanan kurang baik, atau aktivitas wisata kurang menarik, maka wisatawan dapat menilai bahwa pengalaman yang diperoleh tidak sebanding dengan biaya dan waktu yang dikeluarkan. Dengan demikian, hubungan antara harga tiket dan minat berkunjung bersifat dinamis, karena pengaruh harga sangat bergantung pada kualitas pengalaman wisata yang dirasakan oleh wisatawan. Temuan ini juga memperkuat adanya perbedaan hasil penelitian, karena beberapa studi lain justru menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.

Selain harga tiket, Event pariwisata merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong minat berkunjung wisatawan. Event dapat berbentuk festival budaya, konser musik, pameran, pertunjukan seni, kegiatan olahraga, 2 Strok

Kota Pendekar, maupun kegiatan tematik lain yang diselenggarakan pada suatu destinasi. Keberadaan event mampu meningkatkan daya tarik destinasi karena wisatawan tidak hanya datang untuk menikmati objek wisata, tetapi juga memperoleh pengalaman yang unik, berkesan, dan berbeda dari kunjungan biasa. Penelitian Simanjuntak (2018), menunjukkan bahwa event berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan karena mampu menciptakan pengalaman wisata yang khas. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian pada Penghu *Ocean Fireworks Festival* tahun 2024 yang menunjukkan bahwa pengalaman festival dapat meningkatkan kepuasan, kesejahteraan, dan revisit intention wisatawan. Selain itu, penelitian mengenai *ecotourism* di Indonesia tahun 2025 juga menunjukkan bahwa memorable *tourism experience* dan kepuasan wisatawan berperan penting dalam membentuk revisit intention.

Namun, event tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Event yang tidak memiliki konsep jelas, kurang konsisten, lemah dalam promosi, atau tidak sesuai dengan preferensi wisatawan cenderung hanya menjadi kegiatan seremonial dan belum tentu mampu membentuk niat kunjungan. Penelitian pada destinasi Gunung Dago Bogor menunjukkan bahwa event tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat berkunjung kembali, tetapi berpengaruh melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening. Hal ini menunjukkan bahwa event tidak cukup hanya diselenggarakan, melainkan harus mampu menciptakan kepuasan dan pengalaman yang bermakna. Sejalan dengan itu, penelitian Abdul Razak dan Shahril mengenai sport tourism event menemukan bahwa tidak semua atribut

event berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention wisatawan. Dengan demikian, pengaruh event terhadap minat berkunjung bersifat tidak otomatis, melainkan bergantung pada kualitas penyelenggaraan, keunikan konsep, kepuasan, citra destinasi, perceived value, dan memorable tourism experience yang dirasakan wisatawan.

Pada variabel amenitas, keberadaan fasilitas wisata memiliki peran penting dalam membentuk persepsi, kenyamanan, dan pengalaman wisatawan ketika berkunjung ke suatu destinasi. Amenitas mencakup fasilitas pendukung seperti area parkir, toilet, tempat ibadah, pusat informasi, restoran, penginapan, tempat istirahat, jaringan internet, serta fasilitas kebersihan dan keamanan. Semakin lengkap, bersih, aman, dan berkualitas fasilitas yang tersedia, maka semakin besar peluang wisatawan merasa nyaman dan memiliki minat untuk berkunjung maupun berkunjung kembali. Penelitian Lestari *et al.* (2022), menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan. Temuan tersebut diperkuat oleh Lintang *et al.* (2024), yang menemukan bahwa variabel amenity berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Pantai Gemah Tulungagung.

Namun, amenitas tidak selalu menjadi faktor utama yang menentukan minat berkunjung wisatawan. Dalam beberapa destinasi, terutama wisata alam, wisatawan lebih menekankan daya tarik utama seperti keindahan panorama, keaslian lingkungan, suasana alami, dan pengalaman emosional dibandingkan kelengkapan fasilitas. Hal ini didukung oleh penelitian pada Taman Tebing

Breksi yang menunjukkan bahwa variabel amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sementara atraksi, aksesibilitas, dan ansilari berpengaruh secara parsial. Temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas pendukung belum tentu menjadi pertimbangan utama apabila daya tarik destinasi lebih dominan. Selain itu, meta-analisis mengenai destination image dan behavioural intention juga menunjukkan bahwa citra destinasi, khususnya citra afektif dan keseluruhan, berperan penting dalam memprediksi niat perilaku wisatawan. Dengan demikian, pengaruh amenitas terhadap minat berkunjung tidak bersifat otomatis, melainkan bergantung pada karakteristik destinasi, kualitas pengalaman, citra destinasi, serta dominasi atraksi utama yang dirasakan wisatawan.

Selanjutnya, pada variabel kuliner, keberadaan wisata kuliner menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Kuliner tidak lagi dipandang hanya sebagai kebutuhan dasar wisatawan, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman wisata yang mampu memberikan kesan autentik, unik, dan berkesan. Wisatawan modern cenderung mencari kuliner khas daerah karena makanan lokal dapat mencerminkan identitas budaya, karakter daerah, serta memberikan pengalaman yang berbeda selama berwisata. Penelitian Utami & Kafabih (2021), menunjukkan bahwa wisata kuliner berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan karena mampu memberikan pengalaman yang berbeda dan memperkuat kesan terhadap destinasi. Temuan tersebut diperkuat oleh Mickial & Putra (2024),

yang menemukan bahwa daya tarik wisata kuliner berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Pantai Ampenan.

Namun, kuliner tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung apabila kuliner yang ditawarkan tidak memiliki keunikan, autentisitas, kualitas rasa, maupun keterkaitan yang kuat dengan identitas lokal. Dalam kondisi tersebut, kuliner hanya berfungsi sebagai kebutuhan konsumsi wisatawan, bukan sebagai daya tarik utama destinasi. Hal ini didukung oleh penelitian "*The Role of Gastronomic Experience in Tourist Revisit Intention*" yang menunjukkan bahwa tidak semua aspek pengalaman gastronomi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan maupun niat berkunjung kembali. Beberapa aspek seperti *tourist motivation*, *food safety*, dan *novelty* ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction* maupun *revisit intention*. Artinya, tidak semua unsur kuliner secara otomatis mampu mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali. Dengan demikian, kuliner baru dapat menjadi faktor pendorong minat berkunjung apabila memiliki keunikan, autentisitas, kualitas pengalaman, serta mampu membentuk kepuasan dan citra destinasi yang positif.

Selain itu, keterbaruan dalam penelitian ini juga terletak pada kondisi fenomena yang diteliti, yaitu adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada destinasi yang memiliki potensi alam yang kuat. Hal ini berbeda dengan sebagian besar penelitian terdahulu yang umumnya dilakukan pada destinasi wisata yang sedang berkembang atau mengalami peningkatan kunjungan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh variabel

terhadap minat berkunjung, tetapi juga mengkaji fenomena penurunan kunjungan wisatawan yang jarang diteliti pada konteks destinasi wisata berbasis waduk memiliki unsur keterbaruan (novelty) dibandingkan dengan penelitian terdahulu.

Banyak penelitian sebelumnya yang hanya berfokus pada satu atau dua variabel dalam menjelaskan minat berkunjung wisatawan, seperti hanya meneliti harga dan fasilitas, atau hanya daya tarik wisata saja. Dalam penelitian ini, peneliti memasukkan empat variabel sekaligus, yaitu harga tiket, event, amenitas, dan kuliner sebagai variabel independen, sehingga memberikan sudut pandang yang lebih komprehensif dalam menilai faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan.

Penelitian ini tidak hanya melihat pengaruh masing-masing variabel secara parsial, tetapi juga menempatkan keempat variabel tersebut dalam satu model penelitian untuk mengetahui pengaruh secara simultan serta mengidentifikasi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Hal ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses pengambilan keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata.

Penelitian ini dilakukan pada objek wisata Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun, yang merupakan destinasi wisata berbasis waduk atau perairan. Karakteristik ini berbeda dengan sebagian besar penelitian sebelumnya yang umumnya dilakukan pada destinasi wisata pantai, wisata kota, atau wisata buatan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan konteks

baru dalam kajian pariwisata, khususnya pada destinasi wisata berbasis alam perairan.

Penelitian ini didasarkan pada fenomena empiris berupa penurunan jumlah kunjungan wisatawan dalam beberapa tahun terakhir, yang bertolak belakang dengan tren peningkatan sektor pariwisata di Provinsi Jawa Timur. Hal ini memberikan sudut pandang baru dalam penelitian, yaitu tidak hanya mengkaji faktor peningkatan kunjungan, tetapi juga faktor penyebab penurunan minat berkunjung wisatawan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian Dengan judul: **“Pengaruh Harga Tiket, Event, Amenitas, dan Kuliner terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun.”**

B. Batasan Masalah

1. Penelitian ini difokuskan pada masyarakat yang mengetahui dan berkunjung ke objek wisata Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun.
2. Variabel independen (X) dalam penelitian ini dibatasi pada Harga Tiket, Event, Amenitas (Fasilitas Wisata), dan Kuliner.
3. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Minat Berkunjung wisatawan.
4. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediasi atau moderasi.

5. Penelitian ini dibatasi pada indikator variabel yang relevan dengan kondisi objek wisata Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun dan disesuaikan dengan instrumen penelitian, sehingga tidak membahas aspek lain di luar variabel harga tiket, event, amenitas, kuliner, dan minat berkunjung masyarakat.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah Harga tiket berpengaruh terhadap Minat Berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun?
2. Apakah Event berpengaruh terhadap Minat Berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun?
3. Apakah Amenitas (Fasilitas Wisata) berpengaruh terhadap Minat Berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun?
4. Apakah Kuliner berpengaruh terhadap Minat Berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun?
5. Apakah Harga Tiket, Event, Amenitas, dan Kuliner secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga Tiket terhadap Minat Berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun.
2. Untuk mengetahui pengaruh Event terhadap Minat Berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun.

3. Untuk mengetahui pengaruh Amenitas (Fasilitas Wisata) terhadap Minat Berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kuliner terhadap Minat Berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun.
5. Untuk mengetahui pengaruh Harga Tiket, Event, Amenitas, dan Kuliner secara simultan terhadap minat berkunjung masyarakat pada Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis, praktis, maupun akademis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang Manajemen Pemasaran Pariwisata, melalui penguatan penerapan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) dalam menjelaskan pengaruh harga tiket, event, amenities, dan kuliner terhadap minat berkunjung wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai Teori Perilaku Konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), khususnya terkait bagaimana atribut destinasi wisata memengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat

menjadi referensi ilmiah dalam pengembangan penelitian di bidang manajemen pemasaran pariwisata.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak, antara lain:

a. Bagi Pengelola Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata, khususnya dalam menentukan harga tiket yang sesuai, menyelenggarakan event yang menarik, meningkatkan kualitas amenities, serta mengembangkan potensi kuliner sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Waduk Bening Widas Kabupaten Madiun.

b. Bagi Pemerintah Kabupaten Madiun

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam penyusunan kebijakan dan program pengembangan sektor pariwisata, khususnya dalam meningkatkan kualitas destinasi wisata melalui penyediaan fasilitas yang memadai, penyelenggaraan event, serta pengembangan potensi wisata daerah guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

c. Bagi Pelaku Usaha dan UMKM di Kawasan Waduk Bening Widas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan bahan evaluasi bagi pelaku usaha maupun UMKM yang bergerak di sektor kuliner dan jasa wisata dalam meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta inovasi usaha sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

d. Bagi Wisatawan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi wisatawan dalam memilih destinasi wisata sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan harapan mereka.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, maupun akademisi yang akan melakukan penelitian pada bidang Manajemen, khususnya Manajemen Pemasaran Pariwisata, mengenai pengaruh harga tiket, event, amenitas, dan kuliner terhadap minat berkunjung wisatawan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur untuk pengembangan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel, metode penelitian, maupun objek penelitian yang berbeda sehingga dapat memperluas kajian mengenai perilaku wisatawan dalam menentukan minat berkunjung.