BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk melakukan kegiatan rekreasi dan wisata alam (Hasan et al., 2026). Sektor pariwisata menjadi salah satu penggerak perekonomian daerah yang mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pembangunan infrastruktur. Dalam kondisi persaingan destinasi wisata yang semakin ketat, pengelola objek wisata dituntut untuk mampu menciptakan daya saing melalui promosi yang efektif, daya tarik wisata yang unik, aksesibilitas yang memadai, serta penetapan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima pengunjung (Suhartapa, 2021).

Objek wisata sebagai salah satu penyedia layanan rekreasi dan hiburan memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan aktivitas wisata yang menarik, nyaman, dan berkesan (Nurzakkiyyah et al., 2025). Destinasi wisata hadir sebagai sarana bagi wisatawan untuk menikmati keindahan alam, memperoleh pengalaman baru, serta melepas penat dari aktivitas sehari-hari. Namun, secara umum destinasi wisata yang telah memiliki popularitas tinggi dan dikenal luas oleh masyarakat cenderung lebih mudah menarik perhatian wisatawan karena memiliki daya tarik yang kuat, fasilitas yang memadai, akses yang mudah dijangkau, serta promosi yang dilakukan secara intensif melalui berbagai media (Yusta et al., 2026). Kondisi tersebut

menyebabkan destinasi wisata yang sedang berkembang menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Salah satu destinasi wisata yang berkembang di Kabupaten Karanganyar adalah Kemuning Sky Hills. Destinasi wisata ini menawarkan panorama alam pegunungan yang indah, jembatan kaca, serta berbagai spot foto yang menarik sehingga mampu menarik perhatian wisatawan dari berbagai daerah. Namun, tingginya jumlah destinasi wisata yang menawarkan konsep serupa menyebabkan pengelola perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Keputusan berkunjung merupakan proses yang dilakukan wisatawan dalam memilih dan menentukan destinasi wisata yang akan dikunjungi berdasarkan berbagai pertimbangan, baik yang berasal dari faktor internal maupun eksternal.

Meskipun Kemuning Sky Hills memiliki berbagai keunggulan seperti panorama alam pegunungan yang indah, jembatan kaca, serta beragam spot foto yang menarik, banyak wisatawan masih mempertimbangkan destinasi lain yang dinilai lebih populer, memiliki fasilitas yang lebih lengkap, serta menawarkan pengalaman wisata yang berbeda. Seiring meningkatnya preferensi wisatawan terhadap destinasi yang memiliki daya tarik unik, aksesibilitas yang mudah, informasi yang mudah diperoleh melalui promosi, serta harga tiket yang sesuai dengan manfaat yang diterima, maka pengelola destinasi wisata perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan (Karna & Lestari, 2026).

Kemuning Sky Hills sebagai salah satu destinasi wisata yang sedang berkembang di Kabupaten Karanganyar juga terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisata bagi para pengunjung. Berbagai fasilitas pendukung, panorama alam pegunungan yang menarik, serta ikon wisata berupa jembatan kaca menjadi daya tarik utama yang ditawarkan kepada wisatawan. Dalam pengelolaannya, Kemuning Sky Hills menghadapi tantangan berupa persaingan dengan berbagai destinasi wisata lain yang menawarkan konsep wisata alam serupa, fasilitas yang lebih lengkap, serta strategi promosi yang lebih intensif melalui berbagai platform digital.

Pertumbuhan sektor pariwisata yang semakin pesat seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata alam dan wisata berbasis pengalaman menyebabkan tingkat persaingan antar destinasi wisata menjadi semakin tinggi (Hendrajana, 2026). Oleh karena itu, setiap pengelola destinasi wisata dituntut untuk mampu mengembangkan strategi yang tepat guna menarik minat wisatawan dan meningkatkan jumlah kunjungan. Dalam kondisi tersebut, promosi yang efektif, daya tarik wisata yang unik, aksesibilitas yang memadai, serta harga tiket masuk yang sesuai menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan karena dapat memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih dan mengunjungi suatu destinasi wisata. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, pengelola Kemuning Sky Hills diharapkan dapat meningkatkan daya saing destinasi serta menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung.

Tabel 1. 1 Rata-Rata Pengunjung Wisata Magetan

Wisaata	Average Pengunjung
Bumi Perkemahan Mojosemi Mojosemi Camping Ground	1164
Puncak Lawu/Cemoro Sewu Lawu Peak/Cemoro Sewu	13747
Candi Simbatan Wetan/Petirtaan Dewi Sri Simbatan Wetan Temple/Petirtaan Dewi Sri	422
Kemuning Sky Hills	35782
Mojosemi Forest Park	166567
Bumi Perkemahan Sarangan Sarangan Camping Ground	333
Taman Genilangit Genilangit Park	35305
Kebun Bunga Refugia	70090
Bukit Sekipan	65195
The Lawu Park	49734
Taman Wisata Desa Jabung	37187
Magetan Green Garden	12955
Randugede Hidden Paradise	1810

Sumber : BPS Magetan, 2026

Berdasarkan data rata-rata jumlah pengunjung beberapa destinasi wisata di wilayah Kabupaten Magetan dan sekitarnya, terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada setiap objek wisata menunjukkan variasi yang cukup signifikan. Destinasi wisata dengan rata-rata jumlah pengunjung tertinggi adalah Mojosemi Forest Park sebesar 166.567 pengunjung, diikuti Kebun Bunga Refugia sebanyak 70.090 pengunjung, Bukit Sekipan sebanyak 65.195 pengunjung, dan Lawu Park sebesar 49.734 pengunjung. Sementara itu, Kemuning Sky Hills memiliki rata-rata jumlah pengunjung sebesar 35.782 pengunjung, yang menempatkannya sebagai salah satu destinasi wisata yang cukup diminati di kawasan lereng Gunung Lawu. Meskipun demikian, jumlah kunjungan Kemuning Sky Hills masih berada di bawah beberapa destinasi wisata unggulan lainnya seperti Mojosemi Forest Park, Kebun Bunga Refugia, Bukit Sekipan, dan Lawu Park. Padahal, Kemuning Sky Hills memiliki daya tarik yang khas berupa panorama alam pegunungan,

Perbedaan jumlah pengunjung tersebut mengindikasikan adanya faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata yang akan dikunjungi (Fawwas et al., 2024). Wisatawan cenderung mempertimbangkan berbagai aspek seperti promosi yang dilakukan pengelola, daya tarik yang dimiliki destinasi wisata, kemudahan akses menuju lokasi, serta harga tiket masuk yang harus dibayarkan. Apabila faktor-faktor tersebut mampu memenuhi harapan wisatawan, maka kemungkinan wisatawan untuk memilih dan mengunjungi suatu destinasi akan semakin tinggi. Sebaliknya, apabila promosi kurang optimal, daya tarik kurang kompetitif, akses menuju lokasi kurang memadai, atau harga dianggap tidak sesuai dengan manfaat yang diperoleh, maka keputusan wisatawan untuk berkunjung dapat menurun (Agustin & Azizah, 2025).

Pada aspek daya tarik, Kemuning Sky Hills dikenal sebagai salah satu destinasi wisata yang menawarkan panorama alam pegunungan yang indah serta jembatan kaca yang menjadi ikon wisata dan mampu menarik perhatian wisatawan. Daya tarik yang dimiliki berupa pemandangan alam, udara yang sejuk, spot foto yang menarik, serta pengalaman wisata yang unik menjadi alasan utama wisatawan berkunjung. Namun, perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif menyebabkan munculnya berbagai destinasi wisata baru yang menawarkan konsep serupa dengan fasilitas yang lebih beragam dan atraksi yang lebih inovatif. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara daya tarik yang diharapkan wisatawan dengan pengalaman yang mereka rasakan saat berkunjung(Harefa & Siregar, 2025). Sebagian wisatawan mulai

membandingkan Kemuning Sky Hills dengan destinasi lain yang menawarkan wahana lebih lengkap, fasilitas pendukung yang lebih memadai, serta pengalaman wisata yang lebih beragam.

Akibatnya, daya tarik yang dimiliki Kemuning Sky Hills masih memiliki ruang untuk terus dikembangkan agar mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Selain keindahan alam yang menjadi daya tarik utama, wisatawan saat ini juga mengharapkan adanya inovasi atraksi wisata, fasilitas yang nyaman, serta pengalaman yang memberikan kesan berbeda dibandingkan destinasi wisata lainnya. Kesenjangan persepsi tersebut menunjukkan perlunya pengembangan daya tarik wisata secara berkelanjutan agar Kemuning Sky Hills tetap mampu bersaing dan menjadi pilihan wisatawan. Selain itu, aksesibilitas yang mudah serta harga tiket masuk yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, pengelola perlu memperhatikan faktor daya tarik, aksesibilitas, dan harga sebagai upaya meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan ke Kemuning Sky Hills.

Kemuning Sky Hills memiliki lokasi yang berada di kawasan wisata Kemuning, Kabupaten Karanganyar, yang cukup dikenal oleh wisatawan. Akses menuju lokasi dapat ditempuh menggunakan kendaraan pribadi dengan kondisi jalan yang relatif baik serta didukung oleh petunjuk arah yang tersedia melalui berbagai platform digital. Namun, perkembangan destinasi wisata yang semakin pesat menimbulkan kesenjangan antara aksesibilitas yang diharapkan wisatawan dengan kondisi yang mereka rasakan saat melakukan perjalanan

menuju lokasi wisata. Sebagian wisatawan membandingkan Kemuning Sky Hills dengan destinasi lain yang memiliki akses jalan lebih luas, waktu tempuh yang lebih singkat, serta dukungan transportasi yang lebih memadai. Akibatnya, aksesibilitas menuju Kemuning Sky Hills masih dinilai memiliki ruang untuk ditingkatkan, terutama dalam hal kemudahan perjalanan, kelancaran akses pada saat musim liburan, serta ketersediaan informasi rute yang lebih lengkap dan mudah dipahami wisatawan. Selain itu, wisatawan juga cenderung mempertimbangkan faktor kenyamanan perjalanan, kondisi jalan, kemudahan menemukan lokasi, serta efisiensi waktu tempuh sebelum memutuskan untuk berkunjung(Blegur et al., 2023). Kesenjangan persepsi tersebut menunjukkan perlunya peningkatan aksesibilitas sebagai salah satu faktor yang dapat mendukung keputusan berkunjung wisatawan. Dengan akses yang semakin mudah dan nyaman, Kemuning Sky Hills diharapkan mampu menarik lebih banyak wisatawan serta meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan destinasi wisata yang semakin ketat.

Pada aspek harga, Kemuning Sky Hills menetapkan harga tiket masuk yang relatif terjangkau bagi berbagai kalangan wisatawan. seluruh pengunjung Kemuning Sky Hills membayar harga tiket yang sama, setiap pengunjung dapat memiliki persepsi yang berbeda terhadap harga tersebut. Ada pengunjung yang menilai harga tiket sudah sesuai dengan fasilitas, pemandangan, dan pengalaman wisata yang diperoleh (*value for money*), sementara pengunjung lain dapat menilai harga tersebut terlalu mahal atau bahkan terlalu murah. Dengan demikian, variabel harga dalam penelitian ini tidak mengukur besarnya

nominal tiket, melainkan mengukur persepsi wisatawan mengenai keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas objek wisata, manfaat yang diterima, serta kewajaran harga dibandingkan destinasi wisata sejenis. Perbedaan persepsi inilah yang diduga memengaruhi keputusan seseorang untuk berkunjung ke Kemuning Sky Hills. Perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif menimbulkan kesenjangan antara harga yang diharapkan wisatawan dengan persepsi nilai yang mereka terima (Indrianti & Apriadi, 2025).

Sebagian wisatawan membandingkan harga tiket masuk Kemuning Sky Hills dengan destinasi wisata lain yang menawarkan fasilitas, wahana, atau pengalaman wisata yang dianggap lebih lengkap dengan harga yang relatif serupa. Akibatnya, harga tiket masuk Kemuning Sky Hills masih menjadi aspek yang perlu diperhatikan agar tetap sesuai dengan harapan wisatawan. Selain mempertimbangkan keterjangkauan harga, wisatawan juga cenderung memperhatikan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan kualitas fasilitas, kenyamanan, pelayanan, serta pengalaman wisata yang diperoleh (Naraditha et al., 2026). Kesenjangan persepsi tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga tidak hanya harus terjangkau, tetapi juga mampu mencerminkan nilai yang dirasakan oleh wisatawan (Nisa & Sudarti, 2025). Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat diharapkan dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan serta memperkuat daya saing Kemuning Sky Hills di tengah persaingan destinasi wisata yang semakin ketat.

Keputusan berkunjung merupakan salah satu tahapan penting dalam perilaku wisatawan yang dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan sebelum memilih suatu destinasi wisata (Yosandri & Eviana, 2022). Penelitian menunjukkan bahwa wisatawan yang memperoleh informasi yang jelas, menemukan daya tarik yang sesuai dengan harapan, memiliki kemudahan akses menuju lokasi, serta merasakan kesesuaian antara harga tiket dan manfaat yang diperoleh cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi untuk mengunjungi suatu destinasi wisata (Faradila et al., 2021). Keputusan berkunjung juga dipengaruhi oleh persepsi wisatawan terhadap kualitas pengalaman yang akan diperoleh selama melakukan kunjungan (Novitasari et al., 2026). Oleh karena itu, destinasi wisata perlu memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan wisatawan agar mampu meningkatkan jumlah kunjungan dan daya saing destinasi.

Berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung tersebut, penulis memberikan batasan dalam penelitian yang dilakukan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi, daya tarik, aksesibilitas, dan harga sebagai variabel independen yang diduga memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan sebagai variabel dependen. Promosi merupakan aktivitas komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi dan menarik minat wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Daya tarik merupakan segala sesuatu yang dimiliki destinasi wisata yang mampu menciptakan ketertarikan bagi wisatawan untuk berkunjung. Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan wisatawan dalam mencapai lokasi wisata,

sedangkan harga merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan wisatawan untuk memperoleh pengalaman wisata yang ditawarkan. Keempat faktor tersebut dianggap penting karena dapat memengaruhi pertimbangan dan keputusan wisatawan dalam memilih untuk berkunjung ke Kemuning Sky Hills Kabupaten Karanganyar.

Promosi merupakan salah satu upaya yang dilakukan pengelola destinasi wisata dalam mengenalkan, menginformasikan, serta menarik minat wisatawan terhadap suatu objek wisata (Rompas et al., 2020). Promosi yang efektif adalah kegiatan komunikasi pemasaran yang mampu menyampaikan informasi secara jelas, menarik, dan berkelanjutan melalui berbagai media, baik media digital maupun konvensional, sehingga dapat meningkatkan daya tarik wisata di mata calon pengunjung (Fauzuna et al., 2024). Promosi yang optimal akan memperluas jangkauan informasi, membentuk citra positif, serta meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata. Oleh karena itu, promosi menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Kemuning Sky Hills, Karanganyar.



Sumber : Instagram.com, 2026

Gambar 1. 1 Instagram Kemuning Sky Hills

Selain jumlah pengunjung yang masih harus bersaing dengan destinasi wisata lain, permasalahan juga ditemukan pada aspek promosi di Kemuning Sky Hills. Berdasarkan hasil observasi awal, kegiatan promosi yang dilakukan belum sepenuhnya optimal dalam menarik minat calon pengunjung. Hal ini terlihat dari masih terbatasnya intensitas promosi melalui media digital, kurangnya variasi konten yang menonjolkan keunikan destinasi, serta pemanfaatan media sosial yang belum maksimal sebagai sarana informasi wisata karena jarang dan hamper tidak update perhari atau perminggunya. Situasi ini berpotensi memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Kemuning Sky Hills.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Simanjuntak, 2024). Promosi yang efektif mampu meningkatkan informasi dan pengetahuan wisatawan mengenai suatu destinasi, sehingga mendorong minat untuk melakukan kunjungan (Fauziyyah et al.,

2025). Bentuk promosi seperti media sosial, iklan digital, maupun rekomendasi dari pengunjung lain dapat memperkuat citra destinasi wisata di mata calon wisatawan. Penelitian sebelumnya juga menjelaskan bahwa semakin intens dan menarik kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata, maka semakin tinggi pula peluang wisatawan untuk memutuskan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa promosi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan di Kemuning Sky Hills, Karanganyar, karena mampu membangun awareness, ketertarikan, dan keinginan untuk datang langsung ke lokasi wisata.

Daya tarik juga memainkan peran besar dalam membentuk persepsi konsumen terhadap wisata kecantikan. Menurut Sitanggang et al. (2025) daya tarik yang kuat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan minat, kepercayaan, serta keyakinan konsumen untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Daya tarik merupakan segala sesuatu yang dimiliki suatu destinasi atau layanan yang mampu menarik perhatian dan keinginan konsumen untuk berkunjung atau menggunakan jasa yang tersedia (Guritno & Nugraheni, 2023). Daya tarik yang tinggi akan menciptakan ketertarikan konsumen serta mendorong keputusan untuk menggunakan layanan yang ditawarkan.

Daya tarik yang kuat akan menciptakan ketertarikan, rasa percaya, dan keyakinan konsumen dalam menggunakan layanan wisata kecantikan (Octresna & Margaretha, 2025). Daya tarik yang dibangun melalui kualitas hasil treatment, reputasi wisata, kenyamanan fasilitas, serta testimoni pelanggan dapat meningkatkan nilai wisata di mata konsumen karena dianggap

memberikan pengalaman yang memuaskan. Daya tarik Kemuning Sky Hills tercermin dari hasil perawatan yang konsisten, kenyamanan ruangan, serta citra positif yang terbentuk dari pengalaman pelanggan, sehingga membangun persepsi positif bagi konsumen.



Sumber: Kompas. Com, 2026

Gambar 1. 2 Daya Tarik Wisata Kemuning Sky Hills

Daya tarik wisata Kemuning Sky Hills terletak pada keindahan panorama alam serta keberadaan sky bridge yang menjadi ikon wisata tersebut. Namun, meningkatnya jumlah destinasi wisata alam di Karanganyar menyebabkan wisatawan memiliki lebih banyak alternatif pilihan wisata. Apabila daya tarik yang dimiliki tidak terus dikembangkan melalui penambahan wahana, spot foto, maupun atraksi wisata baru, maka tingkat ketertarikan wisatawan dapat menurun. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelola perlu terus meningkatkan daya tarik wisata agar mampu mempertahankan dan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan ke Kemuning Sky Hills.

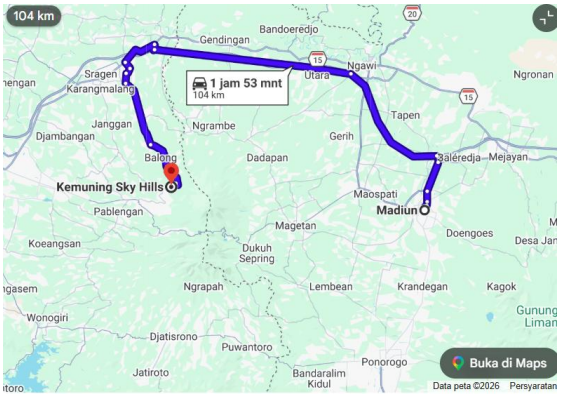
Daya tarik wisata yang kuat menciptakan kesan positif bahwa suatu destinasi mampu memberikan pengalaman yang menarik, menyenangkan, dan berkesan bagi wisatawan (Nasirudin & Subarjo, 2025). Daya tarik yang berupa keindahan alam, keunikan objek wisata, fasilitas pendukung, serta berbagai spot

yang menarik akan meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik yang mampu memenuhi harapan wisatawan akan membentuk persepsi bahwa destinasi tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan destinasi wisata lainnya. Kondisi tersebut dapat memperkuat keputusan berkunjung karena wisatawan merasa akan memperoleh pengalaman wisata yang sesuai dengan keinginan dan ekspektasi mereka.

Hasil penelitian Kurniawan & Sengaji (2025) menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh besar terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Semakin baik daya tarik yang dimiliki suatu destinasi, semakin tinggi pula ketertarikan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Wisatawan cenderung memilih destinasi yang menawarkan panorama yang indah, suasana yang nyaman, atraksi yang unik, serta pengalaman wisata yang berbeda dari tempat lain. Temuan penelitian lain juga menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, di mana wisatawan lebih tertarik mengunjungi destinasi yang memiliki keunggulan dan karakteristik khas dibandingkan destinasi pesaing (Valencia & Ardiansyah, 2024). Ardanasti & Putri (2025) Daya tarik yang kuat menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan dalam menentukan tujuan wisata karena mereka mengharapkan pengalaman yang menyenangkan, berkesan, dan sesuai dengan harapan yang dimiliki. Pada Kemuning Sky Hills, daya tarik tersebut tercermin dari panorama alam pegunungan yang indah, udara yang sejuk, serta berbagai spot wisata yang menjadi daya tarik bagi pengunjung.

Aksesibilitas menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi penilaian wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Menurut Dheas et al. (2025), kemudahan akses menuju lokasi wisata mampu meningkatkan minat dan keyakinan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Aksesibilitas mengacu pada tingkat kemudahan yang dimiliki wisatawan dalam mencapai destinasi wisata, yang meliputi kondisi infrastruktur jalan, ketersediaan sarana transportasi, petunjuk lokasi, serta kelancaran perjalanan menuju tempat wisata (Iswahyudi, 2025). Semakin mudah suatu destinasi dijangkau, semakin besar pula kemungkinan wisatawan memutuskan untuk berkunjung.

Kemudahan akses yang tersedia akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan selama perjalanan menuju lokasi wisata(Yosandri & Eviana, 2022). Destinasi yang didukung oleh jaringan jalan yang baik, rute yang mudah ditemukan, serta akses transportasi yang memadai cenderung lebih diminati dibandingkan destinasi yang sulit dijangkau.



Sumber : google.com, 2026

Gambar 1. 3 Aksesabilitas Kemuning Sky Hills

Aksesibilitas menuju Kemuning Sky Hills masih menghadapi beberapa kendala yang dapat memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Meskipun lokasi wisata dapat dijangkau menggunakan kendaraan pribadi, terdapat

beberapa ruas jalan menuju lokasi yang sempit, berkelok, dan memiliki tanjakan yang cukup curam sehingga dapat menyulitkan sebagian pengunjung, terutama wisatawan yang belum pernah berkunjung sebelumnya. Selain itu, ketersediaan transportasi umum menuju lokasi wisata masih terbatas sehingga wisatawan lebih bergantung pada kendaraan pribadi. Kondisi tersebut diduga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Kemuning Sky Hills. Dengan demikian, aksesibilitas yang tersedia dinilai masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan yang lebih baik bagi wisatawan dalam mencapai lokasi wisata.

Aksesibilitas yang memadai dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam mencapai suatu destinasi wisata. Menurut Nasqa & Darmawan (2025), kemudahan akses menuju lokasi wisata menjadi salah satu pertimbangan penting yang dapat memengaruhi minat dan keputusan seseorang untuk berkunjung. Destinasi yang didukung oleh kondisi jalan yang baik, petunjuk arah yang jelas, serta waktu tempuh yang relatif mudah akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan selama perjalanan. Kemudahan tersebut mampu membentuk persepsi positif karena wisatawan merasa tidak mengalami kesulitan dalam mencapai lokasi yang dituju.

Penelitian Alimi (2025) menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki peran penting dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Semakin mudah suatu destinasi dijangkau, semakin besar peluang wisatawan untuk memilih destinasi tersebut sebagai tujuan wisata. Wisatawan umumnya lebih tertarik mengunjungi tempat wisata yang memiliki akses jalan yang memadai,

lokasi yang mudah ditemukan, serta didukung oleh sarana transportasi yang memudahkan perjalanan. Hasil penelitian Raihana & Kurniawan (2026) juga menemukan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Oleh karena itu, aksesibilitas menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh pengelola wisata karena dapat meningkatkan kenyamanan perjalanan dan mendorong wisatawan untuk berkunjung ke Kemuning Sky Hills.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih dan mengunjungi suatu destinasi wisata. Menurut Suciati & Dharmayasa (2026) harga yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh wisatawan dapat meningkatkan ketertarikan dan keyakinan untuk melakukan kunjungan. Harga mengacu pada sejumlah biaya yang harus dikeluarkan wisatawan untuk menikmati layanan atau fasilitas yang tersedia di destinasi wisata, seperti tiket masuk, biaya parkir, biaya transportasi, maupun biaya penggunaan fasilitas pendukung lainnya (Panguriseng & Nur, 2022). Semakin terjangkau dan sesuai harga yang ditawarkan dengan kualitas pengalaman yang diperoleh, semakin besar kemungkinan wisatawan memutuskan untuk berkunjung.

Harga yang dianggap wajar dan sesuai dengan manfaat yang diterima akan memberikan nilai positif bagi wisatawan selama menikmati aktivitas wisata (Bagus & Yudha, 2024). Destinasi wisata yang menawarkan harga kompetitif, transparan, serta sebanding dengan fasilitas dan daya tarik yang tersedia cenderung lebih diminati dibandingkan destinasi yang menetapkan

harga tinggi tanpa didukung kualitas layanan yang memadai. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat dapat menjadi strategi penting dalam menarik minat wisatawan dan mendorong peningkatan jumlah kunjungan.

Tabel 1. 2 Harga Tiket Wisata

Wisata	Tiket Masuk (Rp)
Bumi Perkemahan Mojosemi Mojosemi Camping Ground	10000
Puncak Lawu/Cemoro Sewu Lawu Peak/Cemoro Sewu	20000
Candi Simbatan Wetan/Petirtaan Dewi Sri Simbatan Wetan Temple/Petirtaan Dewi Sri	5000
Kemuning Sky Hills	10000
Mojosemi Forest Park	25000
Bumi Perkemahan Sarangan Sarangan Camping Ground	8000
Taman Genilangit Genilangit Park	15000
Kebun Bunga Refugia	10000
Bukit Sekipan	15000
The Lawu Park	20000
Taman Wisata Desa Jabung	10000
Magetan Green Garden	10000
Randugede Hidden Paradise	8000

Sumber: Olah data, 2026

Berdasarkan data harga tiket masuk objek wisata di Kabupaten Magetan, diketahui bahwa harga tiket masuk yang ditawarkan bervariasi, mulai dari Rp5.000 hingga Rp25.000. Kemuning Sky Hills menetapkan harga tiket masuk sebesar Rp10.000, yang tergolong berada pada kategori rendah dibandingkan objek wisata lainnya. Meskipun harga tiket masuk sebesar Rp10.000 namun Kemuning Sky Hills berupaya menawarkan kualitas fasilitas dan daya tarik wisata yang berbeda dari yang lain. Bagi wisatawan, harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh menjadi salah satu pertimbangan penting sebelum memutuskan untuk berkunjung. Semakin tinggi kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan pengalaman wisata yang

diterima, semakin besar pula kemungkinan wisatawan memiliki minat untuk berkunjung.

Meskipun harga tiket masuk Kemuning Sky Hills tidak termasuk yang paling murah, harga tersebut masih berada dalam kisaran yang dapat diterima oleh sebagian besar wisatawan. Namun demikian, apabila wisatawan menilai bahwa fasilitas, pelayanan, dan pengalaman wisata yang diperoleh belum sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, maka hal tersebut dapat memengaruhi keputusan berkunjung. Oleh karena itu, pengelola perlu memastikan bahwa harga tiket yang ditetapkan sejalan dengan kualitas layanan dan daya tarik yang ditawarkan sehingga wisatawan merasa memperoleh nilai yang sesuai dengan pengorbanan yang telah dikeluarkan.

Hasil penelitian oleh Sastra & Ratnasari (2025) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh mampu meningkatkan minat wisatawan untuk memilih suatu destinasi wisata. Wisatawan cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan fasilitas, pelayanan, serta pengalaman wisata yang diperoleh selama berkunjung. Oleh karena itu, harga menjadi salah satu faktor yang penting dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan.

Sejalan dengan penelitian tersebut, Teluma et al. (2025) menemukan bahwa harga merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan dibandingkan beberapa atribut destinasi

lainnya. Wisatawan akan lebih tertarik mengunjungi destinasi yang menawarkan harga kompetitif dan dianggap sebanding dengan kualitas pengalaman yang diperoleh. Harga yang sesuai mampu menciptakan persepsi nilai yang positif sehingga meningkatkan keyakinan wisatawan dalam mengambil keputusan berkunjung.

Gap fenomena yang terjadi pada sektor pariwisata menunjukkan bahwa wisatawan saat ini semakin selektif dalam memilih destinasi wisata yang akan dikunjungi. Banyaknya destinasi wisata yang menawarkan daya tarik, fasilitas, serta pengalaman wisata yang beragam menyebabkan persaingan antar destinasi semakin ketat. Dalam praktiknya, Kemuning Sky Hills telah berupaya meningkatkan daya tarik wisata melalui penyediaan berbagai wahana dan spot foto yang menarik, seperti jembatan kaca, panorama alam pegunungan, serta fasilitas pendukung lainnya. Selain itu, akses menuju lokasi wisata relatif mudah dijangkau dan didukung oleh kondisi jalan yang cukup baik. Dari sisi harga, Kemuning Sky Hills juga menetapkan harga tiket masuk yang cukup terjangkau dibandingkan dengan beberapa destinasi wisata lainnya.

Meskipun demikian, jumlah kunjungan wisatawan Kemuning Sky Hills masih berada di bawah beberapa destinasi unggulan lainnya, seperti Mojosemi Forest Park. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa upaya peningkatan daya tarik wisata, kemudahan aksesibilitas, dan penetapan harga yang terjangkau belum sepenuhnya mampu mendorong keputusan berkunjung wisatawan secara optimal. Masih terdapat wisatawan yang mempertimbangkan berbagai faktor lain sebelum memutuskan untuk berkunjung, sehingga menunjukkan adanya

kesenjangan antara kondisi yang diharapkan oleh pengelola dengan realitas yang terjadi di lapangan.

Urgensi penelitian ini meskipun memiliki potensi wisata yang besar, Kemuning Sky Hills menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan berbagai destinasi wisata lain di wilayah Karanganyar maupun daerah sekitarnya. Kondisi tersebut mengharuskan pengelola untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Keputusan berkunjung tidak hanya dipengaruhi oleh keindahan objek wisata, tetapi juga oleh efektivitas promosi yang dilakukan, kemudahan akses menuju lokasi, serta kesesuaian harga tiket dengan manfaat yang dirasakan wisatawan.

Promosi yang efektif mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan destinasi wisata serta membangun citra positif di benak calon pengunjung. Di sisi lain, daya tarik wisata menjadi alasan utama wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi karena berkaitan dengan keunikan, keindahan, dan pengalaman yang ditawarkan. Selain itu, aksesibilitas yang mudah, baik dari segi kondisi jalan, petunjuk arah, maupun ketersediaan transportasi, turut menentukan kenyamanan wisatawan dalam melakukan perjalanan. Faktor harga tiket masuk juga menjadi pertimbangan penting karena wisatawan cenderung membandingkan biaya yang dikeluarkan dengan fasilitas dan pengalaman yang diperoleh.

Penelitian mengenai pengaruh promosi, daya tarik, aksesibilitas, dan harga terhadap keputusan berkunjung menjadi penting untuk dilakukan karena

hasilnya dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan wisatawan. Informasi tersebut dapat menjadi dasar bagi pengelola Kemuning Sky Hills dalam merumuskan strategi pemasaran, meningkatkan kualitas destinasi wisata, memperbaiki aksesibilitas, serta menetapkan kebijakan harga yang lebih kompetitif sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Selain gap fenomena, terdapat pula *research gap* dari hasil penelitian terdahulu. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Namun, penelitian lain menemukan bahwa daya tarik wisata tidak selalu menjadi faktor utama dalam memengaruhi keputusan berkunjung. Hasil penelitian mengenai aksesibilitas juga menunjukkan temuan yang berbeda, di mana sebagian penelitian menyatakan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, sementara penelitian lainnya menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Perbedaan hasil penelitian juga ditemukan pada variabel harga, yang dalam beberapa penelitian terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, namun pada penelitian lain tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengkaji secara simultan pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Kemuning Sky Hills. Penelitian ini penting dilakukan mengingat masih terbatasnya penelitian yang mengombinasikan ketiga variabel tersebut dalam satu model penelitian pada

konteks destinasi wisata alam di Kabupaten Karanganyar, khususnya Kemuning Sky Hills. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan pada destinasi wisata tersebut

Penelitian ini terdiri dari empat variabel utama, yaitu promosi, daya tarik, aksesibilitas, dan harga yang memengaruhi keputusan berkunjung di Kemuning Sky Hills. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh signifikan antarvariabel tersebut, namun masih terdapat sejumlah celah penelitian yang belum sepenuhnya terjawab. Penelitian Pundissing (2021) menemukan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada sektor jasa wisata, namun penelitian tersebut hanya menekankan pada hubungan langsung tanpa mengaitkan faktor lain. Sementara itu, Efrenza & Sanjaya (2025) menyatakan bahwa promosi mampu meningkatkan minat berkunjung wisatawan, tetapi penelitian tersebut dilakukan pada sektor ritel sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan karakteristik wisata alam yang sangat dipengaruhi oleh kondisi lokasi dan pengalaman pengunjung secara langsung.

Di sisi lain, beberapa penelitian terkait daya tarik wisata juga menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian Siahaan et al. (2024) mengungkapkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang, namun penelitian tersebut belum mengintegrasikan faktor aksesibilitas dan harga sebagai variabel pendukung dalam satu model penelitian. Ahmad (2021) juga menemukan bahwa daya tarik

memiliki peran penting dalam meningkatkan minat wisatawan, tetapi penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji konteks wisata alam dengan karakteristik medan dan akses yang menjadi faktor penting dalam keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan masih perlunya penelitian yang menguji daya tarik wisata secara bersamaan dengan variabel lain seperti promosi, aksesibilitas, dan harga.

Selanjutnya, penelitian mengenai aksesibilitas dan harga juga menunjukkan hasil yang bervariasi. Penelitian Putra et al. (2026) menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, namun masih terbatas pada konteks wisata perkotaan. Sementara itu, Gunawan et al. (2026) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih layanan, tetapi penelitian tersebut dilakukan pada sektor transportasi, sehingga belum sepenuhnya relevan dengan sektor wisata alam. Adrie (2022) juga menegaskan bahwa harga yang sesuai dapat meningkatkan minat konsumen, namun belum mengkaji secara simultan dengan variabel promosi, daya tarik, dan aksesibilitas.

Dengan demikian, masih terdapat celah penelitian yang menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut mengenai pengaruh promosi, daya tarik, aksesibilitas, dan harga terhadap keputusan berkunjung secara simultan dalam konteks wisata alam. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Promosi, Daya Tarik, Aksesibilitas dan Harga terhadap Keputusan Berkunjung di Kemuning**

Sky Hills (Studi pada Tiket Masuk di Kemuning Sky Hills di Karanganyar)"

B. Batasan Masalah

Batasan penelitian ini ditetapkan agar dalam melakukan penelitian ini fokus pada pokok permasalahan yang ada berserta pembahasanya, sehingga diharapkan tujuan penelitian ini tidak menyimpang dan terlalu luas:

1. Subjek penelitian ini adalah pada pengunjung Kemuning Sky Hills.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Karesidenan Madiun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada penjabaran latar belakang, adapun rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini ialah

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputuasan berkunjung ulang pada Kemuning Sky Hills?
2. Apakah daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputuasan berkunjung ulang pada Kemuning Sky Hills?
3. Apakah aksesabilitas berpengaruh signifikan terhadap keputuasan berkunjung ulang pada Kemuning Sky Hills?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputuasan berkunjung ulang pada Kemuning Sky Hills?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut

1. Untuk memberikan bukti empiris promosi berpengaruh signifikan terhadap keputuasan berkunjung ulang pada Kemuning Sky Hills

2. Untuk memberikan bukti empiris daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputuasan berkunjung ulang pada Kemuning Sky Hills
3. Untuk memberikan bukti empiris aksesabilitas berpengaruh signifikan terhadap keputuasan berkunjung ulang pada Kemuning Sky Hills
4. Untuk memberikan bukti empiris harga berpengaruh signifikan terhadap keputuasan berkunjung ulang pada Kemuning Sky Hills

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

   Bermanfaat untuk menambah referensi dalam melakukan penelitian ini dan mampu untuk mempertimbangkan dalam menentukan faktor-faktor dan variabel-variabel yang mampu mendukung penelitian ini terkait dengan Keputusan berkunjung.

2. Bagi Mahasiswa

   Bermanfaat agar mahasiswa mampu menambah ilmu pengetahuan, mengembangkan teori dalam penelitian dan juga mampu menjadikan acuan pendukung dalam mengembangkan teori yang terkait dengan Keputusan berkunjung

3. Bagi Masyarakat

   Bermanfaat untuk masyarakat dalam memberikan sebuah informasi dan juga pengetahuan terkait prmosi, daya Tarik, asksesabilitas dan harga terhadap Keputusan berkunjung pada wisata Kemuning Sky Hills