

BAB I

PENDAHULAN

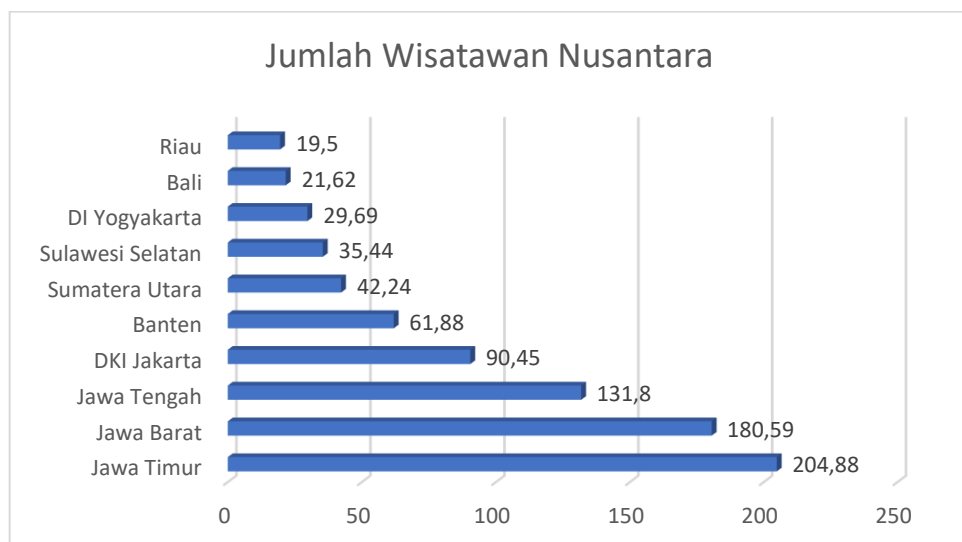
A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, serta pembangunan berkelanjutan. Dengan kekayaan alam, keragaman budaya, dan warisan sejarah yang dimiliki Indonesia, pariwisata menjadi peluang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat identitas bangsa. Secara ekonomi, pariwisata berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, serta mendorong pertumbuhan sektor-sektor lain seperti transportasi, perhotelan, dan kuliner. Dari sisi sosial dan budaya, pariwisata berfungsi sebagai media pelestarian warisan budaya, pengenalan nilai-nilai sejarah, serta penguatan identitas dan jati diri bangsa. Sementara dari aspek edukatif, pariwisata juga berperan sebagai sarana pembelajaran yang efektif melalui pengalaman langsung di lapangan.

Pesatnya perkembangan sektor pariwisata di Indonesia telah memicu meningkatnya persaingan antar destinasi wisata, baik di tingkat lokal maupun nasional. Setiap objek wisata kini dituntut untuk tidak hanya menawarkan keindahan alam atau kekayaan budaya, tetapi juga mampu menghadirkan nilai tambah yang membedakannya dari destinasi lain. Dalam hal ini, penciptaan keunggulan kompetitif menjadi suatu keharusan agar suatu destinasi mampu menarik perhatian masyarakat,

mempertahankan loyalitas pengunjung, serta bersaing secara berkelanjutan di tengah dinamika industri pariwisata yang terus berubah. Wisatawan akan cenderung mencari tempat-tempat yang indah, unik, serta berbeda dari tempat biasanya mereka tinggal (Faturrahman, 2024).

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam potensi unggulan. Tidak hanya dikenal sebagai wilayah dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, Jawa Timur juga memiliki keragaman budaya, tradisi, serta sejarah yang kuat dan menarik untuk ditelusuri. Setiap kabupaten dan kota di provinsi ini memiliki ciri khas tersendiri yang memperkaya identitas Jawa Timur secara keseluruhan. Keberagaman ini menjadi modal penting dalam mendorong pembangunan di berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata, pendidikan, dan ekonomi kreatif.



Gambar 1. 1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut (Winus) Provinsi Tujuan Tahun 2024

Sumber : Situs Kementerian Pariwisata Republik Indonesia 2024

Berdasarkan grafik di atas pada tahun 2024, Provinsi Jawa Timur tercatat sebagai tujuan utama perjalanan wisatawan nusantara (Wisnus), dengan jumlah kunjungan mencapai 218,71 juta perjalanan. Angka ini menyumbang sekitar 21,42 persen dari total perjalanan wisnus di seluruh Indonesia dan menunjukkan peningkatan sebesar 5,60 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Selain Jawa Timur, Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah juga menjadi destinasi favorit, dengan masing-masing mencatatkan 167,40 juta perjalanan (16,39 persen) dan 146,84 juta perjalanan (14,38 persen). Beberapa provinsi lain yang turut menjadi tujuan perjalanan wisatawan dalam negeri dengan angka yang cukup tinggi antara lain DKI Jakarta, Banten, Sumatera Utara, DI Yogyakarta, Sulawesi Selatan, Bali, dan Sumatera Barat.

Kabupaten Madiun merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata yang cukup beragam dan menarik untuk dikembangkan. Selain dikenal sebagai kawasan agraris dengan kultur masyarakat yang kental akan tradisi, Kabupaten Madiun juga menyimpan berbagai destinasi wisata yang mencerminkan keindahan alam serta kekayaan nilai-nilai sejarah dan budaya. Berbagai jenis wisata tersedia di wilayah ini, mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata buatan, hingga wisata kuliner dan desa wisata. Dengan potensi tersebut, sektor pariwisata di Kabupaten Madiun memberikan peluang strategis dalam pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan dan berdampak langsung terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal. Berikut ini disajikan rangkuman

berbagai jenis destinasi wisata, baik wisata buatan maupun wisata alam, yang terdapat di wilayah Kabupaten Madiun sebagai bagian dari potensi pengembangan sektor pariwisata daerah.

| Obyek Wisata <i>Tourist Attractions</i> | Alamat <i>Address</i> | Jumlah Wisatawan | | | |
|--|---------------------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) |
| Bendungan Bening Widas | Desa Pajaran, Kec. Saradan | | 18.254 | 102.844 | 94.449 |
| Monumen Kresek | Desa Kresek, Kec. Wungu | | 3.870 | 22.920 | 13.120 |
| Madiun Umbul Square | Desa Glonggong, Kec. Dolopo | 49.766 | 35.179 | 79.738 | 109.295 |
| Waduk Saradan | Desa Sugihwaras, Kec. Saradan | 58.857 | - | - | - |
| Makam Kuncen | Desa Kuncen, Kec. Mejayan | | 1.348 | - | - |
| Wisata Nongko Ijo | Desa Kare, Kec. Kare | 3.237 | 3.130 | 10.043 | 6.763 |
| Desa Wisata Brumbun | Desa Brumbun, Kec. Wungu | | 75 | - | - |
| Watu Rumpuk | Desa Mendak, Kec. Dagangan | 18.164 | 2.422 | 3.651 | 4.472 |
| Desa Wisata Gunungsari | Desa Gunungsari, Kec. Madiun | | 4.876 | 36.997 | 22.278 |
| Wana Wisata Selo Gedong | Desa Bodag, Kec. Kare | | 320 | 171 | - |
| Gigi Forest Park | Desa Kepel, Kec. Kare | | 989 | 1.911 | 276 |
| Dungus Forest Park | Kelurahan Wungu, Kec. Wungu | | 115 | 375 | - |
| Taman Raden Sekar Park | Desa Kradinan, Kec. Dolopo | | 719 | 1.437 | 733 |
| Waterpark Batok | Desa Batok, Kec. Gemarang | | 9.554 | 8.760 | 5.014 |
| Pancur Pitu | Desa Sumber Bendo, Kec. Saradan | | 4.645 | 16.095 | 14.626 |
| Randu Dampit | Desa Durenan, Kec. Gemarang | | 210 | 325 | - |
| Papringan Kalikerto | Desa Singgahan, Kec. Kebonsari | | 1.870 | 1.465 | - |
| Air Terjun Jomblang Tengah | Desa Ngadirejo, Kec. Wonoasri | | 50 | - | - |
| Peken Lawas Candi Mulyo | Desa Candimulyo, Kec. Dolopo | | 1.112 | 3.978 | - |
| Kampung Ceria | Desa Pule, Kec. Sawahan | | 10.095 | 71.506 | 25.189 |
| Air Terjun Tambak Lare | Desa Kare, Kec. Kare | | 1.072 | 1.916 | 1.237 |
| Lembah Wilis | Desa Kresek, Kec. Wungu | | 13.833 | 23.246 | 16.396 |
| Air Terjun Kertoembo | Desa Kare, Kec. Kare | | 1.025 | 684 | 706 |
| Wahana Nusantara Edupark | Desa Mojopurno, Kec. Wungu | | 4.975 | 72.196 | 102.560 |
| Wana Rumah Coklat | Desa Bodag, Kec. Kare | | | | 11.217 |
| Wisata Grape | Desa Grape/Kresek, Kec. Kare | | | | 4.821 |
| Basekan Farm & Ranch | Desa Banjarsari, Kec. Dagangan | | | | 18.520 |
| Basecamp Pendakian Wilis | Desa Kare, Kec. Kare | | | | 384 |
| Kabupaten Madiun | | 130.024 | 119.738 | 460.258 | 452.056 |

Catatan/Note: ...

Sumber/SOURCE: Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olah Raga Kabupaten Madiun/Tourism, Youth, and Sport Services Madiun Regency

Gambar 1. 2 Daftar Obyek Wisata dan Jumlah Wisatawan di Kabupaten Madiun
Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Madiun

Salah satu destinasi wisata sejarah yang cukup dikenal di Kabupaten Madiun adalah Monumen Kresek. Terletak di desa Kresek, Kecamatan Wungu, sekitar 8 km dari pusat Kota Madiun, monumen ini berdiri di atas lahan seluas 3,3 hektar dan diresmikan pada 10 Juni 1991. Monumen ini

dibangun sebagai bentuk penghormatan terhadap para korban keganasan pemberontakan Partai Komunis Indonesia (PKI) yang terjadi pada tahun 1948. Selain memiliki nilai historis yang kuat, Monumen Kresek juga menjadi sarana edukasi bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mengenal dan memahami salah satu peristiwa penting dalam sejarah bangsa Indonesia. Keberadaan monumen ini tidak hanya menjadi simbol peringatan, tetapi juga berperan dalam pengembangan wisata sejarah di daerah, menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjaga nilai-nilai kebangsaan.

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Wisata Monumen Kresek

| Tahun | Jumlah Pengunjung |
|-------|-------------------|
| 2021 | 3.870 |
| 2022 | 22.920 |
| 2023 | 13.120 |
| 2024 | 10.100 |

Sumber : Pengelola Monumen Kresek

Berdasarkan data yang disajikan, jumlah kunjungan wisatawan ke Monumen Kresek dalam empat tahun terakhir menunjukkan *fluktuasi* yang cukup signifikan. Pada tahun 2021, jumlah pengunjung tercatat sebanyak 3.870 orang. Angka ini mengalami peningkatan yang sangat tajam pada tahun 2022, mencapai 22.920 pengunjung. Namun, tren tersebut tidak berlanjut secara konsisten, karena pada tahun 2023 jumlah pengunjung menurun diangka 13.120 orang, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2024 dengan total kunjungan sebanyak 10.100 orang. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke Monumen Kresek diduga dipengaruhi oleh

berbagai faktor yang berkaitan dengan kenyamanan dan pengalaman pengunjung. Salah satu persoalan yang mencolok adalah kondisi fasilitas penunjang yang kurang terawat, sehingga mengurangi daya tarik bagi wisatawan yang datang bersama keluarga. Selain itu, keberadaan papan petunjuk arah yang minim membuat pengunjung kesulitan untuk menjelajahi area monumen dengan nyaman. Masalah kebersihan juga menjadi perhatian, karena jumlah tempat sampah yang tersedia masih sangat terbatas, dan di beberapa sudut lokasi wisata masih ditemukan sampah yang berserakan. Hal ini tentu menciptakan kesan negatif terhadap pengelolaan lingkungan destinasi. Di sisi lain, upaya promosi dan penyebaran informasi melalui media sosial Instagram @monumenkresek dengan jumlah pengikut 1.137 dan Facebook dengan jumlah pengikut 3.000 juga dinilai kurang maksimal. Minimnya pembaruan konten dan kurangnya strategi komunikasi digital menyebabkan destinasi ini kalah bersaing dalam menarik minat generasi muda atau wisatawan. Dengan menggunakan media sosial, pengunjung dapat mengumpulkan informasi secara langsung dari pengunjung lain dan keputusan tentang tujuan atau pengalaman (Ariyani et al., 2022). Faktor-faktor tersebut secara tidak langsung memengaruhi persepsi dan minat wisatawan untuk kembali berkunjung, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya angka kunjungan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, diperlukan upaya *revitalisasi* fasilitas serta strategi promosi yang lebih adaptif dan berkelanjutan, termasuk pemanfaatan media sosial secara aktif, agar Monumen Kresek dapat kembali menarik minat

wisatawan untuk berkunjung kembali dan berkembang sebagai destinasi wisata sejarah unggulan di Kabupaten Madiun.

Menurut Normalasari et al., (2023) minat kunjungan ulang merupakan perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa mendatang. Minat berkunjung ulang merupakan bagian dari perilaku konsumen, yang muncul sebagai respons atas berbagai faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi pengambilan keputusan. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup kepuasan terhadap pengalaman sebelumnya, kualitas pelayanan, daya tarik destinasi, kemudahan akses, hingga pengaruh media sosial dan rekomendasi dari orang terdekat. Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku pengunjung bersifat dinamis dan dapat mengalami perubahan dari waktu ke waktu.

Daya tarik wisata merupakan salah satu aspek utama yang dipertimbangkan oleh wisatawan sebelum mereka memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata (Poli et al., 2023). Daya tarik wisata dapat didefinisikan sebagai segala unsur yang memiliki keunikan, keindahan, serta nilai-nilai yang tercermin dari keragaman potensi alam, budaya, dan hasil karya manusia, yang secara keseluruhan menjadi faktor utama pendorong minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi.

Daya tarik utama Monumen Kresek terletak pada nilai historis yang terkandung di dalamnya, karena monumen ini dibangun untuk mengenang tragedi kekejaman pemberontakan PKI pada tahun 1948. Di kawasan ini, wisatawan dapat menyaksikan berbagai relief dan patung yang

menggambarkan rangkaian peristiwa pemberontakan serta proses penumpasannya. Namun, media interpretatif yang berfungsi untuk memperkaya pemahaman pengunjung terhadap nilai-nilai sejarah Monumen Kresek masih belum tersedia secara memadai. Hingga saat ini, belum terdapat papan informasi yang menjelaskan secara rinci mengenai latar belakang dan kronologi peristiwa sejarah di beberapa titik monumen, maupun pemanfaatan teknologi interaktif yang dapat mendukung penyampaian informasi secara lebih menarik dan mendalam. Informasi sejarah masih terpusat di satu titik, yaitu di area pendopo, sehingga penyebaran pengetahuan kepada pengunjung belum merata di seluruh kawasan monumen. Selain itu, aktivitas wisata di area Monumen Kresek masih terbatas dan cenderung monoton. Pengunjung umumnya hanya berkeliling di sekitar area monumen tanpa adanya aktivitas tambahan yang menarik, edukatif, atau interaktif. Belum tersedianya souvenir atau oleh-oleh, sehingga mengurangi nilai pengalaman wisata sekaligus peluang peningkatan ekonomi masyarakat sekitar. Monumen Kresek juga dilengkapi dengan area kantin atau food court, namun hanya beroperasi pada akhir pekan, sehingga tidak dapat melayani kebutuhan pengunjung yang datang di hari kerja. Lebih lanjut, permasalahan juga terlihat pada aspek aksesibilitas. Hingga saat ini belum tersedia kendaraan umum yang secara langsung menuju lokasi Monumen Kresek, sehingga pengunjung yang tidak membawa kendaraan pribadi akan kesulitan mencapai lokasi. Dengan demikian, aspek daya tarik Monumen Kresek perlu diperkuat tidak hanya

dari sisi historis, tetapi juga melalui penyediaan fasilitas, aktivitas, dan aksesibilitas yang lebih mendukung pengalaman wisata yang menyeluruh.

Dalam penelitian Komariya & Aguilika, (2024) di objek wisata Air Terjun Toroan, Kabupaten Sampang, yang menyatakan bahwa daya tarik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan, kondisi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain ketidakpuasan wisatawan terhadap pengalaman yang diperoleh selama kunjungan, seperti keterbatasan fasilitas dan aksesibilitas yang sulit. Selain itu, penelitian yang dilakukan Wusko & Khoviyah, (2024) mengenai pengaruh daya tarik wisata terhadap *memorable tourism experience* dan *revisit intention* pada objek wisata Hawaii *Waterpark* Malang, juga menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, hal ini disebabkan karena pengunjung merasa restaurant/warung makan hanya sedikit serta pilihan makanan juga kurang variatif. Dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak selalu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan, menunjukkan perlunya penelitian lanjutan untuk mengkaji kembali peran daya tarik wisata dalam mendorong niat berkunjung kembali.

Fasilitas, menurut Kotler Kotler (2014), adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk digunakan dan dinikmati oleh pelanggan dengan tujuan untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan komponen penting dalam pengelolaan

destinasi wisata karena secara langsung memengaruhi kenyamanan, kemudahan, dan kepuasan pengunjung selama berada di lokasi wisata. Fasilitas yang dikelola dengan baik tidak hanya meningkatkan citra destinasi wisata, tetapi juga mencerminkan profesionalisme dan keseriusan pengelola dalam memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan. Sebaliknya, fasilitas yang kurang memadai atau tidak terawat dapat menurunkan minat kunjung kembali dan berdampak negatif terhadap persepsi pengunjung. Oleh karena itu, penyediaan dan pemeliharaan fasilitas yang optimal menjadi faktor strategis dalam mendorong loyalitas wisatawan serta keberlanjutan suatu destinasi wisata.

Objek wisata Monumen Kresek telah dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang yang disediakan oleh pihak pengelola guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung. Penyediaan fasilitas yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan selama menikmati destinasi wisata, memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pengalaman berwisata mereka (Anggraita, 2023). Namun sangat disayangkan, sejumlah fasilitas di kawasan Monumen Kresek menunjukkan kondisi yang kurang terawat, dan ada beberapa yang sudah rusak tidak bisa digunakan, ini dapat memengaruhi kenyamanan dan keselamatan pengunjung. Masalah kebersihan juga menjadi perhatian, karena jumlah tempat sampah yang tersedia masih sangat terbatas, dan di beberapa area wisata masih ditemukan sampah yang berserakan. Selain itu, keberadaan papan penunjuk arah yang

minim membuat pengunjung kesulitan untuk menjelajahi area monumen dengan nyaman.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan Saputra & AS, (2024) menunjukkan bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang di wisata pantai Lon Malang Kabupaten Sampang, fasilitas tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini karena mayoritas responden merupakan remaja yang berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa. Kelompok usia ini cenderung lebih tertarik pada spot foto untuk kebutuhan media sosial dan panorama yang menarik dibandingkan dengan fasilitas pendukung, sehingga keberadaan fasilitas tidak menjadi prioritas dalam menentukan kepuasan atau minat kunjung ulang. Sementara itu, pada penelitian Praditia et al., (2022) pengaruh *sport event* dan ketersediaan fasilitas halal terhadap minat berkunjung kembali wisatawan muslim ke Mandalika dengan *destination image* sebagai variabel intervening, menghasilkan variabel ketersediaan fasilitas halal terhadap variabel minat berkunjung kembali tidak memberikan pengaruh secara signifikan. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Miastita et al., (2023) yang menyatakan bahwa secara parsial, fasilitas wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali wisata Jember Mini Zoo, hal ini bisa terjadi karena konsumen merasakan bahwa fasilitas wisata yang diberikan oleh objek wisata Jember Mini Zoo dikatakan cukup baik. Berdasarkan sejumlah penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa fasilitas

wisata tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Promosi media sosial merupakan salah satu strategi pemasaran modern yang sangat efektif dalam memperkenalkan dan menyebarkan informasi tentang suatu produk, jasa, atau destinasi wisata kepada khalayak luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan (Susanto & Astutik, 2020). Melalui platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, informasi dapat disampaikan secara cepat, interaktif, dan menarik, sehingga mampu menjangkau berbagai segmen masyarakat tanpa batasan ruang dan waktu. Promosi media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemberi informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk persepsi dan membangun citra positif terhadap destinasi wisata. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Monumen Kresek melalui media sosial, seperti Instagram dan Facebook, dinilai masih belum optimal. Hal ini terlihat dari minimnya pembaruan konten serta kurangnya konsistensi dalam pengelolaan informasi yang disajikan. Konten yang ditampilkan pun masih bersifat sederhana dan belum dikemas secara menarik atau informatif, sehingga pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi destinasi wisata belum berjalan secara maksimal. Selain itu, promosi masih terbatas pada penggunaan platform Facebook dan Instagram saja, tanpa memanfaatkan saluran digital lainnya yang lebih variatif dan menjangkau audiens yang

lebih luas. Padahal dengan adanya media sosial, pengunjung dapat memperoleh informasi awal mengenai Monumen Kresek.

Berdasarkan Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan atau konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Sharita et al., (2022) di Kafe Pesona Mahakam Tenggarong yang menyatakan bahwa promosi media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain yang mungkin lebih berpengaruh bagi konsumen untuk melakukan kunjungan kembali dibandingkan dengan melihat atau membaca review yang ada di media sosial. Konsumen yang sudah pernah berkunjung di mengandalkan Kafe Pesona Mahakam lebih pengalamannya pada kunjungan sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut dan gap penelitian terdahulu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisata Monumen Kresek Madiun”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, penelitian ini menetapkan batasan masalah guna memperjelas ruang lingkup pembahasan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah individu yang telah melakukan kunjungan ke lokasi penelitian, dengan ketentuan telah berkunjung setidaknya sebanyak dua kali.
2. Variabel yang digunakan meliputi Daya Tarik (X1), Fasilitas (X2), Promosi Media Sosial (X3), dan Minat Berkunjung Kembali (Y).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijelaskan diatas, maka ada beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

1. Apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata Monumen Kresek Madiun?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata Monumen Kresek Madiun?
3. Apakah Promosi Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata Monumen Kresek Madiun?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, batasan masalah, dan rumusan masalah di atas maka dengan demikian penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata Monumen Kresek Madiun.

2. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata Monumen Kresek.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata Monumen Kresek Madiun.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi beberapa pihak yang terkait, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman dan wawasan. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana pengembangan kemampuan akademik dan keterampilan dalam melakukan riset di bidang pariwisata.

2. Bagi Pihak Pengelola Wisata Monumen Kresek Madiun

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan acuan dalam menyusun strategi pengembangan wisata, khususnya dalam meningkatkan kualitas daya tarik, fasilitas, dan promosi melalui media sosial guna mendorong kunjungan ulang wisatawan.

3. Bagi Universitas PGRI Madiun

Sebagai kontribusi akademik, penelitian ini memberikan tambahan referensi ilmiah bagi Universitas PGRI Madiun, yang dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran maupun penelitian di bidang pariwisata dan promosi destinasi.