

Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Banyumas

Anggun Sepfiana¹⁾, Faizal Rizky Yuttama²⁾

Universitas Harapan Bangsa^{1,2}

anggunsep01@gmail.com¹⁾, faizal@uhb.ac.id²⁾

ABSTRACT

This research seeks to assess how tourism product characteristics affect destination value, how the image of a destination impacts destination value, and how destination value relates to intentions of loyalty. A quantitative approach and multiple regression analysis were applied in the study. The findings reveal that the C.R value is $0.623 < 1.967$ and the p-value is $0.54 > 0.001$, leading to the acceptance of H_0 . This shows that tourism product characteristics do not positively affect destination value. The C.R value is $1.842 < 1.967$ and $0.066 > 0.001$, resulting in the acceptance of H_0 . This suggests that the image of a destination does not positively influence destination value either. However, the C.R value is $14.207 > 1.967$ and the p-value < 0.001 , which means H_0 is rejected. This indicates a positive effect of destination value on intentions of loyalty.

Keywords: *Tourism, Banyumas, Income, and Economy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai bagaimana karakteristik produk pariwisata memengaruhi nilai destinasi, bagaimana citra destinasi memengaruhi nilai destinasi, dan bagaimana nilai destinasi berhubungan dengan niat loyalitas. Pendekatan kuantitatif dan analisis regresi berganda diterapkan dalam penelitian ini. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa nilai C.R adalah $0,623 < 1,967$ dan nilai-p adalah $0,54 > 0,001$, yang mengarah pada penerimaan H_0 . Ini menunjukkan bahwa karakteristik produk pariwisata tidak memengaruhi nilai destinasi secara positif. Nilai C.R adalah $1,842 < 1,967$ dan $0,066 > 0,001$, yang menghasilkan penerimaan H_0 . Ini menunjukkan bahwa citra destinasi juga tidak memengaruhi nilai destinasi secara positif. Namun, nilai C.R adalah $14,207 > 1,967$ dan nilai-p $< 0,001$, yang berarti H_0 ditolak. Ini menunjukkan efek positif nilai destinasi pada niat loyalitas.

Kata kunci: Pariwisata, Banyumas, Pendapatan, dan Perekonomian

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi dari suatu negara di nilai dari bagaimana pembangunan ekonomi dari negara itu sendiri, serta bagaimana penduduk dari negara itu dapat hidup dengan sejahtera dengan meningkatnya pendapatan per kapita dari penduduknya. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan dari ekonomi ialah dengan cara mengembangkan aset-aset yang ada dimiliki dalam wilayahnya. Pertumbuhan ekonomi Indonesia terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun, dengan adanya hal tersebut dapat dikatakan angka dari pendapatan atau devisa dari negara mengalami perbaikan. Sektor pendorong dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia salah satunya dari

Pariwisata.

Pariwisata di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar jika dikelola dan dikembangkan secara efektif oleh sektor swasta, pemerintah, dan masyarakat. Indonesia yang merupakan negara kepulauan menjadikannya memiliki banyak aset pariwisata, budaya, adat istiadat yang unik setiap daerahnya. Di dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 mengenai Pariwisata menjelaskan bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, serta kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis. Namun, beberapa inisiatif pariwisata oleh sektor swasta tidak menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi semua masyarakat yang tinggal di daerah wisata. Pariwisata yang dipimpin oleh badan usaha swasta sering kali dikomersialkan dan dimiliki oleh individu dengan modal besar. Pariwisata semacam itu biasanya memerlukan izin, perjanjian kontrak, dan memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Lestari, 2024).

Pertumbuhan pariwisata yang cepat dapat menimbulkan masalah yang berkaitan dengan kerusakan lingkungan dan keberlanjutan. Pembangunan fasilitas pariwisata yang tidak diatur dapat merusak ekosistem alam dan budaya serta memberikan tekanan tambahan pada sumber daya. Destinasi wisata tertentu di Indonesia dapat menghadapi tantangan karena ketergantungannya pada pariwisata, sehingga rentan terhadap fluktuasi ekonomi atau bencana alam. Sangat penting untuk mendiversifikasi destinasi pariwisata dan memastikan distribusi keuntungan ekonomi untuk mengurangi risiko ini.

Pertumbuhan industri pariwisata kemungkinan akan meningkatkan pembangunan ekonomi. Pariwisata memengaruhi sektor lain, termasuk jasa dan industri. Meningkatnya jumlah wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Timur dapat berdampak pada berbagai sektor, dengan belanja pariwisata yang secara langsung menghasilkan pendapatan bagi dunia usaha dan rumah tangga, meningkatkan penerimaan pajak, dan menciptakan lapangan kerja (Rachman, 2017). Pendapatan awal yang diperoleh rumah tangga, dunia usaha, dan pemerintah diinvestasikan kembali ke dalam kegiatan yang menyediakan produk dan layanan yang dibeli oleh wisatawan, yang menunjukkan dampak tidak langsung dari belanja wisatawan (Suyatno, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa dampak langsung dari belanja wisatawan berasal dari pembelian barang dan jasa seperti makanan dan penginapan (Zhou dan Chen, 2021).

Investasi baru di sektor pariwisata memiliki potensi yang cukup besar untuk memacu pertumbuhan ekonomi di Banyumas. Dengan mengembangkan infrastruktur pariwisata seperti hotel, restoran, dan objek wisata, investasi ini tidak hanya akan menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk setempat tetapi juga akan meningkatkan pendapatan dan taraf hidup mereka. Dengan meningkatnya

investasi di bidang pariwisata, kita dapat mengantisipasi kenaikan konsumsi wisatawan terhadap barang dan jasa lokal, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan dan memberikan kontribusi terhadap PDRB Banyumas.

Wulandari, (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengembangan pariwisata mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Inisiatif pariwisata yang dipimpin oleh pemerintah dan sektor swasta bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung asing, karena ini berfungsi sebagai sumber mata uang asing (Wijayanti dan Aisyah, 2022). Peningkatan jumlah pengunjung dan pengeluaran mereka dapat memengaruhi ekonomi daerah dengan meningkatkan pendapatan di berbagai sektor ekonomi dan menciptakan lebih banyak kesempatan kerja. Hal ini terjadi karena industri pariwisata, sebagai sumber devisa yang signifikan, dianggap sama pentingnya dengan ekspor dan dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi suatu daerah (Marsitha, Saenong dan Matoka, 2023). Investasi semacam ini memiliki efek positif yang luas, seperti meningkatkan daya beli masyarakat, meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan, dan mendorong pertumbuhan industri pasokan lokal. Dengan demikian, investasi dalam pariwisata merupakan elemen penting untuk mendorong pembangunan ekonomi di Banyumas, membuka jalan bagi jalan baru menuju pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berupaya untuk mengkaji dampak pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Banyumas.

TINJAUAN LITERATUR

1. Pertumbuhan Ekonomi

Adanya pembangunan di suatu negara mempunyai tujuan untuk mewujudkan kemakmuran di dalam masyarakat sehingga terwujudnya masyarakat yang sejahtera yang adil dan secara merata. adanya pembangunan ekonomi diharapkan terciptanya pertumbuhan ekonomi yang adil dan merata. pertumbuhan ekonomi adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu negara dengan tujuan meningkatkan taraf hidup suatu negara dengan pengukuran yang dilakukan melalui tinggi rendahnya pendapatan masyarakat per kapita (Hapsari, 2014).

Pertumbuhan ekonomi suatu negara menunjukkan sejauh mana aktivitas perekonomian dapat memberikan tambahan pendapatan kepada masyarakat, cara untuk mewujudkan peningkatan pendapatan dalam proses pertumbuhan ekonomi butuh adanya kemajuan serta kestabilan dari sektor-sektor yang dimiliki di dalam negara (Suhada dkk., 2022). Indonesia yang masuk ke dalam negara berkembang. Di dalam negara berkembang tujuan dari pembangunan ekonominya adalah pemerataan pembangunan ekonominya di seluruh daerah, selain itu angka pengangguran di Indonesia yang masih tergolong tinggi menjadi tugas dalam pertumbuhan ekonomi dengan memberikan kesempatan kerja, kemudian pemerataan pendapatan serta struktur perekonomian yang seimbang. Sampai dengan saat ini pertumbuhan ekonomi Indonesia masih bersifat fluktuatif, ada dua faktor ekonomi dan non ekonomi (Hartati, 2021).

2. Pariwisata

Secara umum pariwisata adalah aktivitas yang dilakukan dengan melakukan perjalanan ke suatu lokasi atau wilayah dengan tujuan melakukan rekreasi, bisnis ataupun pendidikan, kegiatan ini dilakukan dalam jangka waktu sementara. Menurut Spillane (1989:20) dalam (Wibowo dkk., 2017) pariwisata adalah aktivitas yang dilakukan oleh manusia dalam waktu sementara waktu, yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat yang lain untuk meninggalkan tempatnya semula, dengan perencanaan yang telah dibuat serta bukan untuk tujuan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, hanya untuk melakukan kegiatan bertamasya dan rekreasi.

Pariwisata memberikan kontribusi terhadap kemajuan ekonomi agar terwujudnya perekonomian yang sehat dan dinamis dengan cara pengelolaan pariwisata. pariwisata menjadi salah satu sumber devisa negara yang cukup berarti. Wisatawan kini mulai meninggalkan produk wisata konvensional, beralih kepada produk wisata yang menghargai lingkungan, alam, budaya serta akrobat atau atraksi. Artinya wisatawan kini cenderung pariwisata yang mempunyai keleluasaan pada lingkungan dan masyarakat lokal (Susyanti, 2014).

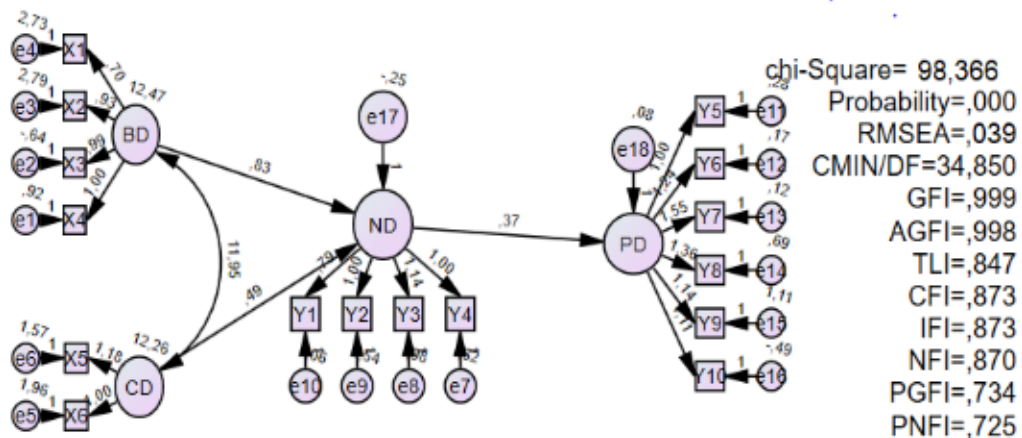
Perlu adanya perlakuan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, karena pada saat ini sektor pariwisata hanya digunakan untuk meraih keuntungan semata kurang adanya perhatian kepada aspek kebudayaan dan lingkungan. Kegiatan ini cenderung bersifat mengeksploitasi alam, sumber daya manusia, serta sumber daya energi (Susilo & Dharmawan, 2021). Perlu adanya dukungan dari berbagai pihak pemerintah, masyarakat, dan pihak swasta dalam memajukan sektor pariwisata di sekitar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Banyumas dan Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2018-2022. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Data yang terkumpul dari partisipan melalui kuesioner akan diolah untuk menganalisis pengaruh Destination Mix (X1) dan Destination Image (X2) terhadap Destination Value (Y1) dan Destination Performance (Y2). Evaluasi kuesioner sangat penting dilakukan untuk memastikan bahwa pertanyaan yang diajukan bersifat praktis. Penelitian ini melakukan penilaian validitas dan reliabilitas dengan menggunakan perangkat lunak, khususnya program IBM AMOS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun setelah dilakukan pengujian, maka diperoleh model struktural *Bauran Destinasi* dan *Citra Destinasi* terhadap Nilai Destinasi dan Performa Destinasi beserta parameter estimasi *standardized loading factor* sebagai berikut.



Gambar 1. Struktur Model

Sumber: Hasil Pengolahan Data, Oktober 2023

Berdasarkan model struktural di atas dapat diketahui bahwa nilai estimasi parameter dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Estimasi Parameter Model

Model		Estimate*		S.E	C.R	P	Construct Reliability (≥ 0.70)	Average Variance Extract (≥ 0.50)
		RW	SRW					
ND	<--- BD	0,253	0,25	0,412	0,613	***	0,821	0,593
ND	<--- CD	0,639	0,754	0,347	1,842	***		
PD	<--- ND	0,99	0,93	0,07	14,207	***		
Average		0,750	0,733	0,180	4,183			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, Oktober 2023

Berdasarkan tabel di atas, model struktural Destination Mix yang memengaruhi Destination Image dan Destination Value ditetapkan bersama dengan nilai estimasi faktor pemuatan terstandar dengan tingkat keyakinan 95% atau nilai $P < 0,05$.

Kesesuaian Model Secara Keseluruhan

Penilaian kesesuaian model secara keseluruhan menginterpretasikan hasil analisis faktor dengan mengukur seberapa baik model berfungsi sebagai entitas total (model yang sesuai secara keseluruhan). Untuk menilai kesesuaian model, perbedaan antara variabel dan data menggunakan GOF (Goodness of Fit) dan nilai batas. Dari hasil Uji Goodness of Fit diketahui nilai chi square sebesar $194,004 > 124,116$ (nilai chi square diperoleh dari χ^2 (df = 100, p = 0,001) = 21,666 berdasarkan tabel distribusi), dengan nilai $P = 0,000 < 0,05$, $RMSEA = 0,051 < 0,08$, $CMIN/DF = 1,940 < 2,00$, $GFI = 0,909 \geq 0,90$, $AGFI = 0,876 < 0,90$, $TLI = 0,500 < 0,90$, $CFI = 0,583 \geq 0,90$, $IFI = 0,617 < 0,90$, $NFI = 0,439 < 0,90$, $PGFI = 0,0 \dots 0,668 < 0,90 = 0,934$, dan $PNFI = 0,366$.

Tabel 2. Hasil Pengujian Goodness Of Fit

No	Goodness-of-Fit Measures	Cut-off value	Hasil	Evaluasi
Absolute Fit Measures				
1	Statistic χ^2 (χ^2) (df= 100)	$\chi^2_{hit} < \chi^2_{Tabel}$ (124,116)	98,366	Memenuhi
2	Goodness of Fit Index (GFI)	$GFI \geq 0.90$ <i>good fit</i> , $0.80 \leq GFI < 0.90$ <i>marginal fit</i>	0,999	<i>Good Fit</i>
3	Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	$RMSEA < 0,05$ <i>close fit</i> , $0,05 \leq RMSEA < 0.08$ <i>good fit</i>	0,039	Close fit
Incremental Fit Measures				
1	Trucker-Lewis Index (TLI)	$TLI \geq 0.90$ <i>good fit</i> $0.80 \leq TLI < 0.90$ <i>marginal fit</i>	0,847	<i>Marginal Fit</i>
2	Adjusted Goodness of Fit Indices (AGFI)	$AGFI \geq 0.90$ <i>good fit</i>	0,998	<i>Good fit</i>
3	Comparative Fit Index (CFI)	$CFI \geq 0.90$ <i>good fit</i> $0.80 \leq CFI < 0.90$ <i>marginal fit</i>	0,873	<i>Marginal Fit</i>
Parsimonious Fit Measures				
1	Parsimonious Goodness of fit Index (PGFI)	$PGFI < GFI$	0,734	<i>Good Fit</i>
2	Parsimonious Normed Fit Index (PNFI)	Semakin tinggi semakin baik	0,725	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, Oktober 2023

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis melibatkan pengukuran tingkat kesalahan yang dapat diterima atau tingkat keyakinan yang dapat dihasilkan dari kesalahan pengambilan sampel. Nilai t dalam aplikasi IBM SPSS AMOS merupakan nilai Critical Ratio (C.R.) (Waluyo, 2016). Apabila nilai Critical Ratio (C.R.) $\geq 1,967$ dan nilai probabilitas (P) $\leq 0,05$, maka H₀ ditolak (yang berarti hipotesis penelitian diterima). Berdasarkan estimasi parameter keseluruhan yang disajikan pada Tabel 2 di atas, terlihat bahwa nilai C.R. yang dihitung secara bersama-sama adalah sebesar 12,183 yaitu $\geq 1,967$, sehingga H₀ ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa atribut produk pariwisata, citra destinasi, dan nilai destinasi di Kabupaten/Kota Baturraden berpengaruh positif terhadap intensi loyal terhadap destinasi. Selanjutnya, nilai probabilitas yang terkait dengan atribut produk pariwisata, citra destinasi, dan nilai destinasi terhadap intensi loyalitas destinasi ditandai dengan () yang menunjukkan taraf signifikansi $< 0,001$. Hal ini menegaskan bahwa nilai taraf signifikansi (P) $\leq 0,05$, sehingga H₀ ditolak, yang berarti terdapat hubungan signifikan antara atribut produk pariwisata, citra destinasi, nilai destinasi, dan minat loyalitas destinasi.

Jika mengacu pada estimasi parameter keseluruhan pada Tabel 2, nilai total efek tak terstandarisasi adalah 1,009 atau 0,118. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan penting dari atribut produk pariwisata, citra destinasi, dan nilai destinasi terhadap minat loyalitas destinasi yang dikuantifikasi sebesar 1,009 atau 0,118.

Nilai korelasi berganda kuadrat (R^2) menandakan koefisien determinasi yang mencerminkan kapasitas variabel X dalam menjelaskan variabel Y (Ghozali, 2014). Sebagaimana ditunjukkan oleh estimasi parameter keseluruhan pada Tabel 2, nilai R^2 adalah 0,700. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mencakup 70% penjelasan variabel dependen. Sisanya, 30%, berkaitan dengan kemampuan variabel dependen untuk mengklarifikasi variabel lain yang belum diteliti.

Nilai C.R. tercatat sebesar 14,207 yang berarti $> 1,967$, sehingga H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan adanya dampak positif dari nilai destinasi terhadap niat untuk loyalitas destinasi. Selain itu, nilai probabilitas menunjukkan tingkat signifikansi $< 0,001$, yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara nilai destinasi dan niat untuk loyalitas destinasi. Dari data di atas, jelas terlihat bahwa dimensi *Destination Mix* yang paling signifikan memengaruhi variabel *Destination Performance* adalah dimensi Y6, dengan nilai faktor pemuatan sebesar 0,630. Sebaliknya, dimensi *Destination Mix* yang paling kecil kontribusinya terhadap pembentukan variabel *Destination Performance* adalah Y9, dengan faktor pemuatan sebesar 0,276.

A. *Tourism product attribute , destination image, destination value terhadap destination loyalty intention*

Berdasarkan estimasi parameter keseluruhan yang ditampilkan pada Tabel 2 di atas, terlihat bahwa nilai C.R untuk secara simultan adalah 12,183, yang lebih besar dari 1,967, yang mengarah pada penolakan H_0 . Ini menunjukkan dampak positif dari fitur produk wisata, citra destinasi, dan nilai destinasi di Kabupaten/Kota Baturraden terhadap niat loyalitas destinasi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya (Saeedi & Heidarzadeh Hanzaee, 2018) yang menunjukkan bahwa citra warisan budaya berpengaruh positif terhadap kualitas pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, hipotesis 1 dalam penelitian ini dianggap diterima. Investigasi mengungkapkan bahwa citra warisan budaya pantai Kuta Mandalika, bersama dengan sejarah, tradisi, dan budayanya yang khas, meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Administrator dan masyarakat lokal yang secara aktif melestarikan tradisi dan budaya dapat sangat memperkaya pengalaman bagi wisatawan yang berkunjung. Citra warisan budaya Pantai Baturraden, Banyumas tercermin dari keunikan sejarahnya, rumah adat kuno, serta adat dan budaya yang beragam. Singkatnya, pengalaman wisatawan akan meningkat ketika mereka menemukan sesuatu yang baru.

B. *Atribut produk wisata terhadap citra destinasi*

Tidak ada pengaruh karakteristik produk wisata terhadap citra destinasi. Temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian (Lu et al., 2015; Martins &

Silva, 2015; Shafiee et al., 2016; Zhang et al., 2018) yang menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kualitas pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, hipotesis 2 diterima. Model hipotesis kedua menunjukkan bahwa wisatawan menikmati pengalaman yang lebih berkualitas ketika mereka merasa aman dan nyaman di suatu destinasi. Hubungan ini terjadi karena Baturraden, Banyumas memiliki pantai berpasir putih yang bersih, ombak yang cocok untuk berselancar, pemandangan bawah laut yang indah, dan perbukitan di sekitarnya. Selain itu, terdapat banyak akomodasi dan pilihan tempat makan yang terjangkau. Ketika wisatawan merasakan kepuasan, hal itu mencerminkan bahwa pengeluaran mereka sebanding dengan keuntungan yang mereka peroleh.

C. Atribut produk wisata terhadap nilai destinasi.

Nilai C.R adalah 0,623, yang lebih kecil dari 1,967, sehingga H₀ diterima. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh positif atribut produk pariwisata terhadap nilai destinasi. Nilai probabilitas 0,54 lebih besar dari 0,001, yang menunjukkan hubungan antara atribut produk pariwisata dan nilai destinasi tidak signifikan. Temuan ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya (Manthiou et al., 2016; Tsai, 2016; Wu et al., 2017; H. Chen & Rahman, 2018; Zhang et al., 2018) yang menyatakan bahwa kualitas pengalaman berdampak positif terhadap niat berperilaku wisatawan.

D. Destination Image terhadap destination value

Nilai C.R adalah $1,842 < 1,967$, yang mengarah pada penerimaan H₀. Ini menunjukkan bahwa Citra Destinasi tidak berdampak positif terhadap nilai destinasi. Nilai probabilitas, pada $0,066 > 0,001$, menunjukkan bahwa hubungan antara Citra Destinasi dan nilai destinasi tidak signifikan. Pengalaman wisatawan individu, melalui interaksi sensorik, emosional, dan fisik dengan destinasi wisata, memainkan peran penting dalam membentuk citra destinasi. Dengan kata lain, citra terbentuk lebih mudah melalui pengalaman aktual wisatawan daripada sekadar motivasi tanpa mengunjungi lokasi tersebut. Kesenjangan yang lebih besar antara pengalaman wisata aktual yang diberikan dan harapan wisatawan menghasilkan persepsi yang lebih negatif, dan ini juga dapat terjadi sebaliknya. Ini sejalan dengan penelitian oleh Beerli dan Martín (2004), Kim dan Chen (2016), dan Kim (2014, 2017). Temuan survei mengungkapkan bahwa aspek yang mengesankan dari pengalaman wisata sangat dipengaruhi oleh dimensi pengetahuan. Dengan demikian, variabel pengalaman wisata memiliki dampak yang cukup signifikan. Diharapkan agar pelaku usaha pariwisata dan pengelola kawasan lebih mengutamakan penciptaan program berbasis pengalaman berkualitas yang mendorong partisipasi wisatawan untuk meningkatkan pengetahuan yang diperoleh dari kekayaan alam, budaya, dan sejarah daerah. Program ini diharapkan dapat meninggalkan kesan yang mendalam bagi wisatawan, tercermin dari citra sektor ekowisata yang baik di sepanjang pantai selatan Jawa Barat.

E. Nilai destinasi terhadap niat loyalitas destinasi.

Nilai C.R sebesar $14,207 > 1,967$, sehingga H₀ ditolak. Hal ini menunjukkan

adanya pengaruh positif nilai destinasi terhadap niat loyalitas destinasi. Nilai probabilitas menunjukkan $< 0,001$, yang berarti hubungan antara nilai destinasi dan niat loyalitas destinasi signifikan.

Faktor utama yang mendorong motivasi perjalanan adalah keinginan untuk melepaskan diri dari rutinitas harian bagi para manajer di bidang-bidang utama dan profesional pariwisata saat mengembangkan strategi dan inisiatif untuk menyusun penawaran pariwisata yang berpusat pada pengalaman yang tak terlupakan. Dalam ranah pengalaman pariwisata yang tak terlupakan, dua aspek penting perlu diperhatikan untuk merancang produk pariwisata: aspek pengetahuan dan peningkatan hubungan sosial melalui pengalaman bersama. Penggabungan ketiga elemen ini menjadi strategi dan program terpadu untuk mengembangkan produk pariwisata diharapkan dapat menciptakan citra yang kuat dan menguntungkan bagi setiap pengunjung.

Contoh Fitur Pariwisata di Baturraden Banyumas meliputi layanan yang sangat baik, pengalaman yang unik, dan lokasi yang indah yang sesuai dengan harapan wisatawan. Selain itu, persepsi warisan budaya dan tempat wisata berdampak positif pada kualitas pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi aktif pengunjung dalam praktik budaya di lokasi tersebut menghasilkan pengalaman yang tak terlupakan dan wawasan baru bagi wisatawan internasional, karena keunikan yang dialami tidak dapat ditiru di negara asal mereka. Selain itu, fasilitas di destinasi tersebut memenuhi semua persyaratan pengunjung asing, menawarkan penginapan yang nyaman, lingkungan yang rapi, transportasi yang nyaman, dan ombak yang sempurna untuk berselancar. Elemen-elemen tersebut secara signifikan meningkatkan kualitas pengalaman wisata. Keterbatasan penelitian ini adalah durasi pelaksanaan penelitian ini hanya satu bulan. Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah wisatawan Baturraden, Banyumas, dan mancanegara. Selain itu, indikator yang digunakan dalam penelitian ini terbatas.

KESIMPULAN

Organisasi dan bisnis yang dapat menawarkan komoditas dan layanan berkualitas serta Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan pendekatan deskriptif setelah dilakukan survei, diperoleh hasil baik secara teoritis maupun empiris. Dari pengujian hipotesis diperoleh simpulan sebagai berikut.

1. Nilai C.R secara simultan sebesar $12,183 \geq 1,967$ dan nilai $p < 0,001$, maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa atribut produk pariwisata, citra destinasi, dan nilai destinasi di Kabupaten/Kota Baturraden berpengaruh positif terhadap niat untuk tetap loyal terhadap destinasi.
2. Atribut produk pariwisata tidak berpengaruh positif terhadap citra destinasi karena model penelitian tidak fit.
3. Nilai C.R sebesar $0,623 < 1,967$ dan nilai $p 0,54 > 0,001$, maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa atribut produk pariwisata tidak berpengaruh positif terhadap nilai destinasi.

4. Nilai C.R sebesar $1,842 < 1,967$ dan $0,066 > 0,001$, maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh positif citra destinasi terhadap nilai destinasi.
5. Nilai C.R sebesar $14,207 > 1,967$ dan nilai $p < 0,001$, maka H_0 ditolak. Hal ini menegaskan bahwa ada pengaruh positif nilai destinasi terhadap niat loyalitas destinasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amil, A., Maniza, L. H., & Wahyudi, R. (2019). Peran Pemerintah Desa Poto Tano Terhadap Pengembangan Objek Wisata Pulau Kenawa Dalam Membangun Ekonomi Masyarakat. *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 7(2), 167. <https://doi.org/10.31764/jiap.v7i2.1274>
- Asy'ari, R., Tahir, R., Rakhman, C. U., & Putra, R. R. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 8(1), 47-58.
- Darmayanti, P. W., & Oka, I. M. D. (2020). Implikasi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat bagi masyarakat Di Desa Bongan. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(2), 142-150.
- Hapsari, P. P. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu) | *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*. <https://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/30>
- Hartati, Y. S. (2021). ANALISIS PERTUMBUHAN EKONOMI INKLUSIF DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.55049/jeb.v12i1.74>
- Ihsom, M., Nurhadi, N., Raharjo, K. M., & Zulkarnain, Z. (2019). Pengelolaan Coban Untuk Wisata Edukasi Dengan Pelibatan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Pait, Kabupaten Malang. *Jurnal KARINOV*, 2(3), 152. <https://doi.org/10.17977/um045v2i3p152-156>
- Kurniawan, J. D., & Oemar, E. A. B. (2020). Perancangan Media Periklanan dalam Mempromosikan Taman Hutan Bambu Keputih. *Barik*, 1(3), 127-140.
- Latianingsih, N., Susyanti, D. W., Syarweni, N., & Rudatin, C. L. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Pada Masa Pandemi. *Jurnal Ilmiah MADIYA Masyarakat Mandiri Berkarya*, 2(2), 91-96.
- Lestari, R., & Dewanti, D. S. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisata di Objek Wisata Alam Kalibiru Kulon Progo, Yogyakarta. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 3(2), 1-6. <https://doi.org/10.18196/jerss.030214>
- Lestari, H. D. (2024). Book Chapter Manajemen Destinasi Pariwisata.

- Maulana, M. I., Utami, S. B., Karlina, N. (2022). Tata Kelola Pemerintahan Kolaboratif Dalam Pengembangan Ekoriparian Sungai Ciliwung di Kelurahan Sukaresmi Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor. *JANE: Jurnal Administrasi Negara*, 13(2), 276-290.
- Novrian, S. (2022). Good Tourism Governance dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai di Desa Lubuk Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Provinsi Kepulauan Riau Tahun 2019-2020. *JOM FISIP*, 14(2).
- Rachmansyah, R. E., Afifuddin, & Widodo, R. P. (2020). Peran Karang Taruna dalam Pengembangan Wisata Panorama Jurang Toleh (Studi Pada Desa Jatiguwi Kecamatan Sumberpucung Malang). *Respon Publik*, 14(1), 90-100
- Rahma, A. A. (2020). Potensi sumber daya alam dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1-8.
- Razzak, F., & Qodir, Z. (2020). Dampak Kebijakan Dana Desa terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Komparasi di Desa Ponggok, Desa Tegalrejo, dan Desa Kalangan, Klaten, Jawa Tengah). *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 67. <https://doi.org/10.30738/sosio.v6i1.6419>
- Rozikin, M., Wismanu, R. E., & Muttaqin, A. (2019). Model Collaborative Governance dalam Analisis Pengembangan Potensi Pariwisata Berbasis Indigenous Tourism. *MEDIA BINA ILMIAH*, 4(4), 2-8. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i4.345>
- Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155-165.
- Salsabila, S. N., Anshori, M. I., Kamil, A., & Jamilati, N. (2024). Strategi Inovatif Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Industri Parawisata di Bangkalan. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(1), 176-190.
- Suhada, D. I., Rahmadani, D. R., Rambe, M., Fattah, M. A. F., Hasibuan, P. F., Siagian, S., & Wulandari, S. (2022). EFEKTIVITAS PARA PELAKU EKONOMI DALAM MENUNJANG PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(10), Article 10. <https://doi.org/10.47492/jip.v2i10.1315>
- Susilo, R. K. D., & Dharmawan, A. S. (2021). Paradigma Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia dalam Perspektif Sosiologi Lingkungan. *JurnalIndonesia Maju*, 1(1), Article 1.
- Susyanti, D. W. (2014). POTENSI DESA MELALUI PARIWISATA PEDESAAN. <https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/epigram/article/view/666/393>
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-jenis penelitian dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13-23.
- Tongkotow, N. F., Waworundeng, W., & Kimbal, A. (2021). Collaborative Governance

Dalam Pengelolaan Wisata Pantai Lakban di Kecamatan Ratatotok.
GOVERNANCE, 1(1).

- Umam, C., Pangesti, F. S. P., & Yuslistyari, E. I. (2020). Pemberdayaan Pokdarwis Tazgk Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Kaduengang. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(1), 17. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i1.25838>
- Utamy, W. A., Susanti, E., Runiawati, N. (2023). Good Tourism Governance dalam Pengelolaan Ekowisata Mangrove Kampung Teluk Semanting Kabupaten Berau. *JANE: Jurnal Administrasi Negara*, 14(2), 658-666.
- Wang, N., Fang, M., Beauchamp, M., Jia, Z., & Zhou, Z. (2021). An indigenous knowledgebased sustainable landscape for mountain villages: The Jiabang rice terraces of Guizhou, China. *Habitat International*, 111, 102360. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2021.102360>
- Wibowo, S., Rusmana, O., & Zuhelfa, Z. (2017). Pengembangan Ekonomi Melalui Sektor Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.34013/jk.v1i2.13>
- Yatmaja, P. T. (2019). Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat Oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan (Studi pada Pokdarwis Minang Rua Bahari di Desa Kelawi, Kecamatan Bakauheni, Kabupaten Lampung Selatan).
- Zhu, J., Yuan, X., Yuan, X., Liu, S., Guan, B., Sun, J., & Chen, H. (2021). Evaluating the sustainability of rural complex ecosystems during the development of traditional farming villages into tourism destinations: A diachronic emergy approach. *Journal of Rural Studies*, 86(October 2020), 473-484. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.07.01>