



Aditya Maulana  
 Yusuf<sup>1</sup>  
 Triana Setiyarini<sup>2</sup>

## PENGARUH PROMOSI DAN FASILITAS FISIK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG : STUDI PADA TAMAN PENDIDIKAN MANGROVE, BANGKALAN

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan fasilitas fisik terhadap minat berkunjung pada Taman Pendidikan Mangrove di Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan. Permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini adalah rendahnya tingkat kunjungan wisatawan akibat promosi yang belum optimal serta kondisi fasilitas fisik yang masih kurang memadai. Kedua faktor tersebut merupakan bagian penting dari bauran pemasaran yang berperan dalam menarik minat dan mempertahankan loyalitas pengunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu individu yang pernah atau berpotensi mengunjungi Taman Pendidikan Mangrove. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SmartPLS untuk menguji pengaruh langsung promosi dan fasilitas fisik terhadap minat berkunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan fasilitas fisik berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,619. Hal ini berarti kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan 61,9% variasi pada minat berkunjung. Fasilitas fisik memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan promosi, menunjukkan bahwa kenyamanan, kebersihan, dan kelengkapan sarana menjadi faktor penting yang mendorong wisatawan untuk berkunjung. Sementara itu, promosi yang informatif dan mudah diakses tetap berperan dalam meningkatkan kesadaran serta ketertarikan wisatawan terhadap destinasi. Dengan demikian, peningkatan kualitas fasilitas fisik dan strategi promosi yang tepat menjadi kunci dalam mengembangkan daya tarik wisata Taman Pendidikan Mangrove Bangkalan.

**Kata Kunci:** Pemasaran, Pemasaran Strategi, Bauran Pemasaran, Minat Berkunjung

### Abstract

This study aims to analyze the influence of promotion and physical facilities on visiting interest at the Mangrove Education Park in Sepulu District, Bangkalan Regency. The background problem of this research is the low level of tourist visits caused by suboptimal promotion and inadequate physical facilities, both of which are important components of the marketing mix that play a role in attracting and maintaining visitor loyalty. Using a quantitative approach with a survey method, data were collected from 30 respondents selected through purposive sampling, consisting of individuals who have visited or have the potential to visit the Mangrove Education Park. The data were analyzed using multiple linear regression with SmartPLS software to examine the direct effects of promotion and physical facilities on visiting interest. The results showed that both variables significantly affect visiting interest, with a coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.619, meaning that promotion and physical facilities explain 61.9% of the variation in visiting interest. Physical facilities were found to have a more dominant influence than promotion, highlighting that comfort, cleanliness, and completeness of amenities are key factors that encourage tourist visits. Meanwhile, informative and accessible promotions still contribute to raising awareness and interest in the destination. Therefore, improving the quality of physical facilities and implementing effective promotional strategies are essential to enhancing the attractiveness of the Bangkalan Mangrove Education Park.

**Keywords:** Marketing, Marketing Strategy, Marketing Mix, Visiting Interest

<sup>1,2)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura  
 email 220211100150@student.trunojoyo.ac.id, riana.setiyarini@trunojoyo.ac.id

## PENDAHULUAN

Dalam industri jasa, bauran pemasaran berperan penting dalam menarik dan mempertahankan minat pelanggan. Dua elemen utama dari bauran pemasaran yang sering diperhatikan adalah promosi dan fasilitas fisik. Promosi bertujuan untuk memperkenalkan layanan, membangun kesadaran merek, serta menarik perhatian calon pelanggan. Sementara itu, fasilitas fisik, yang mencakup lingkungan tempat layanan disediakan, berperan dalam menciptakan pengalaman yang mempengaruhi persepsi dan kenyamanan pelanggan.

Namun, banyak perusahaan jasa menghadapi masalah terkait bagaimana mengoptimalkan kedua elemen ini untuk meningkatkan minat kunjungan. Fenomena yang sering terjadi adalah meskipun promosi dilakukan secara agresif, kualitas fasilitas fisik yang buruk dapat menurunkan minat kunjungan pelanggan. Sebaliknya, fasilitas fisik yang memadai namun tidak didukung oleh promosi yang efektif juga dapat mengurangi potensi kunjungan. Ketidaksesuaian antara ekspektasi yang dibangun melalui promosi dan realitas yang dialami pelanggan saat mengunjungi tempat layanan seringkali menyebabkan ketidakpuasan dan menurunnya minat kunjungan.

Sektor pariwisata memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan perekonomian setiap daerah. Tiap daerah tentunya memiliki kelebihan dalam segala bidang sehingga kelebihan tersebut yang menjadi daya tarik bagi orang lain, oleh karena itu pemerintah diberi hak dan wewenang untuk memanfaatkan ketersediaan alam di daerah setempat. Industri pariwisata dapat meningkatkan perekonomian Indonesia karena pendapatan dari negara meningkat.

Kabupaten Bangkalan mempunyai potensi besar sebagai daerah pariwisata. Bangkalan memiliki berbagai wilayah yang cocok dijadikan sebagai objek wisata sehingga masyarakat didalam maupun luar madura dapat menikmati keindahan tempat-tempat di berbagai wilayah Kabupaten Bangkalan. Salah satu modal yang dimiliki Kabupaten Bangkalan adalah potensi pantai sepanjang 125 km yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata bagi masyarakat dalam maupun luar Madura.

Salah satu wilayah kecamatan di Bangkalan yang berpotensi untuk dikembangkan sektor pariwisatanya adalah Kecamatan Sepulu. Potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat di suatu daerah tertentu yang dapat dikembangkan menjadi daya Tarik wisata. Kawasan hutan mangrove banyak tersebar di pesisir pantai di kabupaten Bangkalan. Taman pendidikan mangrove merupakan salah satu wisata yang ada di Kecamatan Sepulu yang mulai berkembang.

Masih terdapat banyak kendala yang ditemukan dalam pengelolaan taman mangrove. Mayoritas pengunjung taman wisata merupakan pengunjung yang sudah melakukan booking untuk suatu acara bersama dan menginap seperti diklat, outbound dan sebagainya. Namun, untuk pengunjung umum masih dikatakan sangat sepi. Hal ini dikarenakan promosi atau pemasaran yang dilakukan belum optimal. Kurangnya akses jalan karena wisata terletak jauh dari jalan utama sehingga tidak memungkinkan pengunjung rombongan yang menggunakan kendaraan besar masuk ke tempat wisata sehingga harus parkir di sekitar rumah masyarakat yang letaknya cukup jauh dari tempat wisata. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa masih kurangnya penerapan bauran pemasaran terhadap taman wisata mangrove.

Berdasarkan uraian di atas, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran promosi dan fasilitas fisik terhadap minat kunjungan di taman pendidikan mangrove Kecamatan Sepulu, Bangkalan. Penerapan Bauran pemasaran belum bisa dikatakan optimal karena masih terdapat banyak kendala sehingga dapat dijadikan sebagai objek penelitian. Bauran pemasaran menciptakan seperangkat alat taktis untuk membangun posisi yang kuat didalam pasar sasaran. Atas dasar hal tersebut menjadikan penelitian ini berisi kajian tentang pengaruh bauran pemasaran promosi dan fasilitas fisik terhadap minat kunjungan di taman pendidikan mangrove, Bangkalan.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada responden yang relevan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik untuk menguji pengaruh variabel independen (promosi dan fasilitas fisik) terhadap variabel dependen (minat kunjungan). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang berpotensi atau pernah mengunjungi Taman Pendidikan

Mangrove. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan analisis multivariante, dimana jumlah sampelnya sebanyak  $10 \times$  jumlah variabel, yaitu  $10 \times 3 = 30$  orang. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling untuk memastikan hanya responden yang relevan yang berpartisipasi, yaitu yang pernah mengunjungi atau mempertimbangkan untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda, yaitu analisis yang dilakukan guna melihat adanya pengaruh hubungan antara dua indikator atau lebih pada variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi partial (Partial Least Square/PLS) untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Data yang didapat dalam penelitian ini diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Model persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

dengan keterangan  $Y$  merupakan minat berkunjung,  $\alpha$  adalah konstanta,  $X_1$  adalah promosi,  $X_2$  adalah fasilitas fisik,  $b_1$  &  $b_2$  adalah koefisien regresi tiap variabel independennya dan  $\epsilon$  adalah error term.

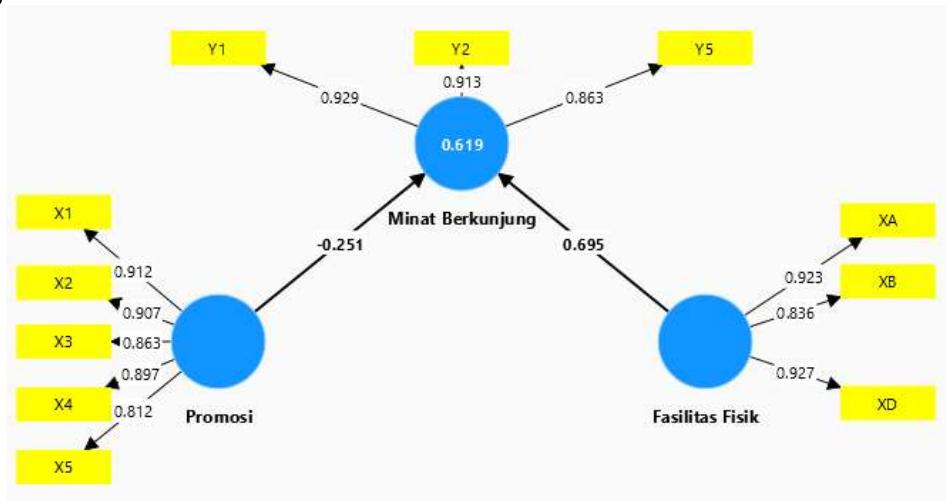
Variabel	Indikator	Item	Deskriptor
Promosi (X1)	Tempat melakukan promosi	X1	Calon pengunjung mengetahui promosi dari media sosial
	Informasi promosi	X2	Informasi yang disampaikan dalam promosi Taman Pendidikan Mangrove menarik minat berkunjung
	Materi promosi	X3	Materi yang disampaikan dalam promosi mampu meningkatkan pengetahuan konsumen tentang Taman Pendidikan Mangrove
	Akses promosi	X4	Promosi yang dilakukan mudah diakses dan dipahami
	Ketertarikan karena promosi	X5	Calon pengunjung tertarik untuk mengunjungi Taman Pendidikan Mangrove karena adanya promosi
Fasilitas fisik(X2)	Ketersediaan	XA	Fasilitas fisik yang dimiliki Taman Pendidikan Mangrove memenuhi kebutuhan pengunjung
	Kondisi fasilitas	XB	Area Taman Pendidikan Mangrove bersih, rapi, nyaman
	Parkir layanan jasa	XC	Taman Pendidikan Mangrove memiliki tempat parkir yang memadai
	Fasilitas Pendukung	XD	Taman Pendidikan Mangrove memiliki fasilitas pendukung, seperti toilet, tempat istirahat dan lain-lain
	Akses ke fasilitas	XE	Kondisi jalan ke Taman Pendidikan Mangrove yang mudah diakses

Minat berkunjung(Y)	Ketertarikan	Y1	Tertarik untuk mengunjungi Taman Pendidikan Mangrove
	Memutuskan untuk bersedia mempromosikan ke konsumen lain	Y2	Pengunjung bersedia mempromosikan Taman Pendidikan Mangrove kepada calon pengunjung lain
	Citra layanan	Y3	Taman Pendidikan Mangrove memiliki nilai yang menarik sebagai destinasi wisata.
	Kenyamanan dan Kepuasan	Y4	Pengunjung merasa nyaman dan puas saat berkunjung ke Taman Pendidikan Mangrove
	Memutuskan berkunjung kembali	Y5	Pengunjung memutuskan berkunjung kembali jika ada fasilitas yang baru

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, hasil data yang didapat menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Langkah pertama yang dilakukan adalah merubah format data dari Excel menjadi format CSV(Comma delimited). Setelah formatnya diubah, data dimasukkan kedalam perangkat lunak.

### Pengujian Model



### Convergent Validity

	Fasilitas Fisik	Minat Berkunjung	Promosi
X1			0.912
X2			0.907
X3			0.863
X4			0.897
X5			0.812
XA	0.923		
XB	0.836		
XD	0.927		
Y1		0.929	
Y2		0.913	
Y5		0.863	

Untuk menguji convergent validity, digunakan nilai outer loading. Indikator convergent validity dikatakan dalam kategori baik apabila nilai outer loading lebih dari 0,6. Dimana dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa indikator convergent validity dalam kategori baik karena semua nilai outer loading lebih dari 0,6.

#### **Discriminant Validity**

Discriminant validity dapat diketahui melalui nilai average variant extracted (AVE). Untuk model yang baik, masing masing indikator dipersyaratkan nilainya lebih dari 0,5.

	Average variance extracted (AVE)
<b>Fasilitas Fisik</b>	<b>0.803</b>
<b>Minat Berkunjung</b>	<b>0.814</b>
<b>Promosi</b>	<b>0.773</b>

Dilihat dari nilai AVE diatas bahwa model tergolong baik karena dari semua variabel memiliki nilai lebih dari 0,5 dimana nilai tersebut dikatakan sudah memenuhi syarat dan semua hasilnya adalah valid.

#### **Nilai R-Square**

	R-square
<b>Minat Berkunjung</b>	<b>0.619</b>

Perolehan tabel R-Square disimpulkan bahwa dapat diperoleh variabel keputusan berkunjung sebesar 0,619 yang artinya minat berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan fasilitas fisik sebesar 61,9%.

#### **Hasil Pengujian Hipotesis**

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
<b>Fasilitas Fisik -&gt; Minat Berkunjung</b>	0.695	0.706	0.082	8.520	<b>0.000</b>
<b>Promosi -&gt; Minat Berkunjung</b>	-0.251	-0.267	0.119	2.113	<b>0.035</b>

Berdasarkan gambar diatas, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Hipotesis 1, menyatakan Fasilitas fisik berpengaruh terhadap minat berkunjung yang ditunjukkan dengan nilai P values sebesar 0,000 atau nilai P values kurang dari 0,05.
2. Hipotesis 2, menyatakan Promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung yang ditunjukkan dengan nilai P values sebesar 0,035 atau nilai P values kurang dari 0,05.

#### **SIMPULAN**

Fasilitas fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung ke Taman Pendidikan Mangrove. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan yang bersih, rapi, nyaman serta fasilitas pendukung yang memadai seperti toilet, tempat istirahat yang dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung. Promosi juga berpengaruh terhadap minat berkunjung, meskipun dengan pengaruh yang lebih kecil dibandingkan fasilitas fisik. Promosi yang informatif dan mudah diakses mampu menarik perhatian calon pengunjung untuk dating. Secara keseluruhan, promosi dan fasilitas fisik menjelaskan 61,9 % variabilitas dalam minat berkunjung, menandakan bahwa kedua faktor tersebut saling melengkapi untuk menciptakan daya tarik bagi pengunjung.

## SARAN

- Tingkatkan kualitas fasilitas fisik, terutama akses jalan menuju lokasi agar lebih mudah dijangkau oleh pengunjung. Penyediaan fasilitas tambahan seperti area parkir yang lebih dekat dan fasilitas fisik lainnya juga perlu diperhatikan.
- Optimalkan strategi promosi dengan menggunakan media sosial dan platform digital untuk meningkatkan jangkauan informasi. Pastikan kesesuaian antara promosi dan realitas fasilitas fisik di lapangan untuk menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung.
- Libatkan masyarakat sekitar dalam pengelolaan dan promosi Taman Pendidikan Mangrove untuk mendukung keberlanjutan destinasi wisata tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, L. (2019). Pengaruh Bauran Ritel (Barang Dagangan, Harga, Promosi, Pelayanan Dan Fasilitas Fisik) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengunjung Mr D.I.Y Di Mall Suncity Sidoarjo). *Pendidikan Tata Niaga*, 07(03), 10–27.
- Amiroh, I., Rahmi, D., Dwitanti, E., & Supeno, B. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Untuk Bisnis Jasa: Bibliometrik Analisis. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–14. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.5356>
- Asmar, & Razak, S. R. (2023). *Journal of Management Science ( JMAS )*. *Journal of Management (JMS)*, 4(2), 95–08.
- Enggal, T. W., Bukhori, M., & Sudaryanti, D. (2019). Analisa Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju di Beberapa Departement Store di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(2), 61–70. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>
- Kim, J., Jun, J., Park, E., & Lee, C. K. (2018). Investigating public relations as a destination promotion strategy: the role of multiple dimensions of publicity. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(5), 583–594. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1375445>
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA DESTINASI WISATA PANTAI CAROCOK PAINAN KABUPATEN PESISIR SELATAN (STUDI KASUS PADA WISATAWAN DOMESTIK). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 191–200.
- Putri, M. A., & Pratito S. N., SE. M.M, D. W. (2023). Mengungkap Keberhasilan Bauran Pemasaran Pada Usaha Kuliner Toko Roti. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 15(3), 82–94. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v15i3.657>
- Rahayu, S., Nurahmi, M., & Samsuddin, W. (2024). the Influence of Promotion and Service Quality on Satisfaction and Its Impact on Tourist Loyalty in Historical Tourism Objects. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(4), 1–23. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n4-089>
- Ristanti, I. D., & Kuswanto, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Safari Indonesia II Prigen Pasuruan Jawa Timur. PERFORMANCE: *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 12(1), 15–31. <https://doi.org/10.24929/feb.v12i1.1584>
- Setiawan, P. Y. B., Fudholi, A., & Satibi. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Produk. *Manajemen Dan Pelayanan Farmasi*, 6(2), 115–124. Retrieved from <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=42&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj5aLXiqXbAhXVb30KHchZDIk4KBAWCC4wAQ&url=https%3A%2F%2Fjurnal.ugm.ac.id%2Fjmpf%2Farticle%2Fview%2F29390%2F17543&usg=AOvVaw2mUx8cO0M0VBz16AWxd8MA>
- Susanto, B., & Nursamsu, N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Desa Selo Park Nganjuk. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1284>
- Umariyah, S., & Rum, M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian dan Alternatif Strategi Keripik Gedebok Pisang (Studi Kasus IKM Saeeku Kecamatan Soko Kabupaten Tuban). *Agriscience*, 3(1), 39–57. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i1.15185>
- Wowor, V. R. (2013). Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen

- Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz Pt. Hasrat Abadi Manado. Jurnal EMBA, 1(4), 1229–1239.
- Yuliana, L., Edinov, S., & Fauzi, R. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Wisatawan Pantai Padang. Journal of Social and Economics Research, 5(2), 1868–1876.