

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Telaah Pustaka

1. Produk Regional Domestik Bruto

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan oleh seluruh lapangan usaha dalam suatu wilayah pada periode tertentu. Nilai tambah ini mencerminkan kontribusi masing-masing sektor ekonomi dalam penciptaan output regional yang mencerminkan aktivitas ekonomi suatu daerah (Susanti, 2013). PDRB merupakan indikator penting yang digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan ekonomi suatu daerah dan untuk mengetahui struktur perekonomian berdasarkan sektor-sektor usahanya.

Menurut Badan Pusat Statistik (2023), PDRB dibagi menjadi tiga sektor utama, yaitu:

a. Sektor Primer

Sektor primer meliputi kegiatan ekonomi yang berhubungan langsung dengan sumber daya alam dan eksploitasi alam secara langsung, seperti pertanian, kehutanan, perikanan, dan pertambangan. Kegiatan pada sektor ini biasanya menjadi fondasi bagi pembangunan ekonomi terutama di daerah dengan sumber daya alam melimpah.

b. Sektor Sekunder

Sektor Sekunder mencakup kegiatan industri pengolahan, manufaktur, konstruksi, dan kegiatan yang mengolah bahan mentah

menjadi barang jadi atau setengah jadi. Sektor ini menjadi kunci dalam proses industrialisasi dan penciptaan nilai tambah yang lebih tinggi dari bahan baku.

c. Sektor Tersier

Sektor tersier dikenal sebagai sektor jasa yang menyediakan berbagai layanan kepada masyarakat dan sektor ekonomi lainnya. Sektor ini meliputi perdagangan, transportasi, pendidikan, kesehatan, komunikasi, keuangan, serta pariwisata. Sektor tersier memiliki peran yang semakin dominan dalam perekonomian modern karena berperan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta mendukung aktivitas ekonomi di sektor primer dan sekunder.

Pariwisata dikategorikan sebagai bagian dari sektor tersier atau sektor jasa karena aktivitasnya melibatkan penyediaan layanan yang berhubungan dengan rekreasi, hiburan, akomodasi, transportasi, dan berbagai aktivitas pendukung lainnya yang tidak menghasilkan barang fisik, melainkan nilai ekonomi melalui jasa. Sektor ini memiliki peranan penting dalam perekonomian modern, terutama sebagai sumber pendapatan serta penyerapan tenaga kerja. Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan bahwa sektor tersier mencakup seluruh kegiatan ekonomi yang menyediakan jasa, termasuk pariwisata, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan kesempatan kerja di Indonesia (BPS, 2023). Oleh sebab itu, pengembangan sektor pariwisata menjadi salah satu fokus utama

dalam pembangunan ekonomi, baik di tingkat daerah maupun nasional.

Sejalan dengan penjelasan tersebut, Pengembangan wisata dan promosi objek wisata, seperti Pantai Kemiren, memiliki peranan strategis untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat sekitar.

2. Wisata & Pariwisata

a. Definisi Wisata & Sektor Pariwisata

Menurut undang-undang pemerintah nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan pengertian dari wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Mulya Sari, 2015).

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam mendorong pembangunan ekonomi. Tidak hanya menjadi pemicu produksi dan konsumsi, pariwisata juga mampu meningkatkan iklim investasi suatu daerah. Hal tersebut didukung oleh aktivitas pengembangan daya tarik wisata. Daya tarik wisata yang berkembang di suatu kota memiliki karakteristik dasar dari keberagaman dan dukungan infrastruktur yang memadai (Artiningsih et al., 2020)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pasal 1 menyebutkan bahwa pariwisata mencakup berbagai aktivitas perjalanan wisata yang didukung oleh sarana dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah pusat, maupun pemerintah daerah.

b. Peran Sektor Pariwisata dalam Pembangunan Daerah

Ada beberapa kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Mudrikah, 2014) diantaranya:

- 1) Pariwisata meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi, pajak hotel, restoran, dan objek wisata.
- 2) Menjadi sumber devisa dan memperkuat ekonomi lokal terutama daerah yang memiliki keterbatasan sektor industri.
- 3) Mendorong perkembangan UMKM dan sektor informal seperti pedagang kaki lima, penyedia oleh-oleh, dan jasa pemandu wisata.

3. Pengembangan Pariwisata

a. Definisi Pengembangan Pariwisata

Menurut Anindita (2015) dalam (Barreto & Giantari, 2015) pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar lebih baik dan menarik ditinjau dari segi tempat dan segala yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

b. Indikator Pengembangan Pariwisata

Indikator Pengembangan Pariwisata Menurut (Barreto & Giantari, 2015) adalah sebagai berikut;

1) Daya Tarik Wisata (Attractions)

Daya tarik wisata adalah komponen yang menjadi pusat perhatian para wisatawan, seperti objek wisata alam, budaya, dan rekreasi.

2) Fasilitas Pendukung (Amenitas)

Fasilitas pendukung mencakup layanan yang mendukung pengalaman wisatawan, seperti restoran, kafe, toko oleh-oleh, dan pemandu wisata. Layanan tambahan ini dapat menciptakan pengalaman yang lebih menyeluruh dan menarik bagi wisatawan.

3) Aksesibilitas (Accessibility)

Aksesibilitas mengacu pada kemudahan transportasi menuju destinasi wisata. Hal ini mencakup jaringan jalan, bandara, pelabuhan, dan moda transportasi lainnya. Infrastruktur transportasi yang baik sangat penting agar wisatawan dapat dengan mudah mencapai destinasi wisata.

4) Aktivitas Wisata

Aktivitas wisata merupakan segala kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan di objek wisata, mulai dari kegiatan rekreasi, olahraga, petualangan, hingga kegiatan sosial budaya.

4. Promosi Wisata

a. Pengertian Promosi Pariwisata

Promosi adalah aktivitas yang dilakukan untuk memperkenalkan dan memasarkan destinasi wisata kepada publik, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran wisatawan terhadap destinasi yang ada, dan mendorong mereka untuk melakukan perjalanan. Dalam jurnal yang ditulis oleh (Huda, 2022), promosi yang dilakukan secara intensif dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, terutama jika promosi tersebut menonjolkan keunikan dan daya tarik dari suatu destinasi.

Selain itu, (Mahmud et al., 2022) menyarankan bahwa promosi yang dilakukan harus terintegrasi dengan baik dengan elemen-elemen lain, seperti aksesibilitas dan amenitas. Destinasi wisata yang dikenal dengan baik melalui promosi yang kuat, memiliki peluang lebih besar untuk mendatangkan wisatawan.

b. Indikator Promosi

Menurut Kementerian Pariwisata RI, Indikator promosi dalam pariwisata mencakup:

1) Iklan (Advertising)

Upaya memperkenalkan destinasi wisata dengan memanfaatkan media komunikasi publik agar dapat menarik perhatian calon wisatawan secara luas seperti, penayangan iklan destinasi di TV, YouTube, atau platform media sosial.

2) Promosi (Promotion)

Penawaran istimewa yang dirancang untuk menarik minat wisatawan agar melakukan kunjungan. Seperti melakukan potongan harga tiket masuk, promo paket wisata, atau voucher penginapan.

3) Penjualan

Merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang berfokus pada usaha perusahaan untuk mendorong konsumen agar membeli produk melalui kegiatan promosi, persuasi, dan interaksi langsung. Penjualan dipandang sebagai aktivitas yang menekankan pada pencapaian transaksi dan pendapatan jangka pendek.

4) Publikasi dan PR (Public Relations)

Strategi membentuk citra positif suatu destinasi melalui pemberitaan media, kerja sama dengan influencer, atau penyelenggaraan acara. Misalnya mengundang travel blogger atau influencer untuk berkunjung dan membagikan pengalaman mereka

5) Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Penyampaian informasi mengenai destinasi wisata secara personal kepada calon pengunjung. Seperti melakukan pengiriman email newsletter atau distribusi katalog wisata.

5. Kunjungan Wisatawan

a. Pengertian Kunjungan Wisatawan

Kunjungan Wisatawan adalah kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan pada suatu daerah tempat wisata. Apabila dijelaskan,

umumnya seseorang atau kelompok yang biasa mengunjungi tempat wisata atau negaranya disebut pengunjung. Pengunjung merupakan orang yang sedang melakukan kunjungan di suatu tempat yang bertujuan untuk menikmati dan mendapatkan kesenangan dalam aktifitas kunjungan tersebut.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dan organisasi pariwisata internasional seperti UNWTO (United Nations World Tourism Organization), kunjungan wisatawan merujuk pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan dalam mengunjungi suatu daerah atau destinasi wisata, baik dalam negeri (wisatawan nusantara) maupun luar negeri (wisatawan mancanegara), dengan tujuan utama bukan untuk menetap secara permanen dan tidak untuk kegiatan yang menghasilkan upah di tempat yang dikunjungi.

Menurut Arjana (2016), dalam (Eka Alifia Rahmadhani, 2021) Pengunjung adalah setiap orang yang bepergian ke tempat selain dari lingkungan biasanya selama kurang dari 12 bulan berturut-turut dan tujuan utamanya bukan untuk bekerja dan mendapatkan upah di tempat yang dikunjungi . Pengunjung tersebut biasanya terdiri dari banyak orang yang memiliki motivasi tersendiri dalam melakukan kunjungan termasuk wisatawan.

Dalam Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan suatu kegiatan berwisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok

orang ketika mengunjungi tempat-tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan pribadi, atau pemahaman tentang keunikan daya tarik wisata dalam jangka waktu sementara. Sedangkan menurut Sihite (2000) dalam (Isabella, 2005) pengertian wisatawan dapat dibedakan menjadi 2 kategori :

- 1) Wisatawan nasional (nusantara) adalah wisatawan domestik yaitu yang berasal dari dalam negeri. (memasuki negara lain).
- 2) Wisatawan internasional (mancanegara) adalah wisatawan dari luar negeri atau orang yang bepergian ke luar negeri

b. Indikator Tingkat Kunjungan

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan diantaranya sebagai berikut:

1) Pendapatan Wisatawan

Pendapatan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk melakukan perjalanan wisata. Wisatawan dengan pendapatan lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan finansial untuk mengunjungi destinasi wisata. Hal ini didukung oleh penelitian (Lestari & Dewanti, 2019), yang menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan.

2) Biaya Perjalanan

Biaya yang dikeluarkan untuk mencapai destinasi wisata dapat memengaruhi minat kunjungan. Akan tetapi, pada beberapa

destinasi wisata yang di dominasi oleh wisatawan lokal, biaya perjalanan tidak menjadi pertimbangan wisatawan karena akses lokasi yang dekat dan tidak memerlukan biaya yang besar. Seperti pada Penelitian (Ridha Taqwa et al., 2024), menunjukkan bahwa biaya perjalanan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas kunjungan wisatawan.

3) Fasilitas dan Pelayanan

Ketersediaan fasilitas seperti akomodasi, tempat makan, dan sarana transportasi yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dan mendorong kunjungan ulang. Pada penelitian (choirulia Criswandari et al., 2021) menyatakan bahwa fasilitas merupakan salah satu faktor yang memengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung.

4) Keamanan

Tingkat keamanan di destinasi wisata merupakan salah satu aspek krusial yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Wisatawan cenderung memilih tempat yang memberikan rasa aman, baik dari segi kondisi sosial, stabilitas lingkungan, hingga kesiapan petugas keamanan dan sarana pendukung seperti penerangan, rambu keselamatan, serta pos pengawasan.

Apabila destinasi wisata dianggap rawan gangguan, kriminalitas, atau kecelakaan, maka minat wisatawan untuk

berkunjung akan menurun, tidak peduli seberapa menarik daya tarik alam atau budayanya. (Pandaleke et al. 2019) membuktikan bahwa faktor keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisatawan. Hal ini juga relevan untuk Pantai Kemiren, di mana peningkatan keamanan, seperti penyediaan petugas penjaga pantai, sistem peringatan dini, serta fasilitas keselamatan bagi pengunjung, dapat menjadi daya tarik tambahan yang memperkuat citra destinasi sebagai tempat wisata yang ramah dan nyaman. Dengan demikian, pengelolaan keamanan menjadi strategi penting dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di kawasan tersebut.

5) Jarak dan Aksesibilitas

Jarak antara tempat tinggal wisatawan dan destinasi wisata, serta kemudahan akses transportasi, dapat memengaruhi keputusan untuk berkunjung. Penelitian menunjukkan bahwa jarak memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas kunjungan wisatawan.

6) Daya Tarik Wisata

Keunikan dan keindahan alam, kekayaan budaya, serta atraksi khusus yang dimiliki suatu destinasi wisata merupakan elemen penting yang mampu menarik perhatian wisatawan. Daya tarik ini menciptakan pengalaman yang autentik dan berbeda dari destinasi lain, sehingga menjadi alasan utama bagi wisatawan dalam

memilih tempat untuk dikunjungi. Penelitian di Floating Market Lembang mengidentifikasi bahwa atraksi memiliki pengaruh paling dominan terhadap motivasi wisatawan untuk berkunjung, mengungguli faktor-faktor lain seperti fasilitas atau aksesibilitas.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan di objek wisata serupa. Meskipun topik dan variabel yang digunakan sama, objek dan konteks wilayahnya berbeda. Penelitian ini juga merujuk pada penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian sebagai bahan referensi, berikut ini sumber referensi tersebut :

- 1) Penelitian dari (Agus Riyadi & Ferey Herman, 2023) yang berjudul Pengaruh Pengembangan Wisata dan Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Air Panas Cipari. Diperoleh Kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan SPSS 26 sebagai alat penguji data. Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah pengembangan wisata berpengaruh positif terhadap Kunjungan Wisatawan, Promosi Wisata juga berpengaruh positif terhadap Kunjungan Wisatawan, Secara bersama-sama Pengembangan Wisata dan Promosi berpengaruh positif terhadap kunjungan wisatawan. Adapun perbedaan terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek wisatanya. Penelitian terdahulu ini menggunakan Wisata Air Panas Cipari sebagai objek penelitian,

sedangkan penelitian ini menggunakan Wisata Pantai Kemiren sebagai objek penelitian.

- 2) Penelitian dari (Kurniawan, 2024) yang berjudul Pengaruh Infrastruktur, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa ketiga variabel berpengaruh secara langsung dan tidak langsung secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan di Pantai Parang Tritis. Kepuasan wisatawan berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara infrastruktur, kualitas layanan, dan promosi dengan loyalitas wisatawan. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek, tujuan dan variabel X dan Y dalam penelitian terdahulu variabel X Infrastruktur, Kualitas Layanan & Promosi. Variabel Y Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. Sedangkan dalam penelitian ini variabel X Pengembangan Wisata & Promosi dengan variabel Y Tingkat Kunjungan Wisatawan.
- 3) Penelitian dari (Hilimi, 2022) yang berjudul Pengaruh Pengembangan Wisata Pantai Botutonuo Terhadap Ekonomian Masyarakat di Desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango. Berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi yang dianalisis secara kualitatif hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pengembangan Infrastruktur dan Fasilitas Wisata di Pantai Botutonuo memberikan dampak positif yang nyata terhadap kondisi ekonomi masyarakat setempat. Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak

pada fokus penelitian dimana penelitian terdahulu fokus terhadap dampak ekonomi masyarakat lokal sedangkan penelitian ini fokus terhadap pelaku dan minat kunjungan wisatawan. Penelitian terdahulu menggunakan teknis analisis kualitatif model Miles & Huberman sedangkan pada penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda sebagai teknis analisis.

- 4) Penelitian dari (Ainun Farahin Jamsari et al., 2019) yang berjudul Pengaruh Pengembangan Wisata Kampung Gadungan. Hasil dari penelitian Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan objek wisata Kampung Gadungan melalui peningkatan atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan aktivitas berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Adapun perbedaan dari penelitian ini terletak pada variabel independen dimana pada penelitian ini terdapat dua variabel yakni Pengembangan Wisata dan Promosi sementara pada penelitian terdahulu hanya terdapat satu variabel yaitu Pengembangan Wisata. Selain itu analisis hasil dari penelitian terdahulu hanya menyajikan analisis tekstual tanpa nilai statistik sedangkan penelitian ini akan menghasilkan koefisien, nilai p, dan nilai determinasi (R^2) untuk pemahaman lebih dalam.

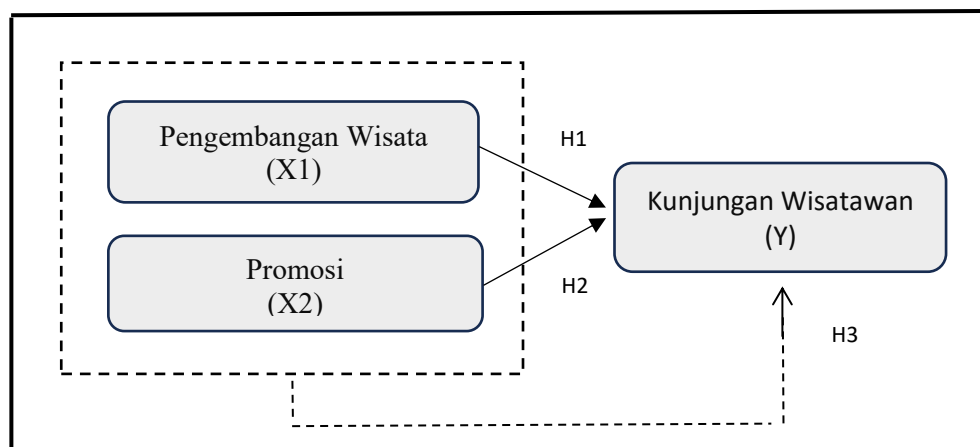
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
1.	Agus Riyadi, Ferey Herman	Pengaruh Pengembangan Wisata Dan Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Air Panas Cipari Kabupaten Cilacap	2023	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa, Pengembangan Wisata dan Promosi berpengaruh positif terhadap Kunjungan Wisatawan pada Obyek Wisata Air Panas Cipari.
2.	Ramdhan Kurniawan	Pengaruh Infrastruktur, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan	2024	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa, Infrastruktur Pariwisata, Kualitas Layanan dan Promosi memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan.
3.	Delvita Septianingsih Hilimi	Pengaruh Pengembangan Wisata Pantai Botutonuo Terhadap Ekonomi Masyarakat di Desa Botutonuo Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango	2022	Hasil Penelitian ini menunjukkan dengan keberadaan objek wisata pantai Botutonuo memberikan dampak terhadap jumlah pendapatan masyarakat dan beragam jenis pekerjaan serta menciptakan peluang usaha untuk masyarakat, diantaranya pedagang, jasa sewa gazebo, perahu wisata, fasilitas renang dan ruang bilas serta penginapan.

4.	Ainun Farahin Jamsari, Titik Akiriningsih, Sunyoto	Pengaruh pengembangan Objek Wisata Kampung Gadungan	2019	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan objek wisata Kampung Gadungan melalui peningkatan atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan aktivitas berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.
----	--	---	------	--

C. Kerangka Berpikir

Dari uraian pemikiran diatas, dapat dijelaskan melalui variabel pengaruh pengembangan wisata dan promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan, yang dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Keterangan :

————— : Pengaruh secara Parsial

- - - - - : Pengaruh secara Simultan

H1 = Terdapat pengaruh antara pengembangan wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan

H2 = Terdapat pengaruh antara promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan

H3 = Terdapat pengaruh antara pengembangan wisata dan promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan

D. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atau dugaan terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana suatu pernyataan sementara atau dugaan jawaban tersebut yang paling memungkinkan dan masih harus dibuktikan dengan penelitian. Hipotesis akan diterima jika hasil penelitian membenarkan pernyataan tersebut dan menolak jika pernyataan tersebut bertentangan.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah serta telaah pustaka yang telah di paparkan sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Diduga pengembangan wisata memiliki pengaruh terhadap meningkatnya tingkat kunjungan wisatawan.

(Barreto & Giantari, 2015) mengatakan pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar lebih baik dan menarik ditinjau dari segi tempat dan segala yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Semakin baik pengembangan wisata yang dilakukan akan menarik minat kunjungan wisatawan dan wisata yang cenderung tidak mengalami pengembangan tingkat kunjungan wisatawannya akan sulit bertambah. Hal ini dibuktikan oleh penelitian

(Ainun et al., 2019) dimana penelitian ini mengkaji sejauh mana pengembangan wisata di Kampung Gadungan berkontribusi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Pengembangan dilakukan melalui empat aspek utama yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas dan aktifitas. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa keempat aspek tersebut secara kolektif berkontribusi positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

H1 = Terdapat pengaruh antara pengembangan wisata terhadap tingkat kunjungan wisatawan

- 2) Diduga Promosi berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Promosi adalah aktivitas yang dilakukan untuk memperkenalkan dan memasarkan destinasi wisata kepada publik, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran wisatawan terhadap destinasi yang ada, dan mendorong mereka untuk melakukan perjalanan. Dalam jurnal yang ditulis oleh (Huda, 2022), promosi yang dilakukan secara intensif dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, terutama jika promosi tersebut menonjolkan keunikan dan daya tarik dari suatu destinasi. Promosi yang dirancang dengan baik mampu membangun citra positif destinasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaannya. Hal ini terbukti dalam penelitian yang dilakukan (Pandaleke et al. 2019), di mana hasil analisis menunjukkan bahwa

promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Artinya, semakin intensif dan tepat sasaran suatu strategi promosi diterapkan, maka kemungkinan wisatawan untuk tertarik dan melakukan kunjungan akan semakin besar. Oleh karena itu, promosi menjadi salah satu faktor kunci yang harus diperhatikan oleh pengelola wisata dalam upaya meningkatkan daya saing destinasi.

H2 = Terdapat pengaruh antara promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan

- 3) Diduga pengembangan wisata dan promosi secara simultan turut menentukan intensitas kunjungan wisatawan ke Pantai Kemiren

Penelitian (Riyadi & Herman, 2023) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara pengembangan wisata dan promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan pada obyek wisata Air Panas Cipari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pengembangan fasilitas wisata, seperti peningkatan infrastruktur dan layanan, serta strategi promosi yang efektif, seperti penggunaan media sosial dan kerjasama dengan agen perjalanan, secara bersama-sama mampu meningkatkan minat dan jumlah kunjungan wisatawan.

H3 = Terdapat pengaruh antara pengembangan wisata dan Promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan.