

## ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK DAN AMENITAS TERHADAP REFERENSI KUNJUNGAN WISATA DI DESA WISATA CEMAGI, KABUPATEN BADUNG

I Nyoman Widiana<sup>1</sup>, Desak Made Purnama Dewi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Triatma Mulya Badung

E-mail: <sup>2</sup>purnama.dewi@triatmamulya.ac.id

### *Abstract*

*This study aims to analyze the influence of tourist attractions and amenities on tourist decision-making in choosing Cemagi Tourism Village as a travel destination. A quantitative approach was applied using a survey method, with 100 respondents selected through accidental sampling. Data were analyzed using multiple linear regression. The findings indicate that both tourist attraction and amenities significantly and positively affect the visit decision, both partially and simultaneously. Amenities emerged as the most dominant factor influencing tourist preferences. These results underscore the importance of managing tourism facilities and key attractions to enhance visits to culturally-based tourism villages.*

**Keywords:** *tourist attractions, amenities, visit decision, cemagi tourism village*

<b>Submission:</b> 13 Juni 2025	<b>Diterima:</b> 21 Juni 2025	<b>Dipublikasi:</b> 30 Juni 2025
------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------

### PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan destinasi wisata unggulan di Indonesia yang dikenal secara global berkat kekayaan budaya, keindahan alam, dan keramahannya dalam menyambut wisatawan. Selain menjadi pusat pariwisata nasional, Bali juga menjadi model pengembangan desa wisata yang memadukan kehidupan masyarakat lokal dengan potensi atraksi wisata berbasis budaya dan alam. Salah satu contoh yang menonjol adalah Desa Wisata Cemagi, yang terletak di Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Terletak di bagian barat daya Pulau Bali, tepatnya di Jl. Raya Pantai Seseh, Kecamatan Mengwi, Desa Wisata Cemagi merupakan tujuan wisata baru yang menghadirkan pesona alam yang memukau, kekayaan budaya yang khas, serta pengalaman autentik yang mencerminkan kehidupan Bali. Desa ini dikelilingi oleh sejumlah pantai eksotis seperti Pantai Pasir Hitam Cemagi, Pantai Mengening, dan Pantai Seseh. Salah satu *landmark* spiritual yang menonjol adalah Pura Batu Ngaus, sebuah pura megah yang berdiri di atas batu karang di pinggir laut. Lokasinya menghadirkan panorama siluet dramatis yang sangat indah saat matahari terbenam, menjadikannya salah satu spot terbaik untuk menikmati sunset di Cemagi, dengan hamparan laut dan suasana damai. Bagi para pencinta alam, aktivitas *trekking* di antara hamparan sawah Cemagi menawarkan ketenangan dan pemandangan hijau yang memanjakan mata. Sementara itu, wisatawan yang tertarik mengenal budaya setempat dapat mengikuti berbagai kegiatan, seperti kursus memasak kuliner Bali, belajar tarian tradisional, atau mengamati rutinitas harian masyarakat lokal yang ramah dan penuh kehangatan.

Daya tarik, seperti keindahan alam, warisan budaya, atau keunikan suatu tempat, menjadi faktor utama yang menarik minat wisatawan untuk datang. Ketika sebuah objek wisata memiliki ciri khas yang menonjol dan tidak ditemukan di tempat lain, hal ini akan memicu rasa ingin tahu dan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Sementara itu, amenities, yang mencakup berbagai fasilitas pendukung seperti penginapan, restoran, toilet umum, serta akses transportasi menjadi faktor yang menunjang kenyamanan dan kepuasan

pengunjung. Keberadaan amenities yang memadai akan membuat wisatawan merasa nyaman, betah, dan bahkan tertarik untuk memperpanjang masa tinggal mereka. Dengan demikian, sinergi antara daya tarik yang kuat dan ketersediaan amenities yang baik akan mendorong peningkatan kunjungan wisatawan, menciptakan pengalaman wisata yang positif, serta berkontribusi terhadap perkembangan pariwisata di daerah tersebut. Dalam dinamika pariwisata modern, keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi tidak hanya ditentukan oleh daya tarik utama, tetapi juga oleh ketersediaan amenities yang memadai. Daya tarik wisata merujuk pada segala unsur yang memiliki nilai estetika, budaya, dan keunikan yang mampu menarik perhatian pengunjung, seperti keindahan alam, kegiatan budaya, dan warisan lokal (Yoeti, 2002; Basiya & Rozak, 2012). Sementara itu, amenities mencakup berbagai fasilitas yang menunjang kenyamanan wisatawan selama beraktivitas di destinasi, mulai dari akomodasi, restoran, aksesibilitas, hingga fasilitas kebersihan dan informasi (Spillane dalam Nuraeni, 2014; Dewi et al., 2020).

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pembangunan pariwisata bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat identitas budaya, dan melestarikan lingkungan. Dalam konteks Desa Wisata Cemagi, daya tarik seperti Pura Luhur Batu Ngaus, Pantai Seseh, serta panorama sawah menjadi kekuatan utama dalam menarik minat kunjungan. Namun, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa meskipun kunjungan wisatawan mengalami tren peningkatan, masih terdapat tantangan seperti keluhan terhadap keterbatasan fasilitas dan pengelolaan sarana prasarana yang belum optimal, sebagaimana ditunjukkan dalam ulasan media sosial wisatawan. Berdasarkan data kunjungan yang dihimpun oleh pengelola Desa Wisata Cemagi tahun 2022 - 2024, terjadi peningkatan signifikan selama bulan-bulan libur nasional dan hari besar keagamaan. Namun demikian, kenyamanan wisatawan terganggu oleh kurangnya fasilitas pendukung seperti toilet umum, pusat informasi wisata, serta tempat belanja cenderamata. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan daya tarik wisata harus berjalan seiring dengan peningkatan kualitas amenities agar dapat membentuk keputusan berkunjung yang lebih kuat.

Kajian-kajian sebelumnya menunjukkan bahwa baik daya tarik wisata maupun amenities berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan (Susianto et al., 2022; Dewi et al., 2020; Muharromah, 2020). Namun, sebagian besar studi tersebut masih terbatas pada wilayah tertentu dan belum banyak yang secara spesifik meneliti konteks Desa Wisata Cemagi sebagai kawasan berbasis spiritual dan agrikultural. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris pengaruh daya tarik wisata dan amenities terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Desa Wisata Cemagi. Studi ini juga berupaya mengidentifikasi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan tersebut, guna memberikan masukan strategis bagi pengelola desa wisata dalam merancang perencanaan pariwisata yang lebih terarah dan berbasis kebutuhan wisatawan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Menurut Yoeti (1996), daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang dapat menarik minat orang untuk datang mengunjunginya. Sedangkan Suwanto (2004) menyatakan daya tarik wisata mencakup segala hal yang membuat wisatawan merasa tertarik untuk mengunjungi suatu daerah atau objek wisata, baik yang bersifat alami, buatan, maupun budaya. Dan Copper et al (1993) menyatakan daya tarik wisata didefinisikan sebagai elemen utama yang mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan, karena tempat tersebut menyediakan

pengalaman yang berbeda dari kehidupan sehari-hari. Jadi daya tarik wisata adalah unsur utama yang mendorong wisatawan berkunjung ke suatu tempat karena keunikan, keindahan, nilai budaya, atau pengalaman yang ditawarkan oleh destinasi tersebut.

Menurut Yoeti (1996), amenitas adalah segala bentuk fasilitas atau sarana yang dibutuhkan oleh wisatawan selama berada di destinasi wisata, yang berguna untuk menunjang kenyamanan mereka. Copper et al (1993) menyatakan amenitas adalah bagian dari sistem pariwisata yang berfungsi untuk melengkapi pengalaman wisata, khususnya dalam hal kebutuhan dasar dan kenyamanan wisatawan. Jadi amenitas adalah segala fasilitas penunjang yang disediakan di destinasi wisata untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan, seperti akomodasi, restoran, toilet umum, transportasi, dan fasilitas hiburan.

Kotler & Keller (2009) menyatakan keputusan berkunjung merupakan bagian dari keputusan pembelian, yaitu tindakan konsumen untuk memilih, membeli, dan menggunakan suatu produk atau jasa, termasuk kunjungan ke destinasi wisata. Sedangkan Schiffman & Kanuk (2007) menyatakan bahwa keputusan untuk berkunjung dipengaruhi oleh faktor internal (seperti minat, motivasi, dan persepsi) serta faktor eksternal (seperti promosi, harga, dan rekomendasi). Jadi Keputusan berkunjung adalah hasil dari proses pertimbangan dan penilaian wisatawan terhadap berbagai faktor yang memengaruhi minat dan kenyamanan mereka untuk memilih suatu destinasi wisata sebagai tujuan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan tujuan menguji hubungan dan pengaruh antara variabel daya tarik wisata dan amenitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Desa Wisata Cemagi. Desain penelitian yang digunakan adalah survei eksplanatori, di mana data dikumpulkan secara langsung dari responden melalui kuesioner. Penelitian dilakukan di Desa Wisata Cemagi, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan potensi wisata yang tinggi dan tren kunjungan yang meningkat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Cemagi selama periode penelitian. Sampel diambil menggunakan teknik accidental sampling, yaitu penentuan sampel secara tidak acak berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan berada di lokasi dan bersedia menjadi responden. Jumlah responden yang berhasil dihimpun sebanyak 100 orang, sesuai dengan ketentuan minimum ukuran sampel untuk penelitian kuantitatif (Hair et al., 2010).

Penelitian terdiri dari dua variabel independen, yaitu: Daya Tarik Wisata ( $X_1$ ): Segala bentuk keunikan, keindahan, atau nilai budaya yang mampu menarik perhatian wisatawan (Yoeti, 2002). Amenitas ( $X_2$ ): Fasilitas penunjang yang tersedia di destinasi wisata, meliputi akomodasi, toilet, tempat makan, dan pusat informasi (Dewi et al., 2020). Serta satu variabel dependen, yaitu Keputusan Berkunjung ( $Y$ ): Pilihan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi berdasarkan persepsi terhadap daya tarik dan kenyamanan fasilitas yang tersedia (Kotler & Keller, 2009). Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner berstruktur yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Setiap item pernyataan diukur menggunakan skala likert lima poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji terlebih dahulu melalui analisis uji validitas Pearson Product Moment dan uji reliabilitas Cronbach's Alpha, dengan nilai minimum  $\alpha = 0,60$  sebagai ambang batas reliabilitas (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode, yaitu observasi, wawancara kepada pengelola POKDARWIS desa Cemagi serta aparatur desa, studi dokumentasi serta penyebaran kuisisioner secara langsung kepada wisatawan di area wisata. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial dari dua

variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 25.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Karakteristik Responden

Sebanyak 100 responden terlibat dalam penelitian ini, yang terdiri atas wisatawan nusantara dan mancanegara yang tengah berkunjung ke Desa Wisata Cemagi. Karakteristik demografis menunjukkan distribusi usia mayoritas berada dalam rentang 20–40 tahun (65%), dengan latar belakang pendidikan minimal SMA/SMK (85%), dan sebagian besar berkunjung dalam kelompok kecil atau keluarga (72%).

### b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Seluruh item dalam kuesioner diuji validitas menggunakan korelasi Pearson. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai korelasi setiap item berada di atas 0,30, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha menunjukkan nilai  $\alpha > 0,70$  pada semua variabel, yang menandakan bahwa instrumen penelitian reliabel (Sugiyono, 2016).

### c. Hasil Uji Asumsi Klasik

**Uji Normalitas** menunjukkan distribusi data yang normal berdasarkan grafik histogram dan uji Kolmogorov-Smirnov ( $p > 0,05$ ).

**Uji Multikolinearitas** menunjukkan nilai VIF  $< 10$  dan toleransi  $> 0,1$  pada seluruh variabel, yang berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas** melalui uji Glejser tidak menunjukkan pola tertentu dan nilai signifikansi  $> 0,05$ , sehingga model bebas dari heteroskedastisitas.

### d. Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi yang diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 5,103 + 0,321X_1 + 0,502X_2$$

Di mana:

Y = Keputusan Berkunjung

X<sub>1</sub> = Daya Tarik Wisata

X<sub>2</sub> = Amenitas

Interpretasi model menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada persepsi terhadap daya tarik wisata meningkatkan keputusan berkunjung sebesar 0,321, dan setiap kenaikan satu satuan pada persepsi terhadap amenitas meningkatkan keputusan berkunjung sebesar 0,502.

### e. Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung = 28,672 dengan signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ), yang berarti bahwa daya tarik wisata dan amenitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Desa Wisata Cemagi.

### f. Uji Parsial (Uji t)

**Daya tarik wisata (X<sub>1</sub>)** memiliki nilai t hitung = 3,212 dan signifikansi 0,002, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

**Amenitas (X<sub>2</sub>)** memiliki nilai t hitung = 5,042 dan signifikansi 0,000, menunjukkan pengaruh positif dan signifikan yang lebih kuat dibandingkan daya tarik wisata.

g. **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,491 menunjukkan bahwa 49,1% variasi keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel daya tarik wisata dan amenities, sementara sisanya 50,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

### **Pembahasan**

Hasil penelitian ini mendukung temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan komponen penting dalam mempengaruhi preferensi wisatawan (Yoeti, 2002; Susianto et al., 2022). Keunikan Desa Wisata Cemagi, seperti lanskap agrikultural dan situs pura pesisir, terbukti menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman wisata berbasis alam dan budaya. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa **amenitas** memiliki pengaruh yang lebih dominan. Hal ini selaras dengan teori Spillane (dalam Nuraeni, 2014) yang menyatakan bahwa keberadaan fasilitas pendukung seperti penginapan, toilet, akses transportasi, dan tempat makan merupakan faktor krusial yang menentukan kenyamanan dan keputusan untuk kembali berkunjung. Di Desa Wisata Cemagi, meskipun tersedia daya tarik yang kuat, fasilitas-fasilitas ini belum dikelola secara optimal sebagaimana tercermin dalam ulasan wisatawan.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa dalam pengembangan destinasi wisata, antara daya tarik dan amenities harus dikelola secara seimbang. Amenitas yang memadai akan memperkuat persepsi positif terhadap daya tarik utama dan meningkatkan kemungkinan wisatawan melakukan kunjungan ulang serta menyebarkan pengalaman positif secara *word of mouth*. Persaingan antar desa wisata dapat menjadi penghambat perkembangan desa wisata lainnya (Dewi dkk, 2022). Penelitian ini juga menunjukkan pentingnya peran pemerintah desa dan komunitas lokal (pokdarwis) dalam membenahi infrastruktur dan pelayanan. Mengingat peran amenities sebagai variabel dominan, peningkatan kualitas fasilitas publik menjadi strategi prioritas untuk meningkatkan daya saing Desa Wisata Cemagi di tengah kompetisi destinasi serupa di Bali.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini mengkaji pengaruh daya tarik wisata dan amenities terhadap keputusan wisatawan dalam memilih Desa Wisata Cemagi sebagai destinasi kunjungan. Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif yang diperoleh melalui metode regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa:

1. **Daya tarik wisata** berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Keunikan alam, budaya lokal, dan spiritualitas yang melekat pada situs-situs seperti Pura Luhur Batu Ngeus menjadi pendorong utama wisatawan untuk datang.
2. **Amenitas** juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Fasilitas penunjang yang berkualitas, seperti akomodasi, tempat parkir, toilet umum, dan akses transportasi menjadi faktor kenyamanan yang tidak dapat diabaikan.
3. Ketika dianalisis secara simultan, kedua variabel tersebut berkontribusi signifikan terhadap pembentukan keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini menunjukkan pentingnya sinergi antara elemen daya tarik dan pelayanan dalam strategi pengelolaan destinasi.
4. **Amenitas** merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan berkunjung. Artinya, meskipun kekuatan utama Desa Wisata Cemagi terletak pada

daya tarik budaya dan alamnya, kenyamanan fasilitas tetap menjadi prioritas dalam membentuk persepsi positif wisatawan.

### Saran

Berdasarkan temuan tersebut, maka disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. **Pengelola Desa Wisata Cemagi** disarankan untuk memprioritaskan peningkatan dan pemeliharaan fasilitas publik, termasuk sanitasi, informasi wisata, dan aksesibilitas. Hal ini dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dan mendorong kunjungan ulang.
2. **Pemerintah daerah** diharapkan memberikan dukungan berupa anggaran, pelatihan, dan kolaborasi strategis dengan pihak swasta guna meningkatkan kualitas amenities serta promosi destinasi.
3. **Komunitas lokal** perlu terus dilibatkan dalam pengembangan wisata, tidak hanya sebagai pelaksana, tetapi juga sebagai inovator produk wisata berbasis kearifan lokal yang dapat memperkaya pengalaman pengunjung.
4. **Penelitian lebih lanjut** disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti persepsi kualitas layanan, faktor sosial budaya, dan digitalisasi destinasi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait perilaku wisatawan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Basiya, R., & Rozak, H. (2012). *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dewi, D. M. P., Susila, I. M. G. D., & Wirya, I. M. S. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Aan Kecamatan Banjarangkan Klungkung. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 2(2), 90-100.
- Dewi, K. A., Sutapa, I. K., & Yasa, I. G. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(1), 11-20.
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14–22. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v15i2.16895>
- Huryati, R. 2015. An Analysis of Place Branding to Enchance The Image of Brandung City and Its Implication Toward The Decisions To Visit Tourism Destination. *Jurnal Pendidikan Sains Sosial Kemanusiaan*, Vol. 8 (1). *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisataan*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Nuraeni, S. (2014). Amenitas dalam pengembangan objek wisata. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 19-28.
- Muharromah, Gabriele Lailatul. 2020. Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Volume 3. No.2
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yoeti, O. A. (2002). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Susianto, A., Firmansyah, D., & Ridwan, A. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan amenities terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Kepariwisataan Nusantara*, 14(2), 87–98.
- Susianto; Johannes Johannes; dan Syahmadi Yacob. 2022. Pengaruh Daya Tarik Wisata DanAmenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Volume 3. Issue 6
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Yoeti. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Penerbit PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Zaenuri, Muchamad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing.