

## Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Destinasi MICE di Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang

**Lirbryna Evani Br Tarigan**  
Politeknik Negeri Medan

**Jamardua Haro**  
Politeknik Negeri Medan

**Abstract.** *Srp Ernala Tourism is one of the tourist destinations located in Sukanalu Simbelang village, Karo Regency, North Sumatra. Srp Ernala Tourism Destination not only displays the beauty of the Karo Regency region but displays Karo Regency culture, cleanliness of the place, friendliness of service and provides many facilities to provide tourist comfort when visiting Srp Ernala Tourism. other than facilities, promotion is one of the success factors of a marketing program with promotions that can increase tourist visits. This study aims to determine the effect of facilities and promotions on visiting decisions for MICE Destinations at Srp Ernala Sukanalu Simbelang Tourism. The research was conducted at Srp Ernala Sukanalu Simbelang Tourism which is located in Sukanalu Simbelang Village, Barusjahe District, Karo Regency, North Sumatra in 2023. This research uses quantitative research methods. The population in this study amounted to 100 visitors. Data collection was carried out using questionnaires and observations at tourist sites. Data processing techniques include validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis testing (t test, f test, and coefficient of determination analysis test ( $R^2$ )). The results of this study indicate that facilities, promotion positively and significantly influence the decision to visit the MICE Destination Srp Ernala Sukanalu Simbelang Tourism. Promotion has the most dominant influence on visitor decisions.*

**Keywords:** *Facility, Promotion, Visiting Decision*

**Abstrak.** Wisata Srp Ernala adalah salah satu destinasi wisata yang terletak di desa Sukanalu Simbelang Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Destinasi Wisata Srp Ernala tidak hanya menampilkan keindahan kawasan Kabupaten Karo tetapi menampilkan kebudayaan Kabupaten Karo, kebersihan tempat, keramahan pelayanan dan menyediakan banyak fasilitas untuk memberikan kenyamanan wisatawan pada saat mengunjungi Wisata Srp Ernala. Selain fasilitas, promosi merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu program pemasaran dengan adanya promosi dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung Destinasi MICE di Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang. Tempat penelitian dilakukan di Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang yang berlokasi di Desa Sukanalu Simbelang, kecamatan Barusjahe Kabupaten Karo Sumatera Utara pada tahun 2023. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 orang pengunjung. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan observasi di lokasi wisata. Teknik pengolahan data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t, uji f, dan uji analisis koefisien determinasi ( $R^2$ )). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas, promosi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Destinasi MICE Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang. Promosi memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pengunjung.

**Kata kunci:** Fasilitas, Promosi, Keputusan Berkunjung

### LATAR BELAKANG

Industri MICE merupakan salah satu jenis industri yang mempunyai pengaruh terhadap perkembangan ekonomi nasional dan daerah. Kekayaan alam, tradisi masyarakat, seni budaya, peninggalan sejarah hingga berbagai keanekaragaman potensi pariwisata lainnya yang dimiliki setiap daerah merupakan modal dasar dalam pengembangan dan pembangunan industri MICE.

Perkembangan MICE (*Meeting, Incentive, Conference and Exhibition*) di Indonesia pada saat

---

*Received Januari 20, 2024; Accepted Februari 27, 2024; Published Juni 26, 2024*

\*Lirbryna Evani Br Tarigan

ini merupakan sesuatu hal yang sangat menjanjikan bagi industri pariwisata karena dengan perkembangan tersebut dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam bidang MICE Salah satu Provinsi Sumatera Utara. Salah satu yang memanfaatkan perkembangan dan pengembangan destinasi MICE adalah Kabupaten Karo.

Kabupaten Karo merupakan salah satu Kabupaten di Sumatera Utara yang memiliki berbagai macam destinasi alam seperti pegunungan, perbukitan hingga danau serta memiliki destinasi buatan yang mempunyai daya tarik tersendiri dan bisa dijadikan alternatif daerah kunjungan wisata karena udara yang sejuk, pemandangan yang indah dan jarak tempuh dari kota tidak terlalu jauh. Pariwisata di Kabupaten Karo terus dikembangkan dengan selalu adanya destinasi wisata baru dan destinasi wisata lama yang mulai dikelola dan dikembangkan untuk menunjukkan jati dirinya.

Wisata Srp Ernala adalah salah satu destinasi wisata yang terletak di desa Sukanalu Simbelang Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Objek Wisata Srp Ernala pertama kali didirikan pada tahun 2019 yang dikelola oleh JeJe Pusakanta Sitepu, Wisata Srp Ernala memiliki arti yaitu Srp adalah sitepu rumah pulungen dan Ernala adalah ersinar atau bersinar. Wisata Srp Ernala ini dikelilingi oleh Rimbunan pepohonan salak karo dan jauh dari pusat kota yang membuat udara di objek wisata menjadi sejuk dan bebas dari polusi

Destinasi Wisata Srp Ernala tidak hanya menampilkan keindahan kawasan karo tetapi menampilkan kebudayaan karo, kebersihan tempat, keramahan pelayanan dan menyediakan banyak fasilitas untuk memberikan kenyamanan wisatawan pada saat mengunjungi Wisata Srp Ernala. Fasilitas yang akan didapatkan oleh wisatawan adalah Spot foto, *cafe*, salak charo, mushola, toilet dan kolam pancing. Berfoto di suatu tempat wisata yang dikunjungi merupakan salah satu aktivitas yang sangat tidak bisa di lupakan untuk dilakukan. Dengan berfoto wisatawan dapat mengabadikan moment tersebut bersama teman-teman dan keluarga sehingga foto tersebut dapat dibagikan di media sosial. Dengan adanya fenomena ini Wisata Srp Ernala menyediakan banyak spot foto yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk berfoto. Salah satu yang sangat populer yaitu Capadocia Karo karena terdapat balon udara seperti Capadocia Turkie tetapi yang membedakannya Capodocia Karo tidak dapat melayang. Meski begitu tidak akan berpengaruh pada hasil foto karena dari hasil foto tersebut menciptakan foto yang sangat menarik dan bagus.

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat, begitu juga kebutuhan akan informasi yang lebih lengkap. Pada hakikatnya promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk suatu perusahaan. Media sosial adalah platfrom digital yang

memfasilitasi penggunaannya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan platform digital yang menyediakan fasilitas dalam melakukan aktivitas sosial bagi penggunaannya. Wisata Srp Ernala menggunakan sosial media seperti *instagram*, *facebook* dan *youtube* sebagai media promosi. Para wisatawan tentu akan mencari dan memilih destinasi wisata sesuai dengan kebutuhan mereka untuk dapat memuaskan dirinya dengan melalui beberapa pertimbangan. Oleh sebab itu, pengelola harus memahami permintaan pasar serta faktor-faktor kebutuhan apa yang diperlukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan kebutuhan untuk menjadikan destinasi MICE yang lebih layak.

Kunjungan wisatawan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dikarenakan sudah diberlakukannya masa *new normal*, kondisi ini membuat terjadinya fluktuasi jumlah wisatawan yang datang ke Wisata Srp Ernala. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti lakukan dapat dilihat bahwa ada beberapa hambatan yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung yaitu dari fasilitas dan promosi yang dilakukan. Fasilitas yang diberikan cukup baik tetapi masih ada beberapa fasilitas yang kurang terawat, sehingga masih ditemukan sampah yang berserak di beberapa objek wisata. Kebersihan yang kurang menyebabkan wisatawan merasa kurang nyaman dalam hal tersebut serta fasilitas tempat yang masih kurang luas sehingga tidak bisa melakukan kegiatan besar seperti *meeting dan Conference* dengan jumlah yang besar. Pengelola Wisata Srp Ernala sudah melakukan promosi di media sosial *instagram*, *facebook* dan *youtube*, tetapi hal tersebut belum cukup menarik untuk meningkatkan kedatangan wisatawan. Faktor-faktor tersebut harus ditingkatkan sehingga dapat memberikan kepuasan maksimal bagi para wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul ini.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Fasilitas**

Menurut Sedarmayanti (2018:168), fasilitas adalah salah satu yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam menunjang perjalanan kegiatan wisata. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut, perlu disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan, selama berada di destinasi pariwisata dan kembali ke tempat semula. Menurut Sirait dan Puddin (2018:53), fasilitas yang baik sangat dibutuhkan untuk kenyamanan dan mempermudah pengunjung dimana pengunjung tersebut akan menginformasikan kondisi fasilitas yang diketahuinya kepada keluarga, kerabat dan relasi atau komunitasnya. Berdasarkan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan suatu objek yang dapat digunakan dan dinikmati oleh wisatawan untuk menunjang segala

aktivitas selama berada di lingkungan wisatawan dengan menjadikan wisatawan merasa nyaman dan senang.

### **Promosi**

Menurut Hermawan dalam Gunawan (2020:24) promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Menurut Firmansyah (2020:200) promosi adalah mengkomunikasikan informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Promosi juga sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik. Berdasarkan teori tersebut, disimpulkan bahwa promosi adalah cara yang dilakukan oleh pengelola wisata dalam menyampaikan atau mengkomunikasikan informasi mengenai destinasi wisata agar bisa dikenal, diterima dan menarik perhatian wisatawan agar mau datang mengunjungi destinasi wisatanya.

### **Keputusan Berkunjung**

Menurut Yusuf dan Sulaeman dalam Dani dan Thamrin (2019:286) keputusan berkunjung itu sendiri keterkaitan dengan keputusan pembelian karena sebelum seseorang memutuskan untuk berkunjung ke suatu tempat (diartikan sebagai organisasi) berarti orang yang bersangkutan (dapat diartikan sebagai konsumen) telah melakukan keputusan pembelian untuk menikmati segala fasilitas dari tempat tersebut. Menurut Kolter dan Keller dalam Poli (2023:3) keputusan berkunjung adalah suatu jasa atau wisata yang ditawarkan memakai konsep keputusan pembelian, teori yang mendasari keputusan berkunjung yaitu memakai konsep keputusan pembelian. Keputusan berkunjung merupakan hasil dimana wisatawan benar-benar memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata yang disukai dari berbagai macam alternatif destinasi yang ada. Berdasarkan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung adalah suatu keputusan pembelian seorang wisatawan yang dimana benar-benar memutuskan untuk berkunjung dimana untuk menikmati segala fasilitas yang berada di tempat tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian digunakan yaitu penelitian lapangan (*Field Research*) dan penelitian kepustakaan (*Library Research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan langsung ke lapangan atau pada responden. Penelitian kepustakaan (*library research*) digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan

bermacam-macam materi yang terdapat dalam kepustakaan, misalnya berupa buku, catatan, jurnal dan lain-lain. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan gambaran tentang apakah ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Destinasi MICE di Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung**

Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan hasil dari nilai variabel fasilitas dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,616 dan hasil signifikan fasilitas yaitu  $0,01 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata persentase yang baik pada tiap indikator fasilitas yaitu kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas, kondisi dan fungsi fasilitas, dan kemudahan menggunakan fasilitas. Responden menyatakan fasilitas yang disediakan oleh pengelola destinasi MICE Wisata Srp Ernala Sukanlau Simbelang sudah baik dengan menyatakan sikap positif terhadap fasilitas yang disediakan. Fasilitas yang diinginkan pengunjung untuk mencapai kepuasan adalah fasilitas yang lengkap dengan kondisi yang baik dan terawat serta kemudahan pengunjung dalam menggunakan fasilitas tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sepdwiyana Donargo (2022) yang menyatakan variabel fasilitas menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Dari analisis tanggapan responden mengenai fasilitas pada destinasi MICE Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan memiliki pengaruh paling besar dan kemudahan menggunakan fasilitas memiliki pengaruh paling kecil. Jika diurutkan dari indikator yang paling berpengaruh adalah kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas dan kemudahan menggunakan fasilitas. Dari indikator fasilitas dapat dilihat bahwa destinasi MICE Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang memiliki kelengkapan fasilitas berupa lahan parkir, toilet umum, spot foto, *cafe*, kolam pancing, salak charo dengan keadaan bersih, ditata dengan rapi. Semua fasilitas dalam kondisi yang baik dan pengunjung tidak mengalami kesulitan saat menggunakannya.

### **Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil dari nilai variabel promosi dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,035 dan hasil signifikan promosi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Semakin baik promosi yang dilakukan, maka akan semakin menarik perhatian wisatawan untuk keputusan dalam berkunjung. Promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu objek wisata. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sulistyorini (2021) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Dari analisis tanggapan responden mengenai promosi pada destinasi MICE Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang maka pesan promosi memiliki pengaruh paling besar dan waktu promosi paling kecil. Jika diurutkan dari indikator yang paling berpengaruh adalah pesan promosi, media promosi dan waktu promosi. Destinasi Mice Wisata Srp ernala Sukanalu Simbelang ini juga sangat sesuai dengan sasaran yang diinginkan seperti lokasi yang sangat strategis, harga fasilitas yang tidak terlalu tinggi bagi dompet para wisatawan, serta kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan oleh pihak Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang.

### **Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung**

Berdasarkan hasil penelitian fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di destinasi mice Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang. Hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi penelitian ini ditunjukkan nilai sebesar sebesar 47,6%. Hal ini berarti besarnya kontribusi pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung ke Wisata Srp Ernala Skanalu Simbelang sebesar 47,6% sedangkan 52,4% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain. Berdasarkan hasil data penelitian diketahui bahwa variabel promosi merupakan variabel yang memberikan pengaruh positif dan signifikan paling besar daripada fasilitas terhadap variabel terikat yaitu keputusan berkunjung dengan nilai  $t_{hitung}$  6,035 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,984 dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ .

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis data dari fasilitas, promosi, dan keputusan berkunjung di Destinasi MICE Wisata Srp Ernala Sukanalu Simbelang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Fasilitas ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  (2,616) yang lebih besar dari nilai  $t$  tabel (1,984). Hasil signifikan menunjukkan variabel fasilitas signifikan bisa dilihat dari nilai (sig) 0,01 lebih besar dari 0,05 nilai sig. yang telah ditetapkan.
2. Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  (6,035) lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (1984). Hasil

signifikan menunjukkan bahwa variabel promosi signifikan yang dilihat dari nilai (sig) 0,00 lebih besar dari 0,05 nilai sig. yang ditetapkan.

3. Fasilitas ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_2$ ) memberikan pengaruh simultan atau bersama-sama sebesar 47,6% terhadap keputusan berkunjung (Y). Sedangkan sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Ardiansyah, Koko, dkk. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Pantai Sungai Kabupaten Bangka Barat. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Vol.11, No.1.
- Donargo, Sepdwiwana. 2022. Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kawasan Kesawan Kota medan.
- Fitri, Nursiah. 2020. Pengembangan Daya Saing Destinasi MICE di Kota Medan. *Jurnal POLMEDIA*. Vol.23 No.2.
- Poli, Posumah Y. C. Dkk. 2023. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*. Vol 11 No. 1
- Sirait, H. dan Puddin, K. 2018. Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Plans*. Vol. 13 No.. 1, 48-55.
- Firmasyah, Anang M. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur : Qiara Media.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasbi, Andi. 2023. *Transpormasi Destinasi wisata MICE Kabupaten Bone*. Maksasar: Politeknik Pariwisata Makassar.
- S. Ag. Rahmadi. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Sedarmayanti, dkk. 2018. *Pembangunan & pengembangan pariwisata*. Yogyakarta:Refika Aditama.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.