

## **Analisi Pengaruh Daya Tarik Mall Bunga Sidomulyo Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Desa Sidomulyo Kota Batu**

**Annan Azizi<sup>1</sup>, Nanny Roedjinandari<sup>2</sup>, Aprilia Rachmadian<sup>3\*</sup>,  
Mochammad Musafaul Anam<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Program Diploma Kepariwisataaan, Universitas Merdeka Malang, Jawa Timur, Indonesia

---

### **Info Artikel**

#### Riwayat Artikel

Diterima: 26 Juli 2022

Disetujui: 23 Desember 2022

#### Kata Kunci

Daya Tarik;  
Minat Kunjungan  
Mall Bunga  
Kota Batu

#### Corresponding Author

[aprilia.rachmadian@unmer.ac.id](mailto:aprilia.rachmadian@unmer.ac.id)

### **ABSTRAK**

*Mall* bunga Sidomulyo adalah salah satu tempat wisata bagi wisatawan yang berminat dengan tanaman hias. Minat kunjungan merupakan suatu ketertarikan pengunjung untuk mendatangi suatu tempat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisatawan terhadap minat kunjungan wisatawan Mall Bunga Sidomulyo Desa Sidomulyo Kota Batu. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Mall Bunga Sidomulyo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung di Mall Bunga Sidomulyo, dengan sampel sebesar 98 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data ini menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel *Accidental Sampling*, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis uji validitas dan realibilitas, uji regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adanya pengaruh daya tarik terhadap minat kunjungan wisatawan ke Mall Bunga Sidomulyo, yang juga menandakan bahwa atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ancillary yang ada di mall bunga sidomulyo dapat menarik minat kunjungan wisatawan untuk datang berkunjung.

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang terdampak pada saat pandemic covid-19 menerpa Indonesia dan negara- negara lainnya, untuk menjaga kesehatan dan keselamatan orang lebih memilih beraktivitas di dalam rumah, beberapa orang juga berkerja dari rumah atau belajar dari rumah. Perubahan juga terjadi pada beberapa kegiatan sekelompok orang yang awalnya senang berkegiatan diluar rumah, sekarang lebih memilih untuk berkegiatan di dalam rumah, seperti memelihara hewan, maupun merawat tanaman hias seperti yang terjadi saat ini dan juga menjadi trend di masyarakat. Beberapa orang memiliki alasan khusus merawat tanaman hias, dimana salah satunya adalah mudah untuk membudidayakannya baik untuk dijual ataupun untuk dikoleksi pribadi, Kota Batu menjadi salah satu kota wisata yang juga membudidayakan tanaman hias selain dikenal sebagai Kota Wisata.

Kota Batu merupakan salah satu kota yang ada di Provinsi Jawa Timur, Kota yang dikenal sebagai Kota Wisata, dan tidak pernah sepi pengunjung di setiap harinya maupun pada saat akhir pekan atau libur sekolah. Kota yang berada di kaki gunung dengan ketinggian rata- rata 700-2.000Mdpl, dan suhu rata- rata mencapai 11-12 derajat Celsius. Menurut (Hidayatullah et al., 2022) Kota Batu memiliki beragam destinasi wisata seperti, Jawa Timur Park 1, Batu Night Spectacular, Eco Green Park, Coban Kali Lanang dan lain sebagainya, termasuk Mall Bunga Sidomulyo yang diresmikan pada saat pandemic covid. Mall Bunga Sidomulyo dapat dikategorikan sebagai wisata minat khusus, menurut (Estikowati; et al,

2022) wisata minat khusus adalah jenis wisata yang dilakukan oleh beberapa orang yang mempunyai minat khusus terhadap satu hal tertentu. Berdirinya Mall Bunga Sidomulyo bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar dan pecinta tanaman hias, sehingga kesenangan wisatawan akan tanaman hias dapat terealisasi.

Mall Bunga Sidomulyo awal mulanya adalah pasar Bunga Sidomulyo, dimana tempat ini juga menjadi salah satu tempat bagi pecinta tanaman hias, dan menjadi mall bunga pertama di Indonesia. Mall Bunga Sidomulyo mempunyai daya tarik utama tanaman hias yang disediakan langsung dari petani bunga di sekitar Kota Batu, ditambah dengan melonjaknya permintaan pasar terhadap tanaman hias pada masa pandemic covid-19. Dengan melihat latar belakang berdirinya Mall Bunga Sidomulyo Kota Batu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah yaitu apakah daya tarik wisata berpengaruh terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Mall Bunga Sidomulyo Kota Batu?

### Tinjauan Pustaka

Pariwisata menurut (Estikowati; et al, 2022) adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang, meninggalkan rumahnya dengan tujuan tidak untuk mencari nafkah, dan lebih dari 24 jam. Pendapat lain disampaikan oleh (Alvianna, 2017) pariwisata sebagai suatu aktivitas manusia, yang juga menjadi suatu fenomena dari pergerakan manusia dari suatu tempat ke tempat lain.

Daya tarik wisata menurut (Hidayatullah et al., 2021) bahwa daya tarik wisata merupakan faktor penarik yang cukup besar bagi daerah tujuan wisata, tidak hanya untuk mendapat keuntungan dari adanya kegiatan wisata, namun daya tarik juga akan mengakibatkan pada peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung. Pendapat lain mengenai daya tarik disampaikan oleh (Zuhriah et al., 2022) beberapa hal atau atraksi wisata yang mempunyai keunikan dari masing- masing destinasi, daya tarik wisata terbagi atas beberapa yaitu; daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan.

Minat berkunjung menurut (Ningtiyas, 2021) bahwa minat berkunjung adalah faktor pendorong atau minat orang untuk melakukan kegiatan berwisata dengan berbagai motivasi sekaligus untuk mempelajari beberapa pengetahuan baru. Pendapat lain disampaikan oleh (Aprilia et al., 2015) minat adalah dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan Tindakan, sedangkan minat berkunjung adalah rasa ingin yang dimiliki seseorang untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. (Kotler dan Amstrong, 2014) berpendapat bahwa minat berkunjung adalah Tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu destinasi wisata yang didasarkan pada pengalaman berwisata.



**Gambar 1 Kerangka Pikir Penelitian**  
Sumber: Berbagai Artikel, diolah (2022)

### METODE

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk meneliti pengaruh daya tarik yang ada di Mall Bunga Sidomulyo Kota Batu terhadap minat berkunjung wisatawan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Tempat yang akan menjadi objek penelitian ini adalah Mall Bunga Sidomulyo. Populasi pada penelitian ini adalah semua wisatawan yang berminat untuk

mengunjungi Mall Bunga Sidomulyo sejumlah 4.837 pengunjung, jumlah sampel penelitian sebesar 98 responden, sampel yang digunakan ditarik menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara online, dengan teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Regresi Linier Sederhana, dan Uji Hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Daya Tarik (X)	X1.1	0,700	0,196	Valid
	X1.2	0,757	0,196	Valid
	X1.3	0,819	0,196	Valid
	X1.4	0,782	0,196	Valid
	X1.5	0,751	0,196	Valid
	X1.6	0,796	0,196	Valid
	X1.7	0,744	0,196	Valid
	X1.8	0,812	0,196	Valid
	X1.9	0,755	0,196	Valid
	X1.10	0,735	0,196	Valid
Minat Kunjungan (Y)	Y1	0,690	0,196	Valid
	Y2	0,738	0,196	Valid
	Y3	0,803	0,196	Valid
	Y4	0,825	0,196	Valid
	Y5	0,790	0,196	Valid
	Y6	0,838	0,196	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2022

Uji Validitas dilakukan untuk setiap item pernyataan yang ada pada kuesioner, uji ini dilakukan untuk melihat apakah semua item pernyataan yang ada di kuesioner valid untuk penelitian. Uji validitas dilihat dari nilai  $r$  tabel dengan signifikan 5% dengan nilai 0,196, dan semua item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel. Setelah dilakukan pengujian validitas didapatkan hasil bahwa semua item pernyataan yang ada di kuesioner valid.

### Hasil Reliabilitas

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Coefisien Alpha</i>	Syarat	Keterangan
Daya Tarik (X)	0,921	0,6	Reliabel
Minat Kunjungan (Y)	0,860	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2022

Uji Realibilitas dilakukan pada item pernyataan di masing- masing variabel, dan setelah dilakukan pengujian semua item pernyataan, kemudian dibandingkan dengan syarat uji realibilitas didapatkan semua item pernyataan pada masing- masing variabel reliabel dan dapat dilanjutkan untuk digunakan penelitian.

## Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 3.**  
**Hasil Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandadized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
( Constant)	2.318	1.423		1.629	0.107
Daya Tarik (X)	0.549	0.033	0.865	16.859	0,001
Dependent Variabel	Minat Kunjungan ( Y )				
R	0.865				
Line Equation	$Y = a + \beta x$				
Result	$Y = 2.318 + 0,549$				

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier sederhana pada tabel 3 dapat dijelaskan nilai konstanta sebesar 2,318 dan apabila variabel Minat Kunjungan Wisatawan (Y) tidak dipengaruhi oleh Daya Tarik (X) maka nilai minat kunjungan wisatawan tetap 2,318. Koefisien regresi daya tarik (X) sebesar 0,549 yang berarti jika nilai variabel daya tarik (X) meningkat sebesar satu satuan, maka nilai minat kunjungan wisatawan (Y) akan meningkat sebesar 0,549. Nilai koefisiennya bertanda positif, sehingga dapat dikatakan daya tarik memberikan pengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan, atau dengan kata lain semakin baik daya tarik yang diterapkan akan semakin meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Mall Bunga Sidomulyo. Kemampuan dari variabel daya tarik untuk mempengaruhi variabel minat kunjungan wisatawan berkunjung sebesar 0,865 (86,5%) sedangkan sisanya 13,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan rangkuman hasil uji regresi sederhana pada tabel 3, pada penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di Mall Bunga Sidomulyo. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan variabel daya tarik sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Penelitian ini menunjukkan jika ada peningkatan komponen daya tarik yang terdiri dari atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan ancillary service di mall bunga sidomulyo maka secara tidak langsung juga akan meningkatkan minat wisatawan berkunjung, begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan komponen daya tarik maka minat wisatawan berkunjung juga akan menurun

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Y. Hermawan et al., 2021) bahwa dalam setiap pengembangan destinasi wisata, daya tarik menjadi hal yang utama yang perlu diperhatikan, daya tarik bisa dikembangkan dengan mengangkat potensi utama dari destinasi wisata, potensi yang diambil langsung dari destinasi wisata itu sendiri akan lebih menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Potensi wisata yang menjadi daya tarik dari masing- masing destinasi wisata selalu mempunyai ciri khas yang tentu tidak ada di tempat lain. (Hidayatullah et al., 2021) mengatakan bahwa daya tarik wisata selalu mempunyai ciri khas yang beraneka ragam, ciri khas tersebut diambil dari potensi wisata yang menjadi keunggulan dari destinasi wisata tersebut, dan membuat wisatawan merasa puas sehingga wisatawan berminat untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata tersebut. (Priambudi et al., 2021) atraksi wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata, hal ini dikarenakan atraksi wisata merupakan salah satu komponen utama dalam pengembangan destinasi wisata, dan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat wisatawan yang berkunjung. setelah wisatawan berminat untuk

berkunjung maka juga akan terjadi kepuasan wisatawan. Menurut (Eman et al., 2021) untuk meningkatkan minat kunjungan ada faktor yang mempengaruhinya selain daya tarik, salah satunya adalah media sosial. Peran media sosial terhadap tingkat kunjungan wisatawan juga memberikan pengaruh yang signifikan, mengingat media sosial berfungsi untuk memberikan informasi terkait dengan destinasi wisatanya. (Alvianna & Alviandra, 2020) menyampaikan bahwa setelah wisatawan datang berkunjung ke destinasi wisata, dan wisatawan merasa puas terhadap daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan ancillary di suatu destinasi, maka wisatawan tersebut akan berminat untuk berkunjung ulang ke destinasi wisata tersebut.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat wisatawan berkunjung di Mall Bunga Sidomulyo Kota Batu, didapatkan hasil bahwa daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Hal ini dikarenakan adanya potensi unik yang ada di Mall Bunga Sidomulyo, dan tidak ada ditempat lain yang juga menjadi ciri khas serta keunggulan dari Mall Bunga Sidomulyo. Seperti pendapat (H. Hermawan, 2017) bahwa daya tarik wisata tidak hanya bisa mempengaruhi minat berkunjung wisatawan, tapi juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S. (2017). PERAN BIRO PERJALANAN WISATA SUNRISE HOLIDAY TOUR & TRAVEL DALAM MENINGKATKAN MINAT WISATA KE GUNUNG BROMO. *Jurnal Pariwisata Pesona*. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i2.1450>
- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). *Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang*. December.
- Aprilia, F., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata âJawa Timur Park 2â Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24(1), 1–6.
- Eman, E. M., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Lazaruddin, A. (2021). *The Influence of Social Media on Tourists Visiting Lake Weekuri Southwest Sumba*. 6(1), 538–542.
- Estikowati; et al. (2022). *Pengantar Ilmu Pariwisata Angkasa*. September, 1–344.
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Jurnal Media Wisata*.
- Hermawan, Y., Hidayatullah, S., Alviana, S., Hermin, D., & Malang, U. M. (2021). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI WISATA EDUKASI DAN DAMPAK YANG DIDAPATKAN MASYARAKAT DESA PUJONKIDUL*. 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.21154/edusia.xx.xx>
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Aristanto, E., Rachmawati, I. K., Alvianna, S., & Waris, A. (2022). *Profil Destinasi Wisata Kota Batu*.
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., & Waris, A. (2021). Peran Daya Tarik Desa Wisata dan Community Based Tourism dalam Membangun Citra Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i2.7071>
- Kotler dan Armstrong. (2014). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12. In *Erlangga*.
- Ningtiyas, E. A. et al. (2021). ANALISIS PENGARUH ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITY, ANCILLARY TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN MELALUI LOYALITAS WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Media Wisata*, 19(1), 83–96. <https://amptajurnal.ac.id/index.php/MWS/article/view/379>

- Priambudi, R. R., Alvianna, S., & Hidayatullah, S. (2021). *Dampak Atraksi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik Yang Berkunjung Di Batu Love Garden Kota Batu Jawa Timur*. 1(1), 26–35.
- Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Patalo, R. G. (2022). Dampak Attraction , Accessibility , Amenity , Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *JURNAL TESLA:PERHOTELAN -DESTINASI WISATA -PERJALANAN WISATA*, 2(1), 1–11.