

RINGKASAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Kabupaten Banyumas, melalui kebijakan pengembangan destinasi wisata, membangun Menara Pandang Purwokerto sebagai ikon baru kota sejak 2022. Kehadiran destinasi ini menarik perhatian publik, terbukti dari peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan sejak awal pembukaan, walau demikian dalam dua tahun terakhir terjadi penurunan jumlah pengunjung hampir 50% dari tahun sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan ke Menara Pandang Purwokerto; (2) mengkaji dampak keberadaan destinasi tersebut terhadap peningkatan jumlah UMKM dan pendapatan UMKM di wilayah sekitarnya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei, sampel penelitian terdiri atas wisatawan yang berkunjung ke Menara Pandang dan pelaku UMKM di sekitar lokasi wisata. Instrumen penelitian berupa kuesioner untuk mengukur variabel kuantitatif dan wawancara untuk memperoleh data kualitatif terkait perkembangan UMKM. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap minat berkunjung wisatawan, sedangkan analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dampak pariwisata terhadap jumlah dan pendapatan UMKM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) Daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, (3) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Konten promosi digital, khususnya melalui Instagram, (4) Dampak terhadap UMKM menunjukkan adanya peningkatan jumlah unit usaha di sekitar lokasi wisata setelah beroperasinya Menara Pandang. Selain itu, terjadi peningkatan pendapatan pelaku UMKM yang signifikan akibat meningkatnya permintaan produk dan jasa dari wisatawan.

Implikasi dari penelitian ini meliputi: (1) perlunya penguatan strategi promosi digital yang kreatif dan konsisten; (2) peningkatan kapasitas pelayanan melalui pelatihan bagi petugas dan pelaku usaha; (3) sinergi antara pemerintah daerah, pengelola destinasi, dan UMKM untuk menciptakan ekosistem wisata yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Pariwisata Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, UMKM

SUMMARY

Tourism is one of the strategic sectors capable of driving regional economic growth, creating employment opportunities, and increasing community income. Banyumas Regency, through its tourism development policy, established the Purwokerto Viewing Tower as a new city landmark in 2022. The presence of this destination has attracted public attention, as evidenced by a significant increase in visitor numbers since its initial opening. However, in the past two years, the number of visitors has declined by nearly 50% compared to the previous year.

This study aims to: (1) analyze the influence of tourist attraction, service quality, and social media on tourists' visiting interest in the Purwokerto Viewing Tower; and (2) examine the impact of the destination's existence on the growth in the number of MSMEs and their income in the surrounding area. The research employed a quantitative approach with a survey method. The research sample consisted of tourists visiting the Viewing Tower and MSME actors around the tourism site. Research instruments included questionnaires to measure quantitative variables and interviews to obtain qualitative data related to MSME development. Multiple linear regression analysis was used to test the influence of the independent variables on tourists' visiting interest, while descriptive analysis was employed to illustrate the impact of tourism on MSME numbers and income.

The findings indicate that: (1) tourist attraction has a positive and significant effect on tourists' visiting interest; (2) service quality has a positive and significant effect on visiting interest; (3) social media has a positive and significant effect on visiting interest, particularly digital promotional content on Instagram; and (4) the impact on MSMEs shows an increase in the number of business units around the tourism site following the operation of the Viewing Tower. In addition, MSME income has significantly increased due to rising demand for products and services from tourists.

The implications of this study include: (1) the need to strengthen creative and consistent digital promotion strategies; (2) the improvement of service capacity through training for staff and business actors; and (3) synergy between local government, destination managers, and MSMEs to create a sustainable tourism ecosystem.

Keywords: Tourism, Tourist Attraction, Service Quality, Social Media, MSMEs