

**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN DAYA TARIK WISATA
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE
KAMPUNG BATIK KAUMAN SOLO, JAWA TENGAH**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Dinda Rindiani
Nim : 2307745
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu/S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2025

**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN DAYA TARIK WISATA
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE KAMPUNG
BATIK KAUMAN SOLO, JAWA TENGAH**

Disusun oleh:

Dinda Rindiani

2307745

ABSTRAK

Kampung Batik Kauman Solo merupakan destinasi budaya yang menarik perhatian wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Rumusan masalah mencakup pengaruh citra dan daya tarik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan berkunjung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan kuesioner kepada 100 responden dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Kesimpulannya, citra dan daya tarik yang kuat dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Kata kunci: Citra destinasi, daya tarik wisata, keputusan berkunjung.

***THE INFLUENCE OF THE IMAGE OF DESTINATION AND TOURIST
ATTRACTION ON THE DECISION OF TOURISTS TO VISIT KAUMAN
SOLO BATIK VILLAGE, CENTRAL JAVA***

By:

Dinda Rindiani

2307745

ABSTRACT

Kauman Solo Batik Village is a cultural destination that attracts tourists. This study aims to determine the influence of destination image and tourist attractions on tourists' visiting decisions. The formulation of the problem includes the influence of image and attractions partially or simultaneously on visiting decisions. The method used is quantitative with a questionnaire to 100 respondents and multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that destination image and tourist attractions have a positive and significant effect on visiting decisions. In conclusion, strong image and attractions can increase tourist interest in visiting.

Keywords: Destination image, tourist attractions, visiting decisions.

BA B I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara harus meningkatkan sektor pariwisatanya. Hal ini tentu tidak terjadi terlepas dari pertumbuhan industri di negara lain, yang menghasilkan peningkatan tingkat pendapatan penduduk, yang memungkinkan mereka untuk menyisihkan uang mereka untuk liburan ke luar negeri untuk bersantai atau belajar tentang budaya dan seni negara lain.

Indonesia memiliki 38 provinsi dan memiliki beragam kelompok etnis, budaya, sumber daya alam, dan bahasa. Keberagamannya menjadikan Indonesia semakin indah dan menarik sehingga menjadikannya salah satu negara yang paling digemari wisatawan mancanegara. Potensi besar yang dimiliki Indonesia memiliki keunggulan tersendiri pada sektor pariwisata yang merupakan salah satu sektor peningkat perekonomian negara, apalagi di era milenial saat ini. Pariwisata merupakan salah satu mesin perekonomian global dan terbukti berkontribusi terhadap kemakmuran suatu negara (Jannah *et al.*,2023).

Perkembangan pariwisata yang pesat di negara Indonesia mendorong perkembangan fisik fasilitas pariwisata dan sarana pendukung lainnya. Dengan semakin banyaknya kunjungan wisatawan baik itu wisatawan mancanegara maupun domestik/lokal. Untuk itu pembentukan kebijakan- kebijakan oleh pemerintah dalam hal produk hukum sangat penting dan dibutuhkan untuk membentuk sistem pariwisata yang nyaman bagi wisatawan dan masyarakat sekitar di lokasi pariwisata

sangat mendukung dan merupakan peluang yang bagus untuk dikembangkan agar dapat menjadi sumber devisa yang signifikan dan memberikan kontribusi untuk kemajuan pembangunan masyarakat, pemerintah daerah, dan negara. (Revida *et al.*, 2022).

Mengingat beragam potensi alam, budaya, dan sejarahnya, pariwisata di Indonesia memainkan peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional. Membentang di ribuan pulau dari Sabang sampai Marauke, Indonesia menawarkan berbagai destinasi wisata unik yang menarik wisatawan domestik dan internasional. Selain keindahan alamnya seperti pantai, gunung, dan danau, Indonesia juga dikenal dengan kekayaan budayanya termasuk seni, tradisi, dan kerajinan tangan.

Pariwisata akan terus berkembang sebagai salah satu sektor prioritas dengan meningkatkan citra destinasi wisata dan meningkatkan daya saingnya di tingkat global. Pemerintah berkomitmen untuk bekerja sama dengan para pemangku kepentingan industri pariwisata yang autentik dan berkualitas guna menarik lebih banyak wisatawan. Dalam konteks ini, citra destinasi merupakan faktor krusial karena persepsi wisatawan terhadap suatu tempat sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung.

Suatu destinasi wisata harus memiliki banyak kualitas dan juga daya tarik sendiri sehingga dapat menarik minat kunjungan wisatawan. Masyarakat lokal juga mempunyai kontribusi dalam upaya mempromosikan produk destinasi pariwisata. Citra yang baik juga akan berkembang apabila didukung oleh pemberdayaan daya tarik destinasi wisata yang maksimal.

Setelah citra positif dari destinasi diberikan kepada wisatawan, pengelola wisata mengharapkan kepercayaan dari wisatawan. Ketika wisatawan merasa percaya terhadap tempat wisata yang mereka pilih, wisatawan secara otomatis tidak akan berpikir lama sebelum melakukan kunjungan. Citra destinasi adalah "kompilasi keyakinan dan kesan yang dihasilkan dari pemrosesan informasi dari waktu ke waktu yang menghasilkan representasi mental sifat, manfaat, dan pengaruh berbeda yang dicari dari suatu tujuan". (Muis *et al.*, 2020).

Daya tarik destinasi wisata sangat penting. Lokasi wisata yang menarik dapat membantu program pemerintah untuk melestarikan tradisi dan budaya negara sebagai daya tarik bagi wisatawan. Daya tarik pariwisata terdiri dari budaya, lingkungan, dan tatanan hidup yang menarik bagi pengunjung dan memiliki nilai untuk dikunjungi. (Risky *et al.*, 2022).

Wisatawan dapat mengambil keputusan berkunjung di suatu destinasi wisata dikarenakan sebelumnya sudah mengetahui daya tarik yang dimiliki dan juga citra akan destinasi wisata. Faktor yang menjadi dasar Karena keputusan berkunjung adalah produk wisata, salah satu fungsi produk wisata adalah untuk memberi referensi kepada wisatawan saat mereka berkunjung ke suatu tempat. (Safitri *et al.*, 2020).

Kota Surakarta, juga dikenal sebagai Solo, sangat strategis karena terletak di jalur lintas pulau Jawa. Ningsih (2020), keadaan ini membuat Solo menjadi destinasi wisata budaya di Jawa Tengah. Kota ini memiliki budaya Jawa yang kuat dan tetap hidup. Untuk meningkatkan daya tariknya, kota Solo memiliki slogan

"Solo, the spirit of Java". Warisan budaya utama kota adalah batik, dan ada objek wisata budaya yang terus melestarikan batik, seperti Kampung Batik Kauman.

Desa kauman tidak hanya berperan penting dalam penyebaran agama islam di Solo, tetapi juga menjadi pusat industri batik yang terkenal di dunia. Batik kauman menonjolkan motif-motif klasik yang erat kaitanya dengan nilai-nilai islam dan filosofi jawa. Dengan ikatan budaya dan agama yang kuat, desa Kauman merupakan aset penting bagi Kota Solo baik dari segi sejarah, budaya, maupun industri kreatif. Keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi tidak hanya bergantung pada daya tarik utama seperti keindahan fisik atau produk khas, tetapi juga pada citra keseluruhan destinasi, termasuk persepsi terhadap fasilitas, aksesibilitas, keramahan masyarakat, dan pengalaman unik yang ditawarkan. Oleh karena itu penelitian Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana citra dan daya tarik wisata memengaruhi keputusan untuk mengunjungi kampung Batik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, pokok permasalahan yang dihadapi adalah:

1. Apakah citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kampung Batik Kauman?
2. Apakah daya Tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Kampung Batik Kauman?
3. Apakah citra dan daya tarik destinasi berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Kampung Batik Kauman?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kampung Batik Kauman.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Batik Kauman.
3. Untuk mengetahui citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Kampung Batik Kauman.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoretis
 - a. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat melengkapi, menambah dan memperluas wawasan peneliti sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana pariwisata.
 - b. Bagi peneliti lain, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat sebagai sumber referensi dalam melaksanakan penelitian lanjutan dengan variable-variabel yang berbeda.
 - c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan pemahaman serta pengetahuan terhadap citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

2. Manfaat praktis

Bagi pengelola, dapat membantu pengelolaan destinasi menjadi lebih baik, pengelola dapat menyesuaikan atau meningkatkan daya tarik wisata dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Pengelola juga dapat

memanfaatkan temuan dari penelitian ini untuk merancang inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan jumlah kunjungan serta memastikan kampung batik kauman berkembang secara berkelanjutan.

1.5. Sistematika Penulisan

Artikel Ilmiah ini terdiri atas lima bab dan setiap babnya terdiri atas sub-sub pembahasan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN KAJIAN TEORI

Bab ini berisi tentang kajian literatur, kajian teori, dan hipotesis yang relevan dan selaras dengan judul penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validasi dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran hasil serta pembahasan penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran mengenai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kampung Batik Kauman, Solo. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif wisatawan terhadap citra Kampung Batik Kauman meliputi kenyamanan, fasilitas, dan kesan umum terhadap destinasi dapat meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik wisata juga terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Elemen-elemen daya tarik seperti keunikan budaya batik, keaslian lingkungan, nilai historis, dan aktivitas wisata yang ditawarkan terbukti mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk datang. Secara simultan, citra destinasi dan daya tarik wisata memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya, kedua variabel tersebut secara bersama-sama menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan wisatawan untuk mengunjungi Kampung Batik Kauman. Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa sebesar 51,7% keputusan berkunjung dipengaruhi oleh kedua variabel ini.

5.2. Saran

1. □ □Peningkatan kualitas Citra Destinasi perlu terus dilakukan. Pengelola destinasi diharapkan memperhatikan aspek kebersihan, keamanan, informasi wisata, dan keramahan penduduk lokal sebagai bagian dari citra positif yang membekas di benak wisatawan.

2. □ □Pelestarian dan inovasi dalam daya tarik wisata harus menjadi prioritas. Aktivitas seperti workshop membuat batik, pameran budaya, serta pelibatan masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata dapat menambah nilai pengalaman wisatawan dan memperkuat posisi Kampung Batik Kauman sebagai destinasi budaya unggulan.

3. □ □Kolaborasi antara pengelola wisata, pemerintah daerah, dan pelaku usaha lokal perlu ditingkatkan. Sinergi ini penting untuk mendukung promosi wisata yang lebih luas, peningkatan aksesibilitas, serta pengembangan fasilitas penunjang wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain di luar citra dan daya tarik, seperti kualitas layanan, media promosi digital, atau faktor psikografis wisatawan yang juga dapat memengaruhi keputusan berkunjung, guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Dita, R. F., & Zaini, M. (2022). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pulau Kumala Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(4), 271–282. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i4.41>
- Fatimah, S. (2024). Pengaruh Religius , Kualitas Layanan , Citra Destinasi , dan Wisata Halal Terhadap Minat Wisatawan Muslim The Influence of Religion , Service Quality , Destination Image , and Halal Tourism on the Interest of Muslim Tourists. 1(2), 182–200.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Jannah, R., Rohman, N., Kiswanto, A., Hayatri, M. A. S., & Ashartono, R. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Gunung Api Purba Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 361–369. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.60942>
- Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, 6(2), 142–146. <https://doi.org/10.56467/jptk.v6i2.98>
- Kusumawardani, N. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pendaki Gunung Prau Via Patak Banteng). *Jurnal Ekonomi*, 1–13.
- Maulana Ramdhani, A., Noor Andriana, A., & Mulawarman, U. (2023). Strategies For Developing Tourist Attractions At Pantai Biru Kersik In Increasing Interest In Tourist Visits Using SWOT Analysis Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Biru Kersik Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analisis S. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6674–6687. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Muis, M. R., Gultom, D. K., Jufrizen, & Azhar, M. E. (2020). Word of Mouth Electronic Model: Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 1–19.
- Nugraha, R. N., & Manjorang, F. B. (2022). Kajian Kelengkapan Fasilitas, Sarana, dan Prasarana Terhadap Kepuasan Wisatawan di Destinasi Wisata Museum di Tengah Kebun Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6507–6518.

- Ramdan, M., Gantini, T., Mulyana, T., Dahtiar, A., & Tanjungsari-sumedang, J. R. B. K. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Agrowisata Kebun Buah Alam Segar Ciptaharja Kabupaten Bandung Barat*. 7(September).
- Revida, E., Purba, S., & Simanjuntak, M. (2022). [III.A.1.a.2.12] FullBook Manajemen Pariwisata. In *Manajemen Priwisata* .
- Rosi, F., Rosi, F., & AS, F. (2024). Peran Citra Destinasi dan E-WOM Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Keputusan Berkunjung Pada Wisata Kabupaten Sampang. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(2), 64–82. <https://doi.org/10.52859/jbm.v12i2.569>
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Setianingsih, P. W., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Pasar Pundensari Wilayah Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5, 1–13.
- Silaban, P. H., Silalahi, A. D. K., Octoyuda, E., & Sinaga, D. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Terhadap Loyalitas Wisata Dengan Amenitas Sebagai Variabel Intervening Pada Destinasi Wisata Tuk-Tuk Siadong Kabupaten Samosir. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(September), 241–246. <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i2.1016>
- Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, & M.Herdit Maitama. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115–123. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>
- Wisnu, I. A., & Sholahuddin, M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Obyek Wisata Waduk Kedung Ombo. *Value*, 4(1), 13–33. <https://doi.org/10.36490/value.v4i1.717>