



Analisis Dampak Aksesibilitas, Fasilitas Wisata, Dan Kegiatan Wisata, Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Wisata Hiu Paus Melalui Daya Tarik Wisata

Dwi Nursyahbani Maryam¹, Rozzy Aprirachman²

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Teknologi Sumbawa, Kabupaten Sumbawa, Indonesia^{1,2}

*Email Korespondensi: rozzy.aprirachman@uts.ac.id

Diterima: 30-12-2025 | Disetujui: 10-01-2026 | Diterbitkan: 12-01-2026

ABSTRACT

Whale shark tourism in Tarano, Sumbawa, is a strategic potential based on natural uniqueness. This study analyzes the influence of accessibility, facilities, and tourism activities on tourism attractiveness and repeat visit interest, using a quantitative SEM-PLS approach with tourist respondents. The analysis results show that accessibility and tourism facilities do not have a significant effect on tourism attractiveness or repeat visit interest. Tourism activities also have no significant effect on repeat visit interest, although they show a positive effect that is close to significant on tourist attraction. These findings indicate that the main attraction of this destination lies in the uniqueness and rarity of the natural tourist attraction itself, rather than conventional supporting factors. The implication is that development strategies should focus on preserving the whale shark ecosystem and improving the quality of nature-based tourism experiences, rather than simply providing facilities or access. This study provides a basis for managers and local governments to design sustainable tourism development that is conservation-oriented and focused on tourist experience satisfaction.

Keywords: Accessibility; Tourist Facilities; Tourist Activities; Tourist Attractions; Interest in Returning.

ABSTRAK

Wisata hiu paus di Tarano, Sumbawa, merupakan potensi strategis berbasis keunikan alam. Penelitian ini menganalisis pengaruh aksesibilitas, fasilitas, dan kegiatan wisata terhadap daya tarik wisata dan minat berkunjung kembali, menggunakan pendekatan kuantitatif SEM-PLS dengan responden wisatawan. Hasil analisis menunjukkan bahwa aksesibilitas dan fasilitas wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata maupun minat berkunjung kembali. Kegiatan wisata juga tidak signifikan terhadap minat berkunjung ulang, meskipun menunjukkan pengaruh positif yang mendekati signifikan terhadap daya tarik wisata. Temuan ini mengindikasikan bahwa daya tarik utama destinasi ini terletak pada keunikan dan kelangkaan objek wisata alam itu sendiri, bukan pada faktor pendukung konvensional. Implikasinya, strategi pengembangan sebaiknya berfokus pada pelestarian ekosistem hiu paus dan peningkatan kualitas pengalaman wisata berbasis alam, daripada sekadar penyediaan fasilitas atau akses. Penelitian ini memberikan dasar bagi pengelola dan pemerintah daerah untuk merancang pengembangan wisata yang berkelanjutan dan berorientasi pada konservasi serta kepuasan pengalaman wisatawan.

Katakunci: Aksesibilitas; Fasilitas Wisata; Kegiatan Wisata; Daya Tarik Wisata; Minat Berkunjung Kembali.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nursyahbani Maryam, D., & Aprirachman, R. (2026). Analisis Dampak Aksesibilitas, Fasilitas Wisata, Dan Kegiatan Wisata, Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Wisata Hiu Paus Melalui Daya Tarik Wisata. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2(1), 251-265. <https://doi.org/10.63822/q2g4z156>

PENDAHULUAN

Pariwisata Indonesia merupakan salah satu sektor unggulan yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Dikenal sebagai negara kepulauan dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, Indonesia menawarkan beragam destinasi wisata, mulai dari pantai tropis di Bali dan Lombok, keindahan bawah laut di Raja Ampat, hingga warisan budaya seperti Candi Borobudur dan upacara adat di Toraja. Selain keindahan alamnya, keramahan masyarakat dan keunikan kuliner daerah turut menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Pemerintah terus berupaya mengembangkan pariwisata berkelanjutan dengan menjaga kelestarian lingkungan serta memberdayakan masyarakat lokal agar sektor ini tidak hanya meningkatkan devisa, tetapi juga memberikan manfaat sosial dan ekonomi yang merata di seluruh wilayah Indonesia.

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang melimpah, terutama pada sektor pariwisata. Potensi wisata NTB sangat beragam, mulai dari wisata alam, budaya, hingga wisata bahari yang tersebar di berbagai wilayah. Pemerintah NTB mendorong agar wilayah Samota bisa menjadi salah satu Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) di Nusa Tenggara Barat, seperti halnya KEK Mandalika yang berada di Pulau Lombok. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata NTB telah menjadi salah satu motor penggerak ekonomi daerah yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas lapangan kerja, dan mendorong pembangunan berkelanjutan. Pemerintah provinsi juga terus berupaya menjadikan NTB sebagai destinasi unggulan nasional yang berdaya saing di tingkat internasional. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) menetapkan Samota akronim dari kawasan wisata konservasi Teluk Saleh, Pulau Moyo, dan Gunung Tambora sebagai episentrum pembangunan ekonomi biru di Pulau Sumbawa. Agenda pengembangan ekonomi biru di Nusa Tenggara Barat dilakukan dengan pendekatan berbasis teknologi dan pemberdayaan masyarakat. Berbagai potensi eksiting dan potensi baru dari sektor perikanan serta kelautan yang teridentifikasi dikelola untuk pembangunan berkelanjutan yang inklusi hingga pengembangan pariwisata bahari dan minat khusus.

Pulau Sumbawa adalah sebuah pulau yang terletak di provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Pulau ini dibatasi oleh Selat Alas di sebelah barat (memisahkan dengan Pulau Lombok), Selat Sape di sebelah timur (memisahkan dengan Pulau Komodo), Samudra Hindia di sebelah selatan, serta Laut Flores di sebelah utara. Kota terbesarnya adalah Bima, yang berada di bagian timur pulau ini. Di Sumbawa Destinasi jembatan yang terkenal adalah Jembatan Samota dan Jembatan Ai Bari, yang bukan hanya berfungsi sebagai infrastruktur transportasi tetapi juga telah menjadi ikon wisata baru dan area favorit untuk swafoto dan bersantai karena dilengkapi ikon-ikon budaya seperti tulisan Aksara Lonto Engal dan satwa khas seperti hiu paus. Jembatan-jembatan ini dibangun untuk mendukung pengembangan kawasan wisata strategis Samota (Saleh, Moyo, Tambora) dan meningkatkan konektivitas serta ekonomi lokal. Jembatan ini merupakan bagian dari proyek jalan akses Samota dan dilengkapi dengan ikon-ikon budaya dan kebanggaan Sumbawa, seperti ikon hiu paus (yang menandakan bahwa Sumbawa adalah rumah bagi makhluk laut ini di Teluk Saleh) dan tulisan Aksara Lonto Engal.



Gambar 1. Peta Kabupaten Sumbawa
(Sumber: *World Geodetic System, 2025*)

Kabupaten di NTB yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata adalah Kabupaten Sumbawa. Wilayah ini dikenal dengan garis pantainya yang panjang, ekosistem laut yang kaya, serta keindahan alam yang masih alami. Selain wisata pantai dan budaya, Sumbawa juga memiliki potensi wisata bahari yang unik dan bernilai konservasi tinggi, salah satunya adalah wisata hiu paus (*Rhincodon typus*) yang berada di Kecamatan Tarano Desa Labuhan Jambu. Fenomena kemunculan hiu paus di perairan Tarano menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara karena merupakan pengalaman langka untuk dapat melihat atau berenang bersama spesies laut terbesar di dunia ini di habitat alaminya.

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi daerah karna mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. salah satu potensi pariwisata yang semakin menarik perhatian adalah wisata bahari, khususnya wisata berbasis keunikan fauna laut seperti wisata hiu paus. Dalam konteks global, pariwisata tidak hanya diartikan sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai industri yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pemasukan devisa dan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, sektor pariwisata telah ditetapkan sebagai salah satu bisnis prioritas nasional, sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Regulasi ini menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata, dengan menekankan bahwa masyarakat tidak hanya memiliki hak untuk berpartisipasi, tetapi juga berkewajiban menjaga dan melestarikan daya tarik wisata.

Kecamatan Tarano, yang terletak di Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat, memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata hiu paus yang tidak hanya unik tetapi juga memiliki nilai jual tinggi baik di pasar domestic maupun internasional. Kecamatan Tarano, yang berada di Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat, memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata hiu paus. Destinasi ini dinilai tidak hanya unik tetapi juga memiliki nilai jual tinggi di pasar domestik maupun internasional. Wisata hiu paus di Kecamatan Tarano menawarkan daya tarik tersendiri dengan kehadiran spesies hiu paus (*Rhincodon typus*) yang langka dan dilindungi. Fenomena ini telah menarik perhatian wisatawan, peneliti, dan pelaku industri pariwisata. Namun demikian, potensi besar ini belum sepenuhnya

diimbangi dengan pengelolaan yang optimal, baik dari segi promosi, infrastruktur, pelayanan, maupun keberlanjutan ekosistem laut. Meskipun memiliki potensi besar, pengelolaan destinasi ini belum sepenuhnya optimal. Optimasi masih diperlukan dari berbagai aspek, seperti promosi, infrastruktur, pelayanan, maupun keberlanjutan ekosistem laut. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam untuk memahami bagaimana faktor fundamental daya tarik wisata yang meliputi keunikan objek wisata, keindahan alam, aksesibilitas, fasilitas pendukung, dan pengalaman yang ditawarkan memengaruhi minat kunjungan dan kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap pengembangan destinasi.

Daya tarik wisata adalah faktor krusial yang secara langsung memengaruhi minat kunjungan wisatawan. Undang-undang utama yang mengatur daya tarik wisata di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. UU ini mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai berupa kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan, serta mengatur pengelolaannya untuk meningkatkan pendapatan nasional dan kesejahteraan rakyat. Daya tarik ini mencakup keunikan objek wisata, keindahan alam, aksesibilitas, fasilitas pendukung, serta pengalaman yang ditawarkan. Wisata hiu paus khususnya menawarkan pengalaman yang langka dan menarik, yaitu melihat atau berenang bersama hiu paus di habitat alaminya.



Gambar 2. Diagram Data Pengunjung wisata hiu paus

(Sumber: Dinas Pariwisata Kab. Sumbawa, 2025)

Diagram pada gambar menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan ke lokasi wisata hiu paus dari bulan Maret hingga Juli, yang dibedakan antara wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara. Secara umum, jumlah wisatawan mancanegara jauh lebih tinggi dibandingkan wisatawan lokal pada setiap bulan pengamatan. Pada bulan Maret, kunjungan masih relatif rendah, terutama wisatawan lokal yang jumlahnya sangat sedikit, sementara wisatawan mancanegara sudah mulai terlihat. Memasuki bulan April dan Mei, terjadi peningkatan kunjungan yang cukup signifikan, khususnya dari wisatawan mancanegara, sedangkan wisatawan lokal juga mengalami kenaikan meskipun tidak terlalu besar. Puncak kunjungan terjadi pada bulan Juni, di mana jumlah wisatawan mancanegara mencapai angka tertinggi, diikuti oleh peningkatan wisatawan lokal. Pada bulan Juli, jumlah wisatawan mancanegara sedikit menurun dibandingkan Juni, namun tetap berada pada level yang tinggi, sementara wisatawan lokal juga menunjukkan penurunan.

Secara keseluruhan, diagram ini menggambarkan tren peningkatan kunjungan wisata hiu paus yang didominasi oleh wisatawan mancanegara, dengan puncak aktivitas terjadi pada pertengahan tahun.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif dengan metode analisis *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Menurut Hair dkk. (2022), PLS-SEM merupakan teknik analisis statistik berbasis varians yang sangat efektif untuk menguji hubungan antar konstruk laten yang bersifat kompleks. Pemilihan metode ini didasari oleh kemampuannya dalam menangani ukuran sampel yang relatif kecil, tidak mengharuskan asumsi distribusi normal pada data, serta fleksibilitas dalam mengolah model dengan banyak variabel indikator dan hubungan moderasi maupun mediasi.

Sumber data utama dalam studi ini adalah data primer yang bersifat kuantitatif. Data primer diperoleh langsung melalui observasi dan penyebaran kuesioner kepada responden di lokasi penelitian (Sugiyono, 2021). Penggunaan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dianggap efisien karena mampu menjangkau populasi luas dalam waktu singkat serta memberikan hasil yang konsisten melalui format pertanyaan yang terstandarisasi (Kuphangga, 2024; Stone, 2023). Sejalan dengan paradigma positivisme, pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui instrumen penelitian yang terukur (Sugiyono, 2021).

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata hiu paus di Kecamatan Tarano, Kabupaten Sumbawa. Mengingat jumlah populasi yang bersifat dinamis dan tidak diketahui secara pasti (*infinite population*), peneliti menggunakan rumus Cochran untuk menentukan ukuran sampel (Sugiyono, 2021). Berdasarkan perhitungan dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* sebesar 10%, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 96 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk mempermudah proses pengumpulan data dan menjaga validitas hasil.

Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*. Menurut Cahyaningrum (2024), teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa anggota sampel yang diambil memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah memiliki pengalaman langsung berinteraksi dengan hiu paus di Tarano, berusia minimal 17 tahun agar dapat memberikan jawaban secara rasional, serta bersedia mengisi kuesioner secara sukarela dan lengkap.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diukur menggunakan Skala Likert dengan rentang nilai satu hingga lima. Skala ini memungkinkan responden untuk menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap pernyataan yang diajukan, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju" (Hartono, 2018; Fakhruddin, 2016). Variabel penelitian diklasifikasikan menjadi variabel independen yang terdiri dari Aksesibilitas, Fasilitas Wisata, dan Kegiatan Wisata, serta variabel dependen berupa Niat Berkunjung Kembali dengan Daya Tarik Wisata sebagai variabel penghubung atau laten.

Analisis data dilakukan melalui evaluasi *Measurement Model* (Outer Model) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Tahapan ini melibatkan pengujian validitas konvergen melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), di mana indikator dinyatakan valid jika nilai $AVE \geq 0,50$ (Hair et al., 2021). Selain itu, pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan

Composite Reliability (CR) yang harus mencapai ambang batas $\geq 0,70$ untuk memastikan konsistensi internal instrumen penelitian (Ghozali, 2021; Hair et al., 2022).

Tahapan terakhir adalah evaluasi *Structural Model* (Inner Model) untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dan menguji hipotesis penelitian. Kualitas model struktural dinilai berdasarkan nilai *R-square* (R^2) untuk kontribusi variabel independen, *Q-square* (Q^2) untuk relevansi prediktif, serta nilai *t-statistic* melalui teknik *bootstrapping* (Hair et al., 2022). Pengaruh antar variabel dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 atau nilai *p-value* kurang dari 0,05 (Ghozali, 2021; Juliandi, 2018), termasuk analisis efek mediasi untuk mengetahui peran Daya Tarik Wisata dalam menghubungkan variabel-variabel pendukung terhadap niat kunjungan kembali.

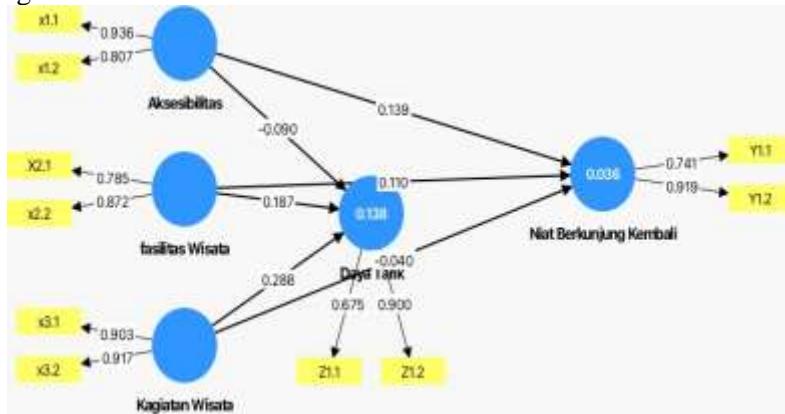
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan melakukan evaluasi model mencakup pemeriksaan sejauh mana model yang dibangun selaras dengan fakta-fakta yang diamati. Prosedur ini memerlukan penggunaan berbagai metrik dan metodologi untuk menilai keselarasan model dengan data empiris (Hair et al., 2017).

1. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau outer model dimulai dari tahapan uji validitas konstruk yang terdiri dari validitas konvergen yaitu dengan memperhatikan nilai loading faktor dan nilai AVE. Validitas Diskriminan ditunjukkan dengan nilai *cross loading*. Kemudian, tahapan yang kedua yaitu pengujian reliabilitas ditunjukkan dengan nilai *Composite Reliability*. Adapun pengujian outer model dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3. Pengujian Outer Model
(Sumber: SMARTPLS, 2025)

a. Uji Validitas Konvegen

Tahap ini ada dua kriteria nilai yang akan di evaluasi, yaitu nilai loading factor dan nilai Average Variance Inflation Factor (AVE). Adapun hasil dari loading sebagai berikut.

Tabel 1. Uji Validasi Konvergen

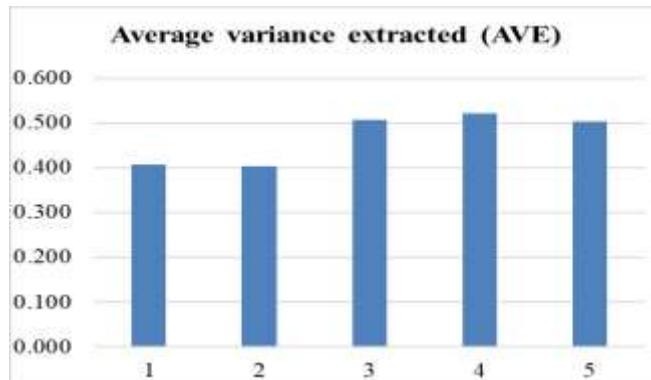
Aksesibilitas	Daya Tarik	Kegiatan Wisata	Niat Berkunjung Kembali	Fasilitas Wisata
X2.1				0,785
Y1.1			0,741	
Y1.2			0,919	
Z1.1	0,675			
Z1.2	0,900			
X1.1	0,936			
X1.2	0,807			
X2.2				0,872
X3.1		0,903		
X3.2		0,917		

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran (outer model) menggunakan pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM), seluruh indikator pada lima konstruk utama yaitu Aksesibilitas, Daya Tarik, Kegiatan Wisata, Niat Berkunjung Kembali, dan Fasilitas Wisata telah dievaluasi berdasarkan nilai outer loading sebagai indikator validitas konvergen. Secara metodologis, indikator dianggap valid apabila memiliki outer loading $\geq 0,70$; namun nilai antara 0,60–0,70 masih dapat diterima selama konstruk secara keseluruhan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang memadai (Hair et al., 2022). Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa masing-masing indikator mampu merepresentasikan konstruk laten yang diukur secara konsisten dan substansial.

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Aksesibilitas (0,936 dan 0,807), Kegiatan Wisata (0,741–0,917), Niat Berkunjung Kembali (0,785 dan 0,872), serta Fasilitas Wisata (0,785) telah memenuhi ambang batas minimal validitas konvergen. Sementara itu, pada variabel Daya Tarik, satu indikator mencatat nilai outer loading sebesar 0,675 sedikit di bawah 0,70, namun masih berada dalam rentang toleransi yang diperbolehkan, terutama mengingat indikator kedua mencapai 0,900 dan konstruk secara keseluruhan menunjukkan konsistensi internal yang kuat. Dengan demikian, tidak satu pun indikator yang perlu dieliminasi, karena seluruhnya berkontribusi secara valid terhadap pengukuran konstruk laten yang dimaksud.

Secara keseluruhan, seluruh indikator dalam model pengukuran penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen berdasarkan standar PLS-SEM. Temuan ini mengonfirmasi bahwa instrumen pengukuran yang digunakan memiliki kualitas psikometrik yang memadai untuk merefleksikan persepsi wisatawan terhadap dimensi-dimensi kunci destinasi wisata. Dengan terpenuhinya syarat validitas pada tingkat indikator, model pengukuran dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu estimasi dan pengujian model struktural (inner model) guna mengevaluasi hubungan kausal antar konstruk laten dalam kerangka teoretis penelitian.



Gambar 3. Grafik Nilai AVE

(Sumber: SMARTPLS, 2025)

Berdasarkan hasil pengujian convergent validity yang ditunjukkan melalui grafik nilai Average Variance Extracted (AVE), terlihat bahwa kelima konstruk dalam model memiliki nilai AVE yang berada pada kisaran 0,40 hingga sedikit di atas 0,50. Meskipun dua konstruk awal menunjukkan nilai AVE sekitar 0,40 yang berada tepat pada batas minimum tiga konstruk lainnya telah mencapai nilai di atas 0,50, sehingga dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen yang ditetapkan oleh Hair et al. (2022), yaitu nilai $AVE \geq 0,50$. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar varians indikator-indikator pada ketiga konstruk tersebut dapat dijelaskan secara memadai oleh variabel latennya. Dengan demikian, meskipun terdapat beberapa konstruk yang berada pada batas minimal, keseluruhan model masih dapat dinyatakan memenuhi convergent validity sehingga variabel-variabel tersebut layak digunakan untuk analisis struktural pada tahap berikutnya.

b. Uji Reliabilitas Konstruk

Uji validitas konstruk dapat dilihat dari nilai cronbach alpha dan composite reliability sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk

Variabel Konstruk	Cronbach 's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Aksesibilitas	0,707	0,838	0,865	0,763
Daya Tarik	0,443	0,520	0,771	0,632
Kegiatan Wisata	0,794	0,797	0,906	0,829
Niat Berkunjung	0,588	0,700	0,820	0,697
Kembali fasilitas Wisata	0,553	0,572	0,815	0,689

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas konstruk yang disajikan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa setiap konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang berbeda-beda. Konstruk Aksesibilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,707, *composite reliability* (*rho_a*) sebesar 0,838, dan *composite reliability* (*rho_c*) sebesar 0,865 dengan nilai AVE sebesar 0,763. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen, sehingga konstruk Aksesibilitas dinyatakan reliabel. Konstruk Daya Tarik memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,443 dan *rho_a* sebesar 0,520 yang masih berada di bawah batas minimum 0,70, namun nilai *composite reliability* (*rho_c*) sebesar 0,771 dan AVE sebesar 0,632 telah memenuhi kriteria yang disyaratkan. Selanjutnya, konstruk Kegiatan Wisata menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,794, *rho_a* sebesar 0,797, *rho_c* sebesar 0,906, dan AVE sebesar 0,829 yang seluruhnya berada di atas nilai

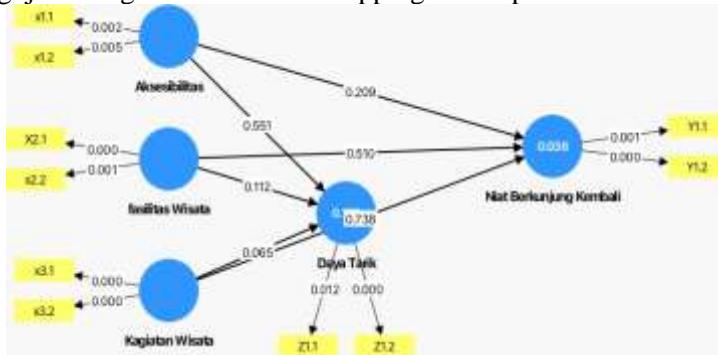
ambang batas, sehingga dapat dinyatakan sangat reliabel. Konstruk Niat Berkunjung Kembali memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,588 dan rho_a sebesar 0,700, sedangkan nilai rho_c sebesar 0,820 dan AVE sebesar 0,697 telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen. Sementara itu, konstruk Fasilitas Wisata menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,553 dan rho_a sebesar 0,572 yang masih di bawah standar, namun nilai rho_c sebesar 0,815 dan AVE sebesar 0,689 telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Dengan demikian, secara keseluruhan konstruk penelitian dapat dinyatakan reliabel karena nilai *composite reliability* dan AVE pada masing-masing konstruk telah memenuhi standar yang disyaratkan.

2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model adalah model structural yang menghubungkan antar variabel latin. Berdasarkan nilai koefisien jalur untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel latin dengan perhitungan bootstrapping.

a. R-Square

Adapun hasil pengujian dengan metode bootstrapping dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 4. Pengujian Inner Model

(Sumber: SMARTPLS, 2025)

Dapat dijelaskan bahwa model struktural (inner model) menunjukkan hubungan antara beberapa variabel laten, yaitu Aksesibilitas, Fasilitas Wisata, dan Kapasitas Wisata terhadap Daya Tarik serta dampaknya terhadap Niat Berkunjung Kembali. Hasil analisis menggunakan metode bootstrapping memperlihatkan besarnya koefisien jalur pada setiap hubungan antarvariabel. Aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap Daya Tarik dengan nilai koefisien sebesar 0,051, sementara Fasilitas Wisata juga berpengaruh terhadap Daya Tarik dengan koefisien sebesar 0,172, dan Kapasitas Wisata memberikan pengaruh sebesar 0,055. Selain itu, Aksesibilitas dan Fasilitas Wisata juga memiliki pengaruh langsung terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan masing-masing koefisien sebesar 0,209 dan 0,350. Variabel Daya Tarik sendiri berperan penting dalam memengaruhi Niat Berkunjung Kembali, yang ditunjukkan oleh koefisien jalur yang signifikan. Nilai R-Square pada variabel Daya Tarik sebesar 0,738 menunjukkan bahwa 73,8% variasi Daya Tarik dapat dijelaskan oleh Aksesibilitas, Fasilitas Wisata, dan Kapasitas Wisata, sedangkan nilai R-Square pada variabel Niat Berkunjung Kembali sebesar 0,330 menunjukkan bahwa 33,0% variasinya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang memengaruhinya dalam model. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik dalam menggambarkan hubungan antarvariabel yang diteliti.

b. Uji Hipotesis

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh Antar Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Aksesibilitas -> Daya Tarik	-0,090	-0,073	0,151	0,597	0,551
Aksesibilitas -> Niat Berkunjung Kembali	0,139	0,160	0,111	1,258	0,209
fasilitas Wisata -> Daya Tarik	0,187	0,208	0,118	1,588	0,112
fasilitas Wisata -> Niat Berkunjung Kembali	0,110	0,104	0,167	0,659	0,510
Kegiatan Wisata -> Daya Tarik	0,288	0,262	0,156	1,848	0,065
Kegiatan Wisata -> Niat Berkunjung Kembali	-0,040	-0,054	0,120	0,335	0,738

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan dalam Tabel 3 di atas, dapat diapaprkkan beberapa penjelasan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil analisis, pengaruh aksesibilitas terhadap daya tarik wisata memiliki nilai koefisien jalur sebesar -0,090, dengan nilai t-statistic sebesar 0,597 dan p-value sebesar 0,551. Nilai t-statistic yang lebih kecil dari 1,96 serta p-value yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap daya tarik wisata ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses dan waktu tempuh belum menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi daya tarik wisata hiu paus.
- 2) Hasil pengujian menunjukkan bahwa aksesibilitas terhadap niat berkunjung kembali memiliki koefisien jalur sebesar 0,139, dengan nilai t-statistic sebesar 1,258 dan p-value sebesar 0,209. Nilai tersebut belum memenuhi kriteria signifikansi, sehingga hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun aksesibilitas dinilai cukup baik, faktor tersebut belum mampu mendorong wisatawan untuk memiliki niat melakukan kunjungan ulang.
- 3) Hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali memiliki koefisien jalur sebesar 0,110, nilai t-statistic sebesar 0,659, dan p-value sebesar 0,510. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa fasilitas wisata belum menjadi faktor penentu dalam mendorong loyalitas wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.
- 4) Berdasarkan hasil pengujian, kegiatan wisata terhadap daya tarik wisata memiliki koefisien jalur sebesar 0,288, dengan nilai t-statistic sebesar 1,848 dan p-value sebesar 0,065. Nilai t-statistic mendekati batas signifikansi, namun masih berada di bawah 1,96 dan p-value sedikit di atas 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ditolak secara statistik, namun menunjukkan kecenderungan pengaruh positif. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan wisata seperti aktivitas edukasi dan interaksi dengan hiu paus berpotensi meningkatkan daya tarik wisata, meskipun belum signifikan secara statistik.
- 5) Hasil analisis menunjukkan bahwa kegiatan wisata terhadap niat berkunjung kembali memiliki

koefisien jalur sebesar -0,040, dengan t-statistic sebesar 0,335 dan p-value sebesar 0,738. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan wisata yang ada belum secara langsung mendorong wisatawan untuk memiliki niat berkunjung kembali.

Pembahasan

1. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Daya Tarik Wisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap daya tarik wisata, meskipun kontribusinya relatif lebih rendah dibandingkan variabel lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses menuju lokasi wisata hiu paus, seperti kondisi jalan, ketersediaan transportasi, dan waktu tempuh, tetap menjadi faktor pendukung dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap daya tarik destinasi.

Temuan ini sejalan dengan konsep 4A dalam pariwisata yang dikemukakan oleh Yoeti (2008), yang menyatakan bahwa aksesibilitas merupakan elemen penting dalam pengembangan destinasi wisata. Namun demikian, dalam konteks wisata hiu paus di Tarano, wisatawan cenderung lebih memprioritaskan pengalaman unik berinteraksi dengan hiu paus dibandingkan kemudahan akses semata. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Astuti dkk. (2024) dan Isra Wani (2024) yang menyebutkan bahwa wisatawan ekowisata bersedia menempuh perjalanan yang relatif jauh demi memperoleh pengalaman wisata yang langka dan bernilai konservasi.

2. Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Daya Tarik Wisata

Berdasarkan hasil analisis, fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap daya tarik wisata. Artinya, semakin baik fasilitas pendukung yang tersedia, seperti dermaga, sarana keselamatan, toilet, dan keberadaan pemandu wisata, maka semakin tinggi pula persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata hiu paus.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Supriadi dkk. (2022) yang menemukan bahwa fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan daya tarik wisata. Dalam konteks wisata hiu paus, fasilitas bukan hanya berfungsi sebagai pendukung kenyamanan, tetapi juga berperan penting dalam menjamin keamanan serta keberlanjutan ekosistem laut. Oleh karena itu, peningkatan kualitas fasilitas wisata dapat menjadi strategi utama dalam memperkuat daya tarik destinasi wisata berbasis konservasi.

3. Pengaruh Kegiatan Wisata terhadap Daya Tarik Wisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata. Aktivitas seperti interaksi dengan hiu paus, paket wisata, serta kegiatan edukasi konservasi terbukti mampu meningkatkan minat dan ketertarikan wisatawan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Auda Nuril Zazilah dkk. (2023) yang menyatakan bahwa aktivitas wisata yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan nilai sosial, lingkungan, dan ekonomi dari suatu destinasi. Dalam wisata hiu paus, kegiatan wisata yang bersifat edukatif dan berorientasi konservasi memberikan pengalaman yang bermakna bagi wisatawan, sehingga memperkuat citra destinasi sebagai wisata bahari berkelanjutan.

4. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil analisis menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini berarti bahwa keunikan wisata hiu paus, keindahan alam Teluk Saleh, serta pengalaman wisata yang ditawarkan mampu mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang.

Hasil ini mendukung penelitian Normalasari (2022) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh langsung terhadap minat kunjungan kembali. Semakin kuat persepsi wisatawan terhadap keunikan dan kualitas suatu destinasi, maka semakin besar pula niat mereka untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

5. Peran Daya Tarik Wisata dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan

Minat berkunjung kembali terbukti berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Wisatawan yang memiliki niat untuk kembali berkunjung cenderung memiliki pengalaman wisata yang positif dan tingkat kepuasan yang tinggi.

Temuan ini sejalan dengan teori Expectancy Disconfirmation yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika pengalaman wisata sesuai atau melebihi harapan wisatawan. Selain itu, penelitian Supriadi dkk. (2022) juga menegaskan bahwa kepuasan wisatawan merupakan hasil dari pengalaman positif yang berkelanjutan, termasuk keinginan untuk kembali mengunjungi destinasi yang sama.

6. Pengaruh Minat Berkunjung Kembali terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata secara tidak langsung berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan melalui minat berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak hanya berfungsi sebagai pemicu kunjungan awal, tetapi juga membentuk pengalaman positif yang berkelanjutan.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian Astuti dkk. (2024) dan Isra Wani (2024) yang menekankan pentingnya pengelolaan daya tarik wisata hiu paus secara berkelanjutan agar dapat memberikan kepuasan jangka panjang bagi wisatawan sekaligus menjaga kelestarian ekosistem laut.

KESIMPULAN

Berdasarkan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, serta kajian pustaka yang telah dipaparkan dalam proposal skripsi ini, dapat disimpulkan bahwa wisata hiu paus di Kecamatan Tarano, Kabupaten Sumbawa, merupakan destinasi wisata bahari yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai objek wisata unggulan berbasis ekowisata. Keunikan dan kelangkaan hiu paus sebagai daya tarik utama menjadikan destinasi ini memiliki nilai jual tinggi, baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Namun demikian, pengembangan wisata hiu paus tidak hanya bergantung pada keunikan objek wisata, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor pendukung seperti aksesibilitas, fasilitas wisata, dan kegiatan wisata yang tersedia. Oleh karena itu, diperlukan kajian ilmiah yang mampu menganalisis hubungan antara faktor-faktor tersebut terhadap daya tarik wisata serta dampaknya terhadap niat berkunjung kembali wisatawan secara komprehensif dan terukur.

Melalui pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM), penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku wisatawan dalam konteks wisata hiu paus di Kecamatan Tarano. Hasil penelitian

diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pengelola wisata dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pengembangan wisata yang berkelanjutan, berorientasi pada peningkatan kualitas pengalaman wisatawan, serta menjaga kelestarian lingkungan laut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Astuti, D. P., Isra Wani, Cahyaningrum, D., & Normalasari. (2024). Strategi pengembangan wisata hiu paus berkelanjutan di Desa Labuhan Jambu Kecamatan Tarano Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Pariwisata dan Pembangunan Daerah*, 5(1), 45–58.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Beich, E. (2018). *Influential selling*. McGraw-Hill Education.
- Cahyaningrum, D. (2024). *Metodologi penelitian sosial dan ekonomi*. Deepublish.
- Cahyono, H., & Maskan, M. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Universitas Kanjuruhan Malang Press.
- Fakhruddin. (2016). Teknik penyusunan kuesioner dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Ilmu Sosial*, 8(2), 112–121.
- Fullerton, G. (2012). The impact of trust and commitment on loyalty in service relationships. *Journal of Services Marketing*, 26(6), 456–467. <https://doi.org/10.1108/08876041211264973>
- Ghozali, I. (2021). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Thiele, K. O. (2022). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hartono, J. (2018). *Metodologi penelitian bisnis*. BPFE.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk penelitian manajemen dengan AMOS dan SmartPLS*. Luxima Metro Media.
- Isra Wani. (2024). *Strategi pengembangan wisata hiu paus berkelanjutan di Desa Labuhan Jambu Kecamatan Tarano Kabupaten Sumbawa [Skripsi]*. Universitas Teknologi Sumbawa.
- Juliandi, A. (2018). *Structural equation modeling berbasis partial least square*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Press.
- Kuphanga, M. (2024). Questionnaire design and data collection methods. *International Journal of Research Methodology*, 12(1), 55–67.
- Marliana. (2020). Structural equation modeling dalam penelitian sosial. *Jurnal Statistika Terapan*, 4(2), 88–97.
- Miller, K. (2012). *Organizational communication: Approaches and processes*. Cengage Learning.
- Normalasari. (2022). Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjungan kembali dengan electronic word of mouth sebagai variabel mediasi. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 4(2), 101–115.

- Palilati, A. (2004). Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(1), 35–44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). *Service quality and marketing*. McGraw-Hill.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alfabeta.
- Putra, I. N. D. (2015). *Pengantar ilmu pariwisata*. Prenadamedia Group.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Smith, J., Brown, L., & Taylor, P. (2016). Survey research and questionnaire design. *Journal of Social Research Methods*, 9(3), 210–225.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Supriadi, Cahyono, H., & Maskan, M. (2022). Pengaruh daya tarik dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 7(1), 23–34.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009, Nomor 11*.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Pradnya Paramita.