

Usaha Makanan dan Minuman sebagai Katalisator Daya Tarik Wisata: Studi UMKM Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan

Muhammad Arifin, Sabran Laori

Politeknik Pariwisata Makassar
sabranlaori27@gmail.com

Article History

accepted 24/7/2024

approved 14/8/2024

published 26/8/2024

Abstract

The tourism sector is a vital component of Indonesia's economy, with significant contributions to economic growth and job creation. This study explores the impact of entrepreneurial readiness, motivation, and interest on the attractiveness of tourism in Barru Regency, South Sulawesi. This study used a mixed approach that included direct observation, questionnaires, and in-depth interviews, data were collected from 36 MSME employees and 68 tourists. The analysis employed multiple linear regression, revealing that entrepreneurial readiness had the most significant positive impact on tourism attractiveness, followed by motivation, while interest alone was less impactful. The regression model explained 75% of the variance in tourism attractiveness and was statistically significant. The study concludes that enhancing entrepreneurial readiness through practical training, boosting motivation with incentives, and improving tourism infrastructure is key to advancing tourism in Barru. Further research is recommended to investigate additional factors influencing tourism attractiveness and develop comprehensive strategies for sustainable tourism development.

Keywords: Entrepreneurial Readiness, Motivation, Interest, Tourism Attraction, MSMEs, Barru Regency

Abstrak

Sektor pariwisata merupakan komponen vital dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh kesiapan berwirausaha, motivasi, dan minat terhadap daya tarik wisata di Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran yang mencakup observasi langsung, kuesioner, dan wawancara mendalam, data dikumpulkan dari 36 karyawan UMKM dan 68 wisatawan. Analisis menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa kesiapan berwirausaha memberikan dampak paling signifikan terhadap daya tarik wisata, diikuti oleh motivasi, sementara minat saja kurang berpengaruh. Model regresi menjelaskan 75% variasi dalam daya tarik wisata dan signifikan secara statistik. Kesimpulannya, peningkatan kesiapan berwirausaha melalui pelatihan praktis, peningkatan motivasi dengan insentif, dan perbaikan infrastruktur pariwisata merupakan kunci untuk memajukan pariwisata di Barru. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi faktor tambahan yang mempengaruhi daya tarik wisata dan merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Kata kunci: Kesiapan Berwirausaha, Motivasi, Minat, Daya Tarik Wisata, UMKM, Kabupaten Barru



PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, berperan sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan penyedia lapangan kerja. Dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, Indonesia memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan dari seluruh dunia. Pada tahun 2019, industri pariwisata Indonesia mencapai prestasi signifikan dengan 16,1 juta kunjungan wisatawan mancanegara, menunjukkan reputasi Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata utama di Asia Tenggara (Maulana & Koesfardani, 2021). Keberhasilan ini didorong oleh peningkatan konektivitas udara, promosi pariwisata yang intensif, serta kebijakan visa yang lebih mudah. Inisiatif seperti "Wonderful Indonesia" dan upaya pelestarian lingkungan juga berperan penting dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan pariwisata Indonesia (Nuzululita et al., 2020; Simanjuntak, 2020). Secara keseluruhan, sektor pariwisata Indonesia, yang ditunjang oleh kekayaan alam, budaya, dan inisiatif promosi serta kebijakan yang mendukung, telah berhasil meningkatkan daya tarik dan reputasinya sebagai destinasi wisata utama di Asia Tenggara.

Namun, pandemi COVID-19 pada tahun 2020 memberikan dampak besar terhadap industri pariwisata Indonesia. Pembatasan perjalanan dan penutupan tempat wisata menyebabkan penurunan drastis dalam kunjungan wisatawan (Arumsari & Yosintha, 2021). Dalam menghadapi situasi ini, pelaku pariwisata beradaptasi dengan beralih ke model bisnis digital, seperti tur virtual dan pemasaran online, untuk menjaga minat wisatawan (Kaur et al., 2021). Pemerintah Indonesia juga memperkenalkan strategi pemulihan yang inklusif, memberikan dukungan finansial dan insentif kepada pelaku pariwisata lokal untuk bertahan (Anggarini, 2021; Widokarti, 2022). Pada tahun 2021, meskipun jumlah kunjungan belum pulih sepenuhnya, pemulihan mulai terlihat dengan vaksinasi massal dan pembukaan tempat wisata dengan protokol kesehatan ketat, serta adopsi teknologi digital yang semakin meningkatkan pengalaman wisatawan (Rachmawati, 2022). Salah satu wilayah yang terdampak yaitu Sulawesi-Selatan. (Eppang et al., 2021) mengemukakan bahwa sebagian besar bisnis pariwisata di Sulawesi Selatan terdampak secara ekonomi oleh pandemi Covid-19. Dampak ekonomi dari pandemi Covid-19 termasuk gangguan keuangan dan hilangnya keuntungan, dan

Akibatnya, sebagian besar dari mereka hanya dapat bertahan dalam waktu satu hingga tiga bulan. Pada situasi ini UMKM penting dalam penanggulangan dampak pandemi COVID-19. Menurut (Fourqoniah & Aransyah, 2021; Siswoyo, 2021) sebagai bagian integral dari industri pariwisata lokal, UMKM memainkan peran penting dalam penanggulangan dampak pandemi COVID-19 dengan mengadopsi model bisnis digital dan memanfaatkan dukungan pemerintah untuk bertahan, sekaligus beradaptasi dengan penurunan kunjungan wisatawan dan dampak ekonomi yang signifikan di Sulawesi Selatan.

Dalam konteks pariwisata, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting, terutama dalam sektor kuliner. UMKM kuliner tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan dengan makanan dan minuman yang khas, tetapi juga mendukung ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan komunitas setempat (Siswoyo, 2021; Syahrial Manaf & Ridwan, 2024). Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan ketat dan regulasi, UMKM kuliner dapat mengatasi hambatan ini melalui strategi pengembangan yang tepat (Zaenal et al., 2024). Kolaborasi dengan pemangku kepentingan, pemanfaatan teknologi, dan inovasi produk serta pelayanan menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner di kawasan obyek wisata (Islahuddin et al., 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran UMKM makanan dan minuman sebagai penunjang daya tarik wisata di Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan, serta menilai tantangan dan strategi pengembangannya dalam konteks industri pariwisata.

Meskipun industri pariwisata di Indonesia menunjukkan perkembangan yang menjanjikan, peran dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam sektor makanan dan minuman sebagai penunjang daya tarik wisata belum sepenuhnya dipahami. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana UMKM kuliner berkontribusi terhadap daya tarik wisata di kawasan Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan, serta untuk mengidentifikasi tantangan dan strategi pengembangan yang dihadapi oleh UMKM di sektor ini (Sari & Supiandi, 2023). Melalui analisis mendalam terhadap peran UMKM dalam meningkatkan pengalaman wisatawan, diharapkan dapat ditemukan wawasan baru mengenai potensi dan kendala yang ada, serta solusi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan kontribusi terhadap industri pariwisata lokal (Gumel & Bin Bardai, 2023; Noor et al., 2019).

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana UMKM makanan dan minuman berinteraksi dengan industri pariwisata dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan. Penelitian ini akan menguraikan struktur kontribusi UMKM dalam konteks pariwisata, termasuk analisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha (Xu, 2022). Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya akan memberikan rekomendasi strategis untuk pelaku UMKM dan pemangku kepentingan lokal, tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi pengembangan kebijakan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan di Indonesia. Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh kesiapan berwirausaha, motivasi, dan minat terhadap daya tarik wisata di Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan

METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa metode komprehensif untuk memastikan keberagaman dan keakuratan informasi. Proses pengumpulan data melibatkan observasi langsung terhadap kondisi usaha makanan dan minuman di Kabupaten Barru, penggunaan kuesioner untuk mendapatkan pandangan subjektif dari pemilik dan karyawan UMKM, serta wawancara mendalam untuk memperoleh informasi tambahan yang tidak dapat diperoleh melalui kuesioner (Sugiyono, 2020). Pengambilan sampel dilakukan karena tidak mungkin untuk meneliti seluruh anggota populasi, jumlah anggota sampel, digunakan rumus (Sugiyono, 2020) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)}$$

Keterangan

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi yaitu jumlah UMKM di Kab Barru (128 data tahun 2021)

e =Persen kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan, sebanyak 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sample yang pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)}$$

$$n = \frac{128}{1+(128 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{128}{1+(12,8)}$$

$$n = \frac{128}{13,8}$$

n = 9,27 dibulatkan menjadi 9

Jumlah UMKM untuk penelitian ini adalah 9.27 (pembulatan 9) UMKM dimana total setiap umkm terdapat 4-5 karyawan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa total responden pada UMKM adalah 36 responden. Sementara untuk pengunjung sebagai wisatawan ditetapkan 68 responden. Setelah jumlah responden diketahui, langkah berikutnya adalah menentukan metode pengambilan sampel yang akan digunakan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling, yang mana merupakan teknik sampling yang dipilih secara tidak acak. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh dengan catatan dan gambar terkait. Teknik pengumpulan data ini dirancang untuk memberikan gambaran yang lengkap tentang kondisi kewirausahaan di sektor UMKM serta dampaknya terhadap daya tarik wisata di wilayah Kabupaten Barru.

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan teknik regresi linier berganda. Model regresi ini digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen—minat, kesiapan, dan motivasi—terhadap variabel dependen, yaitu daya tarik wisata (Basuki, 2016; Lubis, 2021). Uji koefisien determinasi (R-squared) dilakukan untuk mengevaluasi seberapa besar variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen, dengan penekanan pada nilai adjusted R-squared untuk menyesuaikan jumlah variabel independent. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji F (Sugiyono, 2020). Semua proses analisis ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 24 untuk memastikan akurasi dan validitas hasil penelitian (IBM, 2016; Setiawan, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Karakteristik Responden

Distribusi usia responden dalam penelitian ini menunjukkan variasi yang signifikan, dengan beberapa kelompok usia yang lebih dominan dibandingkan yang lain. Dari total 102 responden, mayoritas berada dalam rentang usia 18-25 tahun, dengan jumlah responden mencapai 76 orang, atau 74.51% dari keseluruhan sampel. Ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda lebih aktif dan terlibat dalam pembuatan usaha makanan dan minuman di daya tarik wisata kabupaten barru. Kelompok usia 26-35 tahun mencatat 6 responden, atau sekitar 5.88% dari total responden. Meskipun jumlahnya lebih sedikit dibandingkan kelompok usia 18-25 tahun, partisipasi mereka dalam dalam pembuatan usaha makanan dan minuman di daya tarik wisata kabupaten barru. Selanjutnya, kelompok usia 36-45 tahun terdiri dari 15 responden, yang mewakili 14.71% dari total sampel dan usia 46-55 tahun mencatat 3 responden, atau sekitar 2.94% dari total. Partisipasi usia ini cukup rendah, namun tetap memberikan nilai tambah untuk memahami pandangan dari rentang usia yang lebih tua. Terakhir, kelompok usia di atas 55 tahun hanya mencatat 2 responden, atau sekitar 1.96% dari total.

Tabel 1. Profil Responden

No	Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	18-25	76	74,51 %
2	26-35	6	5,88 %
3	36-45	15	14,71 %
4	46-55	3	2,94 %
5	>55	2	1,96 %
Total		102	

Sumber: Peneliti, 2024

Tabel 1. distribusi usia responden menunjukkan dominasi kelompok usia muda dalam industri ini, tetapi juga menyoroti pentingnya keterlibatan dari berbagai kelompok usia untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika usaha makanan dan minuman di kawasan wisata tersebut.

2. Jenis Kelamin Responden

Distribusi jenis kelamin dari total 102 responden, 52.0% adalah laki-laki, sementara 48.0% adalah perempuan. Keseimbangan ini menunjukkan partisipasi yang merata antara kedua jenis kelamin dalam kegiatan usaha di sector pariwisata.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki – Laki	53 Orang	52 %
Perempuan	49 Orang	48 %
Total	102	100 %

Sumber: Peneliti, 2024

Data tabel 2 diperlukan untuk memahami peran gender dalam berwirausaha di Kabupaten Barru, serta memastikan bahwa analisis dan rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini mencerminkan perspektif dan pengalaman dari kedua kelompok gender.

3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis Status Responden

Tabel 3. Status Responden

		Status Responden			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pengelola Makanan dan Minuman	34	27.3	27.3	27.3
	Pengunjung (Wisatawan)	68	72.7	72.7	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Peneliti, 2024

Data tabel 3 diperoleh dari SPSS menunjukkan distribusi status responden dalam penelitian ini. Dari 102 responden yang valid, 34 orang atau 27.3% adalah pengelola makanan dan minuman, sedangkan 68 orang atau 72.7% merupakan pengunjung atau wisatawan. Persentase yang signifikan dari wisatawan dalam data ini (72.7%) memberikan pandangan dominan dari perspektif konsumen mengenai daya tarik wisata. Ini menunjukkan bahwa banyak informasi yang diperoleh berkaitan dengan pengalaman, kepuasan, dan preferensi wisatawan terhadap usaha makanan dan minuman yang ada. Di sisi lain, 27.3% pengelola makanan dan minuman memberikan wawasan langsung tentang operasional, tantangan, dan strategi bisnis yang mereka terapkan untuk menarik dan melayani wisatawan. Data ini tidak memiliki missing values, yang memastikan keakuratan dan keandalan analisis lebih lanjut, memungkinkan kita untuk memahami secara mendalam peran penting usaha makanan dan minuman dalam mendukung daya tarik wisata di wilayah yang diteliti.

Analisis Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4. Frekuensi Tingkat Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	6	6.8	6.8	6.8
	Pegawai Swasta	11	1.1	1.1	8.0
	Pelajar	54	65.9	65.9	73.9
	Wirausaha	31	26.1	26.1	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Peneliti, 2024

Data tabel 4 diperoleh dari SPSS mengenai pekerjaan responden menunjukkan bahwa dari 102 responden yang valid, mayoritas besar (65.9%) adalah pelajar. Hal ini menandakan bahwa sektor terkait, seperti pariwisata atau pendidikan, menarik banyak minat dari kalangan muda yang masih menempuh pendidikan. Sebanyak 26.1% responden merupakan wirausaha, yang menunjukkan bahwa ada bagian signifikan dari responden yang sudah aktif berwirausaha dan berkontribusi langsung pada sektor ekonomi. Sebaliknya, hanya 1.1% responden yang bekerja sebagai pegawai swasta, menandakan keterlibatan yang minim dari sektor ini dalam usaha yang sedang diteliti. Kategori "Lainnya" mencakup 6.8% responden, yang mungkin mencakup berbagai pekerjaan yang tidak terklasifikasi dalam opsi yang disediakan. Distribusi pekerjaan ini menunjukkan bahwa selain pelajar, ada juga minat yang cukup besar dari kalangan wirausaha dalam mendukung daya tarik wisata atau sektor terkait. Hal ini mencerminkan keragaman sumber daya manusia yang terlibat dalam sektor ini, serta potensi besar dari generasi muda dan wirausaha dalam mengembangkan industri terkait.

4. Analisis Regresi Linier

Hasil Analisis Regresi

Tabel 5. Analisis Regresi

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.922	2.642		1.863	.065	
	x1	.219	.056	.238	3.888	.000	
	x2	.050	.055	.060	.901	.000	
	x3	.648	.061	.685	10.613	.000	

a. Dependent Variable: y

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 6, maka menghasilkan model hubungan antar variabel dalam bentuk persamaan regresi linear. Persamaan ini menggambarkan bagaimana variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh variabel independen (X1, X2, dan X3). Berikut adalah penjelasan dan penyusunan persamaan regresi berdasarkan data yang diberikan:

Model Regresi Linear Persamaan umum regresi linear adalah:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (daya tarik wisata)

a = Konstanta (intersep)

b1 = Koefisien regresi untuk variabel independen X1 (motivasi berwirausaha)

b2 = Koefisien regresi untuk variabel independen X2 (minat berwirausaha)

b3 = Koefisien regresi untuk variabel independen X3 (kesiapan berwirausaha)

e = Error (sisa atau residual)

Berdasarkan hasil regresi yang diberikan yaitu Konstanta (a): 4.922, Koefisien X1 (motivasi berwirausaha): 0.219, Koefisien X2 (minat berwirausaha): 0.055, Koefisien X3 (kesiapan berwirausaha): 0.648. Persamaan Regresi dengan memasukkan nilai-nilai koefisien ke dalam persamaan umum, akan mendapatkan:

$$Y = 4,922 + 0,219.X1 + 0,055.X2 + 0,648.X3 + e$$

Di mana Konstanta (a = 4.922), ketika semua variabel independen (X1, X2, X3) adalah nol, nilai daya tarik wisata (Y) diprediksi menjadi 4.922. Ini adalah nilai dasar dari daya tarik wisata tanpa pengaruh dari motivasi, minat, dan kesiapan berwirausaha.

Koefisien X1 (b1 = 0.219), bahwa setiap peningkatan satu unit dalam motivasi berwirausaha (X1) akan meningkatkan daya tarik wisata (Y) sebesar 0.219 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Koefisien ini signifikan (Sig. = 0.000), menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya tarik wisata.

Koefisien X2 (b2 = 0.055), bahwa setiap peningkatan satu unit dalam minat berwirausaha (X2) akan meningkatkan daya tarik wisata (Y) sebesar 0.055 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Namun, berdasarkan nilai signifikan (Sig. = 0.000), pengaruh X2 signifikan pada tingkat kepercayaan 5%.

Koefisien X3 (b3 = 0.648), bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kesiapan berwirausaha (X3) akan meningkatkan daya tarik wisata (Y) sebesar 0.648 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Koefisien ini sangat signifikan (Sig. = 0.000), menunjukkan bahwa kesiapan berwirausaha memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap daya tarik wisata.

Dengan demikian, variable Independen X1, X2, dan X3 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dependen y (P – Value < 0,05). Variabel Independen X3 memiliki pengaruh terbesar terhadap y dibandingkan dengan x1 dan x2 karena memiliki nilai Beta standardized coefficient tertinggi (0,685). Model ini dapat digunakan untuk memprediksi daya tarik wisata berdasarkan motivasi, minat, dan kesiapan berwirausaha masyarakat.

5. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.750	.743	2.634
a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2				

Sumber: Peneliti, 2024

Koefisien Korelasi Multiple (R)

Koefisien nilai Nilai R sebesar 0.866 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (kesiapan, motivasi, dan minat berwirausaha) dengan variabel dependen (daya tarik wisata). Nilai ini menunjukkan bahwa perubahan pada variabel independen secara signifikan terkait dengan perubahan pada variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R Square)

Nilai R sebesar 0.866 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (kesiapan, motivasi, dan minat berwirausaha) dengan variabel

dependen (daya tarik wisata). Nilai ini menunjukkan bahwa perubahan pada variabel independen secara signifikan terkait dengan perubahan pada variabel dependen.

Adjusted R Square

Adjusted R Square sebesar 0.743 memberikan penyesuaian terhadap jumlah prediktor yang digunakan dalam model. Nilai ini menunjukkan bahwa setelah penyesuaian untuk jumlah variabel independen, sekitar 74.3% dari variasi dalam daya tarik wisata masih dapat dijelaskan oleh model. Ini mengindikasikan bahwa model tetap kuat dan efektif meskipun disesuaikan dengan jumlah prediktor.

Standard Error of the Estimate

Standar Error of the Estimate sebesar 2.634 menunjukkan rata-rata perbedaan antara nilai yang diamati dan nilai yang diprediksi oleh model. Semakin kecil nilai standar error, semakin baik model dalam memprediksi nilai variabel dependen. Nilai 2.634 menunjukkan bahwa prediksi model cukup akurat, meskipun masih ada sedikit kesalahan.

Berdasarkan analisis regresi diatas terkait tentang model summary maka Uji "Model Summary" menunjukkan bahwa model regresi linear yang digunakan memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan variabilitas daya tarik wisata berdasarkan kesiapan, motivasi, dan minat berwirausaha. Nilai R yang tinggi menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel-variabel tersebut, sementara nilai R Square yang tinggi mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan sebagian besar variabilitas dalam daya tarik wisata. Adjusted R Square yang tinggi juga menegaskan kekuatan model meskipun disesuaikan dengan jumlah prediktor. Dengan standar error yang relatif kecil, model ini menunjukkan prediksi yang cukup akurat terhadap variabel dependen.

6. Uji Hipotesis

Tabel 8 Uji Simultan dengan F-Test (Anova)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2044.686	3	681.562	98.209	.000 ^b
	Residual	680.108	98	6.940		
	Total	2724.794	101			
a. Dependent Variable: y						
b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2						

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan data dari uji SPSS ANOVA (Analysis of Variance) dalam konteks regresi linier digunakan untuk menguji signifikansi model regresi secara keseluruhan. Dalam tabel ANOVA yakni pengujian simultan menggunakan F-test dilakukan untuk menentukan apakah ada hubungan linear yang signifikan antara variabel dependen Y dan sekumpulan variabel independent X1, X2, X3

Sum of Squares (Jumlah Kuadrat)

Regression: 2044.686, Ini adalah jumlah kuadrat dari deviasi prediksi regresi dari rata-rata respon. Ini mengukur variasi yang dijelaskan oleh model regresi. Residual: 680.108

ini adalah jumlah kuadrat dari deviasi nilai aktual dari prediksi regresi. Ini mengukur variasi yang tidak dijelaskan oleh model regresi.

Total: 2724.794 Ini adalah total variasi dalam data, dihitung sebagai jumlah kuadrat dari deviasi nilai aktual dari rata-rata respon.

df (Degree of Freedom atau Derajat Kebebasan)

Regression: 3 Ini adalah jumlah variabel independen dalam model (x_1, x_2, x_3), ditambah satu untuk konstanta, jadi $k=3$

Residual: 98 Ini adalah jumlah observasi dikurangi jumlah parameter yang diestimasi (termasuk intercept), yaitu $n-k-1=102-3-1=98$

Total: 101 ini adalah total jumlah observasi dikurangi satu, yaitu $n-1=102-1=101$

a. Mean Square

Regression: 681.562 Ini adalah jumlah kuadrat regresi dibagi dengan derajat

kebebasan regresi, yaitu $\frac{2044,686}{3}$

Residual: 6.940

Ini adalah jumlah kuadrat residual dibagi dengan derajat kebebasan residual, yaitu

$\frac{680,108}{98}$

b. F (F-Statistic)

Ini adalah statistik uji F, dihitung sebagai rasio Mean Square Regression terhadap Mean Square Residual, yaitu $\frac{681,562}{6,940}$ Statistik F digunakan untuk menguji hipotesis nol bahwa

semua koefisien regresi (kecuali intercept) adalah nol secara simultan.

c. Sig (P-Value)

Ini adalah p-value yang terkait dengan statistik uji F. P-value menunjukkan probabilitas mendapatkan nilai F sebesar ini atau lebih ekstrem jika hipotesis nol benar. Dalam kasus ini, p-value (.000) jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05, yang berarti kita menolak hipotesis nol dan menyimpulkan bahwa model regresi secara keseluruhan adalah signifikan. Dengan demikian, bahwa Nilai F yang tinggi (98.209) dan p-value yang sangat rendah (.000) menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan adalah signifikan. Artinya, ada hubungan linear yang signifikan antara variabel dependen

Pembahasan

Signifikansi Model untuk wisata dapat merujuk berdasarkan hasil temuan bahwa usaha makanan dan minuman berperan penting dalam menentukan daya tarik wisata. Model ini menunjukkan bahwa berbagai aspek usaha makanan dan minuman, seperti kualitas, keragaman, dan promosi, secara signifikan mempengaruhi daya tarik wisata di Kabupaten Barru. Bagi pengelola destinasi wisata dan pelaku usaha makanan dan minuman, hasil ini menggarisbawahi pentingnya memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan daya tarik wisata (Rinaldi et al., 2022). Misalnya, menurut (Setiawan et al., 2023) peningkatan kualitas kuliner, penyajian yang unik, dan promosi yang efektif dapat membuat destinasi wisata lebih menarik bagi pengunjung.

Saran untuk Kabupaten Barru, ini bisa berarti memperkuat kerjasama antara pelaku usaha makanan dan minuman dengan pemerintah daerah untuk menciptakan paket wisata yang menarik. Pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dapat menggunakan hasil ini untuk merencanakan strategi pengembangan pariwisata yang melibatkan promosi kuliner lokal. (Syahrial Manaf & Ridwan, 2024) mengemukakan bahwa pengembangan ekonomi kreatif lokal seperti UMKM pentingnya kolaborasi, inovasi, partisipasi komunitas antara pemerintah dan pelaku usaha. Selain kolaborasi, temuan terdahulu menyarankan penyelenggaraan festival makanan (Maranisy, 2021),

pemasaran kuliner lokal (Smith & Costello, 2009; Zaenal et al., 2024), dan pelatihan untuk meningkatkan kualitas layanan makanan dan minuman (Topole et al., 2021). Meskipun model menunjukkan signifikansi, penting untuk mempertimbangkan faktor lain yang mungkin mempengaruhi daya tarik wisata, seperti faktor budaya, alam, dan infrastruktur. Analisis lebih mendalam mengenai kontribusi masing-masing variabel dalam model dan pengujian model dengan data tambahan dapat memberikan wawasan lebih lanjut.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan data yang mungkin tidak sepenuhnya mencakup semua aspek terkait motivasi, minat, dan kesiapan berwirausaha di Kabupaten Barru, serta variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi daya tarik wisata yang tidak teridentifikasi dalam model ini. Selain itu, data yang digunakan mungkin belum sepenuhnya representatif dari seluruh populasi masyarakat yang berwirausaha di daerah tersebut. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan data yang lebih komprehensif dan memperluas cakupan variabel yang dianalisis, termasuk faktor eksternal seperti kualitas pelayanan, promosi wisata, dan pengalaman wisatawan. Penelitian mendalam dengan metode survei dan wawancara langsung dapat memberikan wawasan yang lebih lengkap mengenai kontribusi berbagai faktor terhadap daya tarik wisata, serta membantu merumuskan strategi yang lebih efektif untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Barru.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kesiapan berwirausaha, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha secara signifikan mempengaruhi daya tarik wisata di Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan. Kesiapan berwirausaha memiliki dampak paling signifikan, menunjukkan bahwa masyarakat yang lebih siap berwirausaha dapat lebih efektif dalam meningkatkan daya tarik wisata. Motivasi juga berperan penting dalam mendorong keterlibatan masyarakat dalam usaha-usaha yang mendukung pariwisata, sementara minat saja tidak cukup tanpa dukungan dan pelatihan. Model regresi yang dihasilkan menunjukkan kekuatan prediktif yang tinggi dengan 75% variasi dalam daya tarik wisata dapat dijelaskan oleh variabel-variabel ini, dan model tersebut signifikan secara statistik. Untuk memajukan daya tarik wisata di Kabupaten Barru, disarankan untuk meningkatkan kesiapan berwirausaha melalui pelatihan praktis, mendorong motivasi dengan insentif dan sosialisasi, memperbaiki infrastruktur dan fasilitas wisata, serta memperkuat kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta. Selain itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi daya tarik wisata dan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan manfaat ekonomi dan sosial pariwisata bagi masyarakat setempat dan mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata dalam Situasi Pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 22–31. <https://doi.org/10.31294/PAR.V8I1.9809>
- Arumsari, I. P., & Yosintha, R. (2021). The Impact of COVID-19 on Souvenir Industry in Marine Tourism Areas in Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15(1). <https://doi.org/10.47608/jki.v15i12021.16-24>
- Basuki, A. T. (2016). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews. In *Rajawali Per*.

- Eppang, B. M., Puad, A., Som, M., Azinuddin, M., Rijal, S., & Ridwan, M. (2021). The Impacts of the Covid-19 Pandemic on the Tourism Economy in South Sulawesi, Indonesia. In *PSYCHOLOGY AND EDUCATION* (Vol. 58, Issue 2).
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2021). The impact of COVID-19 epidemic on development of micro, small and medium enterprises policy in East Kalimantan government. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 9(2). <https://doi.org/10.22437/ppd.v9i2.10805>
- Gumel, B. I., & Bin Bardai, B. (2023). A Review of Critical Success Factors Influencing the Success of SMEs. *SEISENSE Business Review*, 3(1). <https://doi.org/10.33215/sbr.v3i1.906>
- IBM. (2016). IBM SPSS Advanced Statistics 24. *Ibm*.
- Islahuddin, Eppang, B. M., Muhammad Salim, M. A., Darmayasa, & Masatip, A. (2022). *INOVASI, ADAPTASI, DAN KOLABORASI PENGEMBANGAN WISATA BAHARI BERBASIS INOVASI, ADAPTASI, DAN KOLABORASI DI DESTINASI SUPER PRIORITAS INDONESIA PADA MASA PANDEMI COVID-19* (1st ed., Vol. 1). CV Amerta Media.
- Kaur, H., Kaur, M., & Singh, Dr. R. (2021). Rural digital marketing: A post COVID-19 Scenario. *International Journal of Applied Research*, 7(6S). <https://doi.org/10.22271/allresearch.2021.v7.i6sa.8726>
- Lubis, R. S. (2021). Pengaruh Modal Sosial, Human Capital, dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kesuksesan UMKM di Kota Medan. In *Repository UIN Sumatera Utara* (Vol. 5, Issue 3).
- Maranisya, U. M. (2021). The The Role of Stakeholders on Successful of Tourism Event Rendang Journey Culinary Event in Indonesia. *TRJ Tourism Research Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.30647/trj.v5i2.124>
- Maulana, A., & Koesfardani, C. F. P. P. (2021). Pola Musiman Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Bali. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2). <https://doi.org/10.47608/jki.v14i22020.73-90>
- Noor, Y. M., Hong, L. M., binti Ibrahim-Zakaria, A. N., Mud, N. N. B. N., & Yunoh, M. N. M. (2019). The factors influencing Small Medium Enterprise (SMEs) success in Kelantan. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 6(3).
- Nuzululita, L., Purba, N. A. U., Prasetya, K., & Amelinda, A. D. (2020). Pengaruh Brand “Wonderful Indonesia” dalam Pembangunan Industri Pariwisata Indonesia. *Student Journal of Public Management 2019*.
- Rachmawati, A. (2022). Economic Recovery Strategy in the Tourism Sector in the New Normal Era of DKI Jakarta. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v4i1.53>
- Rinaldi, C., Cavicchi, A., & Robinson, R. N. S. (2022). University contributions to co-creating sustainable tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(9). <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1797056>
- Sari, N. P., & Supiandi, S. (2023). Exploring the role of the digital economy in supporting the growth of the halal Small and Medium-sized Enterprise (SME) sector. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(Special-Issue-2).
- Setiawan, S. (2020). Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana Dengan SPSS Versi 24. In *Statistik*.
- Setiawan, H., Hamid, A., Bustan, J., & Ummasyroh. (2023). Tourist Loyalty Model Visiting Culinary Tourism Destinations. *International Journal of Social Science and Business*, 7(4). <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i4.51516>
- Simanjuntak, T. R. (2020). Efektivitas Nation Branding “Wonderful Indonesia” Sebagai Sebuah Strategi Dalam Hubungan Diplomasi Pemerintah Indonesia Tahun 2011-2018. *Jurnal Cakrawala*, 8(1).

- Siswoyo, E. (2021). Analysis of The Impact of Covid 19 Pandemic on Halal Industry in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) and Economic Growth in Indonesia. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.30>
- Smith, S., & Costello, C. (2009). Culinary tourism: Satisfaction with a culinary event utilizing importance-performance grid analysis. *Journal of Vacation Marketing*, 15(2). <https://doi.org/10.1177/1356766708100818>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*.
- Syahrial Manaf, & Ridwan, M. (2024). Towards A Governance Model for A Creative Economy Based on Collaboration: A Study of the Responsibilities of Various Stakeholders. *2024: International Hybrid Conference on Revitalizing Global Economy for Sustainable National Development (IHCRGESND)*, Nigeria, 268–277.
- Topole, M., Pipan, P., Gašperič, P., Geršič, M., & Kumer, P. (2021). Culinary events in the slovenian countryside: Visitors' motives, satisfaction, and views on sustainability. *Acta Geographica Slovenica*, 61(1). <https://doi.org/10.3986/AGS.7617>
- Widokarti, J. R. (2022). THE GOVERNMENT'S STRATEGY FOR RESTORING INDONESIA'S TOURISM POST-COVID 19. *CosmoGov*, 7(2). <https://doi.org/10.24198/cosmogov.v7i2.33357>
- Xu, J. (2022). Factors Influencing the Success of SMEs: Evidence from German Mittelstands. *Proceedings of the 2022 7th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSSED 2022)*, 652. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220405.341>
- Zaenal, F. A., Hasan, L. D., & Anas, M. (2024). Menuju "Makassar Kota Makan Enak": Analisis Word of Mouth, Citra Destinasi dan Kuliner. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 7(2). <https://doi.org/10.20961/shes.v7i2.84748>