

EFEKTIVITAS PEMANFAATAN JALUR LINTAS SELATAN (JLS) SEBAGAI STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PANTAI MOLANG KABUPATEN TULUNGAGUNG

Elvinda Novrianti^{1)*}

Eri Widiyanto²⁾

Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

*Corresponding Author:

elvindanovrianti@gmail.com¹⁾

eri.widiyanto@polinema.ac.id²⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pemanfaatan Jalur Lintas Selatan (JLS) sebagai strategi promosi pariwisata Pantai Molang Kabupaten Tulungagung serta mengetahui pengaruh aksesibilitas serta efektivitas promosi terhadap minat kunjungan wisatawan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Pantai Molang dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Cochran dan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F serta koefisien determinasi dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Secara simultan aksesibilitas serta efektivitas promosi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke Pantai Molang. Pemanfaatan Jalur Lintas Selatan (JLS) terbukti mendukung peningkatan visibilitas destinasi wisata melalui kemudahan akses, informasi destinasi dan promosi digital. Penelitian ini merekomendasikan optimalisasi pemanfaatan Jalur Lintas Selatan (JLS) sebagai media promosi pariwisata berbasis infrastruktur melalui penambahan informasi wisata, petunjuk arah serta penguatan promosi digital.

Kata Kunci: aksesibilitas, efektivitas promosi, jalur lintas selatan (jls), minat kunjungan wisatawan, pantai molang

Abstract

This study aims to analyze the effectiveness of utilizing the Southern Cross Route (JLS) as a tourism promotion strategy for Molang Beach in Tulungagung Regency and to determine the influence of accessibility and promotional effectiveness on tourists' interest in visiting. The study employs a quantitative approach using explanatory research. The population in this study consists of tourists visiting Molang Beach, with a sample size of 100 respondents determined using Cochran's formula and accidental sampling. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires. Data analysis involved validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination using SPSS software. The results of the study indicate that accessibility has a positive and significant effect on tourists' interest in visiting. Simultaneously, accessibility and promotional effectiveness have a significant effect on tourists' interest in visiting Molang Beach. The utilization of the Southern Cross Route (JLS) has been proven to support increased

visibility of the tourist destination through ease of access, destination information, and digital promotion. This study recommends optimizing the utilization of the Southern Cross Route (JLS) as an infrastructure-based tourism promotion medium through the addition of tourism information, directional signs, and the strengthening of digital promotion.

Keywords: *accessibility, promotional effectiveness, the southern cross route (jls), tourist interest, molang beach*

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor strategis yang mempunyai fungsi krusial untuk mendorong kemajuan perekonomian daerah lewat peningkatan pendapatan, membangun lapangan kerja, serta pengembangan potensi wilayah. Dalam pengembangan pariwisata, aksesibilitas menjadi faktor penting yang mempengaruhi kemudahan wisatawan dalam menjangkau suatu destinasi wisata. Infrastruktur jalan yang baik dapat meningkatkan konektivitas dan mendukung pertumbuhan sektor pariwisata.

Salah satu bentuk pengembangan infrastruktur di Jawa Timur adalah pembangunan JLS. Jalur ini tidak hanya memiliki fungsi sebagai sarana transportasi, namun memiliki potensi sebagai media promosi pariwisata karena mampu meningkatkan visibilitas destinasi wisata yang dilalui. Kabupaten Tulungagung memiliki berbagai destinasi wisata pantai yang berkembang, salah satunya adalah Pantai Molang yang berada di Kecamatan Pucanglaban.

Pantai molang mempunyai potensi wisata alam yang cukup besar, namun tingkat kunjungan wisatawan masih rendah dibandingkan beberapa pantai lain yang berada langsung di jalur utama JLS. Berdasarkan data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung, terjadi peningkatan jumlah kunjungan dari 14.618 wisatawan pada tahun 2024 menjadi 25.985 wisatawan pada tahun 2025, yang diduga dipengaruhi oleh keberadaan JLS yang mempermudah

akses menuju lokasi wisata tersebut. Namun demikian, efektivitas pemanfaatan JLS sebagai strategi promosi pariwisata belum diketahui secara pasti. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengaruh aksesibilitas dan efektivitas promosi berbasis JLS terhadap minat kunjungan wisatawan ke Pantai Molang yang berada di Kabupaten Tulungagung.

2. Kajian Pustaka

Berdasarkan pendapat (Ismayanti, 2020) pariwisata adalah serentetan aktivitas yang dilaksanakan oleh wisatawan yang secara langsung melibatkan masyarakat, sehingga dapat memberikan sejumlah pengaruh bagi warga sekitar. Dalam pengembangan sektor pariwisata aksesibilitas menjadi satu aspek penting yang mendukung kemudahan wisatawan untuk mencapai suatu destinasi wisata. Menurut Suwantoro (2004) dalam (Edo et al., 2022) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah sarana yang dapat mengaitkan wisatawan dan destinasi wisata, baik dalam bentuk alat transportasi maupun akses informasi. Aksesibilitas adalah satu faktor yang dapat mendorong pengembangan lintas sektoral serta lintas wilayah yang saling memiliki keterkaitan termasuk sektor pertanian, perkebunan, sosial, lingkungan, kebudayaan, perdagangan, industri, ekonomi, keamanan dan politik. Tanpa dikaitkan dengan jaringan transportasi akan sulit sebuah destinasi wisata memperoleh

kunjungan dari wisatawan.

Selain aksesibilitas, promosi juga memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata. Menurut (Kurnia et al., 2022) promosi adalah bagian dari komunikasi pemasaran, yakni kegiatan pemasaran dalam bentuk usaha membagikan informasi, memberikan pengaruh atau membujuk serta mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan serta produknya supaya mau untuk menerima, membeli serta loyal terhadap produk yang telah ditawarkan perusahaan. Dalam konteks pariwisata, promosi tidak hanya mempunyai tujuan untuk memperkenalkan produk wisata, tetapi juga untuk membentuk minat dan keputusan wisatawan dalam memilih suatu destinasi. Promosi pariwisata memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi mengenai keunggulan, daya tarik, serta kemudahan akses suatu destinasi wisata sehingga mampu mendorong wisatawan untuk berkunjung. Efektivitas promosi merupakan kemampuan suatu media promosi dalam meningkatkan kesadaran, ketertarikan dan tindakan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata. Pengukuran efektivitas promosi dapat menggunakan konsep AIDA yang meliputi *awareness*, *interest*, *desire* dan *action*.

Kemudahan akses dan promosi yang efektif akan mempengaruhi minat kunjungan wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Minat kunjungan wisatawan merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan kunjungan ke sebuah destinasi wisata. Berdasarkan pendapat (Faoziyah et al., 2022), minat kunjungan wisatawan meliputi minat eksploratif, preferensial, referensial, serta transaksional. Penelitian terdahulu membuktikan apabila aksesibilitas serta promosi memberikan dampak yang positif atas minat kunjungan wisatawan.

Berdasarkan uraian tersebut, JLS

bukan saja memiliki fungsi menjadi infrastruktur transportasi, melainkan juga berpotensi menjadi media promosi wisata karena mampu meningkatkan kemudahan akses serta memperluas informasi mengenai destinasi wisata. Namun, penelitian mengenai pemanfaatan JLS sebagai strategi promosi pariwisata masih terbatas, khususnya pada destinasi wisata Pantai Molang Kabupaten Tulungagung. Sehingga demikian, dalam penelitian ini dilakukan demi menganalisis pengaruh aksesibilitas serta efektivitas promosi pada minat kunjungan wisatawan di Pantai Molang.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dan jenis *explanatory research*. Lokasi penelitian dilakukan di Pantai Molang, Kecamatan Pucanglaban, Kabupaten Tulungagung. Populasi penelitian adalah seluruh wisatawan Pantai Molang. Penentuan jumlah sampel menerapkan rumus Cochran dengan hasil sejumlah 96 partisipan yang selanjutnya dibulatkan 100 partisipan.

Teknik pengambilan sampel menerapkan *accidental sampling*. Perolehan data dilaksanakan dengan pembagian kuesioner kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Molang. Variabel penelitian terdiri dari aksesibilitas (X1), efektivitas promosi (X2) dan minat kunjungan wisatawan (Y). Analisis data dilaksanakan melalui uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, koefisien determinasi menurut (Sugiyono, 2023) dan uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas menurut (Ghozali, 2021) yang selanjutnya dianalisis dengan program SPSS.

4. Hasil dan Pembahasan

Pantai Molang yaitu satu dari beberapa destinasi wisata alam berupa

pantai yang terletak di Kecamatan Pucanglaban, Kabupaten Tulungagung. Pantai ini memiliki daya tarik berupa panorama alam pesisir selatan, hamparan laut, serta kondisi alam yang masih alami. Seiring dengan pembangunan JLS, akses menuju Pantai Molang menjadi lebih mudah dijangkau oleh wisatawan. Selain berfungsi sebagai jalur transportasi JLS juga mendukung peningkatan visibilitas destinasi wisata melalui kemudahan akses dan promosi digital.

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Pantai Molang

| No. | Jumlah Kunjungan Wisatawan | Tahun |
|-----|----------------------------|-------|
| 1. | 10.739 | 2022 |
| 2. | 4.019 | 2023 |
| 3. | 14.618 | 2024 |
| 4. | 25.985 | 2025 |
| 5. | 6.447 (per maret) | 2026 |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung (2026)

Berdasarkan Tabel 1, jumlah kunjungan wisatawan Pantai Molang mengalami fluktuasi dari tahun 2022 hingga 2026. Pada tahun 2023 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan menjadi 4.019 pengunjung dibandingkan tahun 2022 sebanyak 10.739 pengunjung. Namun, pada tahun 2024 jumlah kunjungan mulai meningkat menjadi 14.618 wisatawan dan kembali mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2025 menjadi 25.985 wisatawan. Sementara itu, hingga maret 2026 jumlah kunjungan wisatawan telah mencapai 6.447 pengunjung.

Peningkatan jumlah kunjungan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan JLS serta semakin berkembangnya promosi wisata diduga memberikan dampak yang positif terhadap minat kunjungan wisatawan ke Pantai Molang. Kemudahan akses menuju lokasi wisata

serta penyebaran informasi melalui media promosi menjadi faktor yang mendukung meningkatnya ketertarikan wisatawan untuk berkunjung.

Mayoritas responden didalam penelitian ini berada pada rentang usia 21 sampai dengan 25 tahun dengan presentase sebesar 51%, diikuti usai 15 – 20 tahun sebesar 38%. Selain itu, responden penelitian didominasi oleh perempuan sebesar 76%, sedangkan laki-laki sebesar 24%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan usia produktif memiliki ketertarikan yang cukup tinggi terhadap wisata Pantai Molang serta lebih aktif dalam mencari informasi dan mengunjungi destinasi wisata melalui media promosi digital.

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel

| Variabel | Mean | Kategori |
|-------------------------------|------|----------|
| Aksesibilitas (X1) | 3,92 | Baik |
| Efektivitas Promosi (X2) | 4,16 | Baik |
| Minat Kunjungan Wisatawan (Y) | 3,91 | Baik |

Sumber: Data diolah (2026)

Menurut Tabel 1, variabel aksesibilitas memperoleh nilai mean sebesar 3,92 yang mengindikasikan kategori baik. Temuan tersebut menunjukkan apabila kondisi akses menuju Pantai Molang dinilai cukup memadai oleh wisatawan, terutama dari aspek kelancaran perjalanan dan kemudahan navigasi digital. Variabel efektivitas promosi memperoleh nilai mean sebesar 4,16 yang termasuk dalam kategori baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan mampu meningkatkan kesadaran dan ketertarikan wisatawan terhadap Pantai Molang. Sementara itu, variabel minat kunjungan wisatawan memperoleh skor mean senilai 3,91 yang mengindikasikan apabila wisatawan

mempunyai minat yang cukup tinggi dalam berkunjung ke Pantai Molang.

Sebelum dilaksanakan analisis regresi, data penelitian diuji dulu dengan uji asumsi klasik. Hasil uji mengindikasikan apabila data berdistribusi normal melalui skor signifikansi senilai $0,077 > 0,05$. Selain itu, tidak dijumpai gejala heteroskedastisitas ataupun multikolinieritas sehingga model regresi dinyatakan layak diterapkan pada penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Regresi Linier Berganda dan Uji t

| V | K | X1 | X2 |
|---------|--------|-------|-------|
| β | -0,467 | 0,185 | 0,787 |
| t | - | 2,267 | 9,089 |
| Sig. | - | 0,026 | 0,000 |

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,467 + 0,185X_1 + 0,787X_2 + e$$

Hasil uji t mengindikasikan apabila variabel aksesibilitas mempunyai skor signifikansi sebesar $0,026 < 0,05$ sehingga aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan kepada minat kunjungan wisatawan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses melalui Jalur JLS, kondisi yang baik, serta kemudahan navigasi menuju lokasi wisata mampu menaikkan minat wisatawan dalam mengunjungi Pantai Molang. Variabel efektivitas promosi juga memberikan pengaruh signifikan positif pada minat kunjungan wisatawan melalui skor signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan tersebut mengindikasikan apabila promosi yang dilakukan melalui media sosial, informasi digital dan visualisasi destinasi wisata mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap Pantai Molang. Berdasarkan nilai koefisien regresi, efektivitas promosi memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan aksesibilitas terhadap

minat kunjungan wisatawan.

Tabel 4. Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi

| Keterangan | Nilai |
|-------------------|--------|
| F hitung | 95,822 |
| Sig. | 0,000 |
| R Square | 0,664 |
| Adjusted R Square | 0,657 |

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji F membuktikan skor signifikansi senilai $0,000 < 0,05$, maknanya aksesibilitas serta efektivitas promosi secara simultan mampu memberikan pengaruh signifikan atas minat kunjungan wisatawan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kombinasi antara kemudahan akses serta promosi yang efektif mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Molang. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,664 menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas dan efektivitas promosi mampu menjelaskan minat kunjungan wisatawan sebesar 66%, sedangkan sisanya sebesar 34% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Penelitian ini juga menghasilkan media promosi digital berupa video singkat yang dipublikasikan melalui media sosial Tiktok. Menurut (Helmy et al., n.d.) dalam bukunya *Menjelajahi Destinasi Virtual: Virtual Reality* untuk Pariwisata bawasannya pada era digital saat ini, media sosial dan strategi pemasaran digital telah menjadi bagian penting dari pengembangan sektor pariwisata. Peran keduanya sangat signifikan dalam membentuk persepsi, meningkatkan visibilitas destinasi, serta menjangkau pasar wisatawan yang lebih luas dan beragam. Informasi mengenai tempat wisata kini dapat tersebar luas hanya melalui satu unggahan di *platform* media sosial termasuk Instagram serta Tiktok. Selain itu media sosial berperan

menjadi alat inspirasi dan validasi. Banyak destinasi yang menjadi viral dan naik daun karena konten digital yang tersebar luas.



Gambar 1. Publikasi Video Promosi Melalui Media Sosial Tiktok
Sumber: Data Sekunder (2026)

Video yang telah diunggah pada media sosial Tiktok menampilkan kondisi JLS, panorama Pantai Molang serta informasi visual yang menarik mengenai destinasi wisata. Konten promosi dibuat secara singkat dan informatif dengan menonjolkan kemudahan akses menuju lokasi wisata serta daya tarik alam Pantai Molang. Publikasi video melalui tiktok bertujuan untuk meningkatkan *awareness* dan ketertarikan wisatawan terhadap Pantai Molang, khususnya pada kalangan usia produktif yang aktif menggunakan media sosial.

Berdasarkan tampilan unggahan, video promosi memperoleh respon positif dari pengguna media sosial yang ditunjukkan melalui jumlah penonton, tanda suka, komentar dan interaksi pengguna lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan untuk sarana promosi digital yang efektif untuk memperkenalkan destinasi wisata

kepada masyarakat luas. Selain berfungsi sebagai media informasi, video promosi tersebut juga mendukung hasil penelitian yang mengindikasikan apabila efektivitas promosi memberikan pengaruh signifikan kepada minat kunjungan wisatawan. Visualisasi JLS dan panorama Pantai Molang mampu memberikan gambaran nyata mengenai aksesibilitas dan daya tarik wisata sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan untuk datang berkunjung.

5. Simpulan dan Saran

Menurut hasil dari penelitian diperoleh kesimpulan apabila aksesibilitas serta efektivitas promosi mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan kepada minat kunjungan wisatawan ke Pantai Molang Kabupaten Tulungagung. Pemanfaatan JLS terbukti mendukung peningkatan aksesibilitas dan efektivitas promosi destinasi wisata. Ketika aksesibilitas serta promosi yang diterapkan semakin baik, maka semakin tinggi minat kunjungan wisatawan. Saran yang dapat diberikan yaitu pemerintah daerah dan pengelola wisata perlu mengoptimalkan pemanfaatan JLS sebagai media promosi pariwisata melalui pemasangan petunjuk arah, papan informasi wisata serta penguatan promosi digital melalui media sosial. Bagi riset berikutnya, diharap mampu memperbanyak variabel lain meliputi fasilitas, kualitas pelayanan serta daya tarik destinasi agar hasil penelitian lebih komprehensif.

Daftar Rujukan

Edo, H., Fanggidae, R. E., Maak, C. S., Amtiran, P. Y., & Manajemen, P. (2022). Development Analysis Of Facilities And Accessibility of The Mengeruda Hot Springs Soa District Ngada Regency. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 10(1), 1389–1405.

- Faoziyah, F., Setiadi, R., Sucipto, H., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U. M., Setiabudi, K., Brebes, J., & Tengah, I. (2022). Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4801–4810.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*.
- Helmy, A., Nirwana, K. E., Amanda, T. E., Widiyanto, E., & Wirajuna, B. (n.d.). *MENJELAJAHI DESTINASI VIRTUAL: VIRTUAL REALITY UNTUK PARIWISATA*.
- Ismayanti. (2020). *Dasar-Dasar Pariwisata (Sebuah Pengantar)*. 1–184.
[http://repository.usahid.ac.id/322/1/Draf Buku Dasar-dasar Pariwisata - Ismayanti %281%29.pdf](http://repository.usahid.ac.id/322/1/Draf%20Buku%20Dasar-dasar%20Pariwisata%20-%20Ismayanti%20%281%29.pdf)
- Kurnia, E., Daulay, R., & Aisha, N. (2022). Analisis Efektivitas Promosi Media Sosial dengan Menggunakan Metode Epic Model dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk di Kota Medan. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 273–281.
<https://doi.org/10.59086/jam.v1i2.139>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.