

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata ialah serangkaian aktivitas yang dilaksanakan baik pemerintah, dunia usaha/swasta saat melakukan persiapan, penataan, pengaturan, pengelolaan, serta pelayanan kepada keperluan manusia yang melaksanakan tour wisata guna menikmati daya tarik wisata. potensi pariwisata yang dimiliki Indonesia sangatlah besar yang menjadikan sebagai daya tarik wisatawan Domestik maupun Mancanegara. Kontribusi sektor pariwisata bagisuatu daerah memberi dampak yang besar untuk seluruh pihak di industri pariwisata dalam melakukan pengelolaan pariwisata dengan profesional.

Indonesia merupakan suatu negara kepulauan yang memiliki berbagai keindahan didalamnya. Berdasarkan data Direktorat Jendral Pemerintahan Umum Kementrian Dalam Negeri yang dipublikasikan Badan Pusat Statistik, bahwa Indonesia memiliki 16.766 pulau yang tersebar di 32 provinsi. Provinsi dengan pulau terbanyak ialah Papua barat dengan jumlah 4.514 pulau.Keindahan dan keberagaman inilah yang membuat wisatawan domestik ataupun mancanegara tak hentihentinya mencari potensi keindahan Indonesia. Setiap pulau di Indonesia memiliki ciri khas tempat wisata dengan keunikannya masing-masing,bergantung pada kondisi geografi dan budaya dari daerah tersebut.

Jawa Tengah ialah sebuah provinsi di Nusantara yang mempunyai banyak potensi objek wisata. Hal tersebut bisa diamati dari banyaknya wisata

yang ada dari wisata pantai, religi, bangunan kuno, candi, alam, museum. Untuk memacu antusiasme warga dalam berpariwisata, pemerintah JaTeng patut mempromosikannya. Kabupaten Jawa tengah mempunyai tagline Jateng Gayeng yang memperlihatkan masyarakat Jateng yang senantiasa berpegang teguh pada budaya di Jateng di tengah perubahan 2 zaman. Branding ini mengilustrasikan pula ramah tamah, bersama, serta melayani. Merah di tagline diartikan sebagai enegi, semangat, power serta pertumbuhan.

Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu kabupaten di Jawa tengah yang memiliki banyak potensi pariwisata, potensi wisata yang ada di Purbalingga meliputi wisata alam, wisata budaya, wisata religi dan wisata buatan. Jumlah wisatawan yang datang ke Purbalingga pada tahun 2019-2021 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Wisatawan Kabupaten Purbalingga tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah pengunjung
2019	3.279.292
2020	1.387.862
2021	1.068.495

Sumber : Dinas Pemuda, Olahraga & Pariwisata Kabupaten Purbalingga

Dari data tabel itu memperlihatkan jika jumlah wisatawan di Purbalingga cenderung menurun di setiap tahunnya, pada tahun 2020 jumlah wisatawan Purbalingga turun cukup drastis di bandingkan tahun lalu, hal itu dipicu pandemi covid-19 yang mengakibatkan lumpuhnya pariwisata di indonesia tidak terkecuali wisata di kabupaten Purbalingga. Namun pada tahun 2022 pariwisata di Indonesia sudah mulai bangkit kembali.

Salah Satu obyek wisata yang memberikan daya tarik di Purbalingga adalah obyek wisata D'Las Lembah Asri yang berada di Desa Wisata Serang Kecamatan Karangeja Kabupaten Purbalingga. D'Las merupakan Obyek wisata yang menyuguhkan daya tarik kepada wisatawan berupa Keindahan alam pemandangan yang sangat menarik di bawah lereng Gunung Slamet. Selain menawarkan keindahan alam yang begitu eksotis obyek wisata D'Las Juga memiliki beberapa wahana di dalam obyek wisata seperti : Kolam renang, Dinolaand, Taman Bunga, Taman Kelinci.

Keputusan berkunjung dapat dijadikan bahasan yang menarik untuk diteliti, keputusan berkunjung di dalam penelitian ini di adopsi dari keputusan pembelian, karena variabel dan dimensinya yang sama memungkinkan untuk menggunakan teori keputusan pembelian menjadi keputusan berkunjung. Menurut (Seiffman & Kanuk) (2008) dalam Sarmigi & Parasmala (2021) menyatakan keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen memilih dari beberapa alternatif untuk memutuskan pembelian. Artinya setiap orang bisa membuat keputusan, harus ada alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses bagaimana proses tersebut dilakukan. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Daya tarik suatu wisata merupakan salah satu potensi wisata yang dimiliki suatu destinasi wisata yang merupakan ikon untuk menarik keputusan berkunjung wisatawan. Daya tarik yang disuguhkan dalam obyek wisata D'Las Lembah Asri berupa keindahan alam yang sangat asri dibawah lereng Gunung slamet, disertai juga dengan berbagai wahana wisata seperti

Kolam renang, Dinolland, taman bunga, danau buatan, dan taman setrowbery. Daya tarik unggulan yang dimiliki obyek wisata D'Las adalah kebun setrowbery petik sendiri, yang menyediakan setrawbery segar yang dapat dipetik langsung dari kebunnya.

Namun dari berbagai daya tarik yang ditawarkan oleh obyek wisata D'Las tersebut diatas pengunjung harus melewati jalan yang menanjak cukup curam ketika akan berkunjung ke obyek wisata D'Las, kendaraan harus dengan kondisi yang prima agar dapat dengan aman menuju obyek wisata tersebut, tidak jarang kendaraan mogok di tengah jalan yang menanjak terutama ketika *weekend*. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Krisnayani Dkk (2021), Bulan Dkk (2021), Rokhayah Dkk (2021), Murtadho (2019) menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh anggraini Dkk (2019) yang menyatakan daya tarik wisata berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Selanjutnya Faktor Fasilitas juga sangat penting bagi industri Pariwisata. Fasilitas dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa merupakan faktor penting yang menentukan keputusan untuk berkunjung ke suatu obyek wisata. Fasilitas adalah penyediaan penyediaan kelengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan mereka terpenuhi (Sulistiana 2015) dalam salsa & Sudarusman (2021). Fasilitas pada obyek wisata yang dikemas secara menarik akan menjadikan daya tarik tersendiri bagi para pengunjungnya, selain itu kebersihan

dan keamanan fasilitas juga menjadikan nilai tambahan bagi para pengunjung untuk mengunjungi suatu obyek wisata.

Obyek wisata D'Las Lembah Asri menyediakan berbagai Fasilitas antara lain: Tempat parkir yang luas, spot foto, penginapan, wisata edukasi, warung wisata, gazebo, toilet dan kamar mandi, mushola. Namun dari berbagai fasilitas yang disediakan obyek wisata D'Las tersebut masih ada kekurangan fasilitas, yaitu tempat berteduh ketika hujan, apalagi di daerah Serang Purbalingga merupakan daerah yang memiliki curah hujan cukup tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Salsa & Sudarusman (2021), Suwastawa, dkk (2021), Sari (2020) dan Suryani & M. wahyu (2018), Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun berbeda Dengan penelitian yang di lakukan oleh Ardiansyah (2019) Yang menyatakan bahwa Variabel Fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Selanjutnya salah satu faktor penting untuk mengambil keputusan berkunjung di era sekarang ini adalah Media Sosial. Media sosial saat ini memiliki peranan penting untuk memperluas informasi ke publik. Media sosial juga sangat mudah untuk di jangkau kapanpun dan dimanapun oleh penggunanya. Menurut Rahmadayanti & Murtadlo, (2020) Media sosial merupakan media yang berfungsi untuk berkomunikasi dengan orang lain dilakukan melalui online orang dapat berineraksi tanpa batas ruang dan waktu. media sosial menjadi sarana yang tepat untuk mengembangkan sebuah obyek wisata. Dengan adanya media sosial masyarakat akan cepat mendapatkan

informasi terbaru setiap harinya. Magdalena (2019) mengungkapkan bahwa “media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa”. Pemanfaatan teknologi saat ini sangat berperan penting bagi industri pariwisata.

Beberapa akun-akun media sosial yang dimiliki oleh obyek wisata D’Las Lembah asri antarlain : Instagram @dlas_serang dan juga akun facebook @D’Las Lembas asri. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Krisnayani dkk (2021) , Putrianna, dkk (2021), Rizky & Soedarsono (2021), Prakoso & Marlina (2020), Magdalena (2019) bahwa media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan Berkunjung, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmadyanti & Murthado (2020), yang menyimpulkan bahwa efektivitas Media Sosial Berpengaruh Negatif dan tidak Signifikan Terhadap Keputusan Berkunjung.

Penelitian ini merupakan penelitian perkembangan dari Ni Komang Krisnayani dkk (2021) dengan judul “pengaruh Media sosial dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di pantai melastri, Bali”. Dengan hasil Media sosial dan Daya tarik berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah Lokasi penelitian dan menambahkan variabel fasilitas wisata, Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Elex sarmigi (2021) menyimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan latar belakang pada masalah di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil Judul Penelitian **“Pengaruh Daya tarik, Fasilitas, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Di wisata D’Las Lembah Asri”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan Penjelasan di atas Maka yang menjadi permasalahan pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Apakah Daya tarik, Fasilitas, Dan Media Sosial secara simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata D’Las?
2. Apakah Daya tarik Berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata D’Las?
3. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata D’Las?
4. Apakah Media Sosial Berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata D’Las?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan agar ruang lingkup peneliti tidak terlalu luas dan hanya fokus pada variabel yang ada, untuk menghindarkan dari kesalahan sehingga tidak ada penyimpangan dari pokok permasalahan serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini ada pembatasan variabel dependen dan independen, sebagai berikut:

- .1. Variabel dalam penelitian dibatasi pada variabel keputusan berkunjung, Pengaruh Daya tarik, fasilitas, serta media Sosial.
2. Subjek Penelitian adalah responden Masyarakat Yang pernah berkunjung ke wisata D'Las dan berusia di atas 17 tahun.
3. Periode penelitian ini dilakukan dari 1 januari sampai 22 Agustus 2022.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Menganalisis Pengaruh Daya tarik, Fasilitas, dan Media sosial secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata D'Las Lembah asri
2. Menganalisis Pengaruh Daya tarik terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata D'Las Lembah asri
3. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata D'Las Lembah asri
4. Menganalisis pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata D'Las Lembah asri.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Bidang Manajemen Pemasaran

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain khususnya dalam bidang Pengembang Ilmu Pemasaran terkait variable Daya tarik,Fasilitas dan Media sosial.

2. Manfaat praktis

a. Bagi pengelola wisata

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar yang obyektif dalam mengambil keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh tempat wisata di masa yang akan datang. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan pada tempat wisata untuk mengetahui hal apa saja yang dapat membuat wisatawan memutuskan Untuk berkunjung dan juga sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan serta strategi dalam mengelola tempat wisata.

b. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh pengunjung sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam menentukan tempat wisata yang akan dikunjungi.