

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Destinasi wisata tidak hanya memiliki keindahan dan kenyamanan saja, tetapi destinasi wisata juga memiliki fungsi mengangkat perekonomian bagi masyarakat sekitar. Membuka tempat makan dipilih masyarakat yang memanfaatkan hasil kebun dan juga menambah pemasukan untuk mencukupi kebutuhan anggota keluarganya. Selain itu, pengelola tempat wisata akan memberikan tambahan atau penunjang untuk kenyamanan para wisatawan. Seperti: menambahkan spot foto, karena jaman sekarang banyak orang-orang lebih baik mengabadikan sesuatu hal dengan memotret. Membangun tempat ibadah sekaligus kamar mandi agar wisatawan tidak perlu mencari tempat ibadah ditempat lain. Pembangunan dilakukan mengingat mayoritas orang Indonesia yang beragama islam.

Negara Indonesia dikenal dengan keindahan wisatanya yang tersebar diberbagai pelosok negeri yang terbentang sangat luas. Jawa Timur menjadi salah satu provinsi dengan destinasi wisata yang beraneka ragam. Wisata alam maupun wisata buatan mampu memanjakan mata para wisata yang berkunjung. Banyaknya destinasi wisata di Jawa Timur membuat wisatawan lokal maupun mancanegara mengunjungi satu persatu wisata yang disuguhkan. Setiap kota yang berada di Jawa Timur memiliki destinasi

wisata yang khas tersendiri. Seperti kota yang dijuluki sebagai kota cethe oleh para masyarakatnya. Kota yang dikenal dengan keindahan alamnya, sering kali dijadikan tujuan utama pada hari libur sekolah. Kota inilah yang dinamakan kota Tulungagung.

Kota Tulungagung memiliki berbagai destinasi wisata, mulai dari : wisata alam yang melingkupi keindahan dari alam yang diberikan oleh Tuhan, wisata buatan yang melingkupi buatan manusia untuk menarik perhatian para wisatawan untuk berkunjung, wisata purbakala yang melingkupi berbagai peninggalan sejarah dan yang terakhir wisata pantai melingkupi berbagai pantai yang terletak diberbagai daerah di Tulungagung. Empat destinasi wisata itulah yang memberikan dampak positif, bahwa kota Tulungagung memiliki potensi wisata yang perlu dikelola sedemikian rupa agar selalu terjaga kebersihannya untuk terus memikat hati para pengunjungnya.

Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung terdapat lebih dari 127 destinasi wisata yang tersebar. Empat kategorinya yaitu wisata alam terdapat 24 wisata, wisata buatan terdapat 22 wisata, wisata purbakala terdapat 61 dan selanjutnya wisata pantai terdapat 20 wisata.

Adapun destinasi tempat wisata yang terdapat di Tulungagung ialah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Destinasi Tempat Wisata

No	Destinasi Tempat Wisata	Kategori
1	Jurang Senggani	Alam
2	Gunung Budeg	Alam
3	Waduk Wonorejo	Buatan
4	Joging Track	Buatan
5	Sine	Pantai
6	Gemah	Pantai
7	Pacar	Pantai
8	Popoh	Pantai
9	Srigading	Purbakala
10	Candi Dadi	Purbakala

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung

Dari berbagai banyaknya destinasi wisata di Tulungagung memiliki karakteristik atau ciri khas dan cerita tersendiri. Seperti wisata alam yang berada disalah satu kecamatan di Tulungagung yaitu kecamatan Campurdarat dan tepatnya di desa Tanggung. Desa yang berjarak cukup jauh dari pusat kota ini mempunyai wisata alam yang membuat pengunjungnya menghabiskan waktu yang lama untuk menikmati keindahannya.

Wisata alam yang terdapat didesa Tanggung yaitu Gunung Budeg. Gunung yang memiliki ketinggian 550 Mdpl ini mempunyai keindahan dari berbagai sisi yang berbeda. Keindahan alam pepohonan maupun hewan-

hewan yang hidup disana menambah keasrian yang begitu nikmat dipandang. Gunung yang tidak terlalu tinggi, sering didaki oleh masyarakat khususnya bukan pendaki yang ingin mencoba mendaki gunung yang medannya untuk ke puncak tidak terlalu sulit jika dibandingkan dengan gunung-gunung yang tinggi lainnya. Pos-pos untuk peristirahatan para pendaki telah disediakan pengelola untuk mengantisipasi para pendaki yang lelah. Jalanan untuk sampai puncak sudah diberi tanda, pendaki hanya perlu mengikuti tanda yang sudah disediakan.

Sebelum gunung budeg dikenal banyak orang. Ada beberapa mitos yang beredar dimasyarakat sekitar yaitu selalu dikaitkan dengan hal-hal yang mistis jika melewati jalan gunung budeg dimalam hari. Minimnya penerangan dimalam hari membuat masyarakat sekitar memilih jalan memutar walaupun bisa dibilang lebih jauh daripada melewati jalan yang mengarah ke gunung budeg. Jalanan yang rusak dan berlubang membuat genangan air sulit mengalir dan menyebabkan ketahanan jalan terus berkurang.

Perbedaan yang terjadi pada wisata Gunung Budeg disaat masyarakat mulai mengetahuinya yaitu dilakukannya perbaikan jalan, diberikan penerangan pada malam hari, disekitar kawasan wisata mulai dilakukan pembangunan berbagai warung makan, angkringan bahkan tempat tongkrongan yang sering dikunjungi anak muda jaman sekarang dan dibangunnya parkiran, tempat ibadah dan kamar mandi yang memudahkan pengunjung untuk tidak pergi mencari tempat lain dan hanya cukup

menemukannya dalam satu kawasan Gunung Budeg saja. Hal ini semua dilakukan pengelola untuk menarik lebih banyak pengunjung yang ada.

Daya tarik wisata merupakan keunikan yang dihadirkan oleh suatu tempat dan digunakan untuk menarik perhatian para pengunjung yang datang. Bahwa “sesuatu yang menarik” menimbulkan seseorang akan melakukan perjalanan wisata. Sedangkan wisata syariah adalah segala kegiatan yang mengedepankan nilai islam dalam setiap kegiatannya. Daya tarik yang terdapat pada kawasan Gunung Budeg membuat pengunjungnya merasa nyaman untuk menghabiskan waktu yang lama dengan penambahan fasilitas-fasilitas yang memadai dan berbagai hal yang dapat ditemukan hanya dengan mengunjungi satu tempat atau objek wisata saja.

Pemanfaatan media sosial juga mengambil alih dalam penyebaran informasi dan sebagai alat promosi. Karena dapat dijangkau semua orang dan jangkauannya yang cukup luas. Promosi yang dilakukan akan lebih efektif dan tepat sasaran. Dengan cara membuat konten-konten yang unik dan menarik untuk memikat hati siapa saja yang melihat konten tersebut. Promosi media sosial lebih berpengaruh daripada promosi yang dilakukan pada koran atau semacamnya. Media sosial yang dimaksud berupa Instagram, Tiktok, Facebook, WhatsApp dan lain sebagainya.

Tak hanya itu saja, dengan mengajak atau merekomendasikan orang untuk mengunjungi kawasan Gunung Budeg juga memiliki dampak yang sangat tinggi terhadap ketertarikan seseorang. *Word of mouth* merupakan

komunikasi yang dilakukan lebih dari satu orang. Sering dilakukan dari jaman dahulu sebelum adanya media sosial. Sampai sekarang masih dilakukan masyarakat, karena memiliki dampak yang besar dalam merekomendasikan sesuatu yang menarik untuk disebar luaskan. *Word of mouth* cenderung dilakukan kepada orang dekat masing-masing.

Perbedaan sebelum dan sesudah Gunung Budeg dikenal masyarakat sangat berbanding terbalik. Menurut data pengelola kawasan Gunung Budeg, ada sekitar 400 orang pengunjung dihari biasa dan 1.340 orang pengunjung dihari libur baik pengunjung berkendara roda dua maupun pengunjung berkendara roda empat. Dilihat dari data pengunjung terdapat ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi kawasan Gunung Budeg. Lonjakan pengunjung terus meningkat pada hari libur. Antusias wisatawan untuk mengunjungi kawasan Gunung Budeg inilah yang perlu diteliti lebih lanjut, mengingat sebelum Gunung Budeg lebih dikenal khalayak ramai sangat berbanding terbalik keadannya.

Dengan adanya sebelum dan sesudah Gunung Budeg dikenal banyak orang. Membuat peneliti ingin meneliti “**Pengaruh Promosi Media Sosial, *Word Of Mouth* Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan pada pengaruh promosi media sosial, *word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung.

Identifikasi masalah yang diperoleh pada penelitian, yaitu:

1. Dari segi promosi media sosial, media sosial harus berperan penting dalam menyebarkan informasi secara digital agar dapat terjangkau kepada semua orang yang mempunyai *smartphone*.
2. Dari segi *word of mouth*, informasi yang didapat dari salah satu narasumber yang berisikan alasan mengenai tempat wisata yang layak untuk dikunjungi.
3. Dari segi daya tarik wisata, objek-objek yang terdapat pada suatu tempat harus dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan menikmati suasana dan pemandangan yang ada.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Promosi Media Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung?

2. Apakah *Word of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah Promosi Media Sosial, *Word Of Mouth* dan Daya Tarik Wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis bermaksud untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian sehingga dapat dicapai tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji Promosi Media Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung
2. Untuk menguji *Word Of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung
3. Untuk menguji Daya Tarik Wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung.

4. Untuk menguji Promosi Media Sosial, *Word Of Mouth* dan Daya Tarik Wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung?

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diharapkan akan memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan penelitian yang khususnya pada bidang bisnis dan dapat diimplementasikan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pengelola Wisata

Diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi untuk menjadikan pengelolaan yang semakin baik dan sebagai strategi promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

- b. Bagi Akademis

Diharapkan mampu menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang pengaruh promosi media sosial, *word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan

c. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan mampu membandingkan antara teori yang sudah didapat dan sebagai rujukan untuk penelitian yang berkaitan dengan tema pengaruh promosi media sosial, *word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup sangat banyak tetapi karena keterbatasan peneliti, peneliti hanya meneliti beberapa hal saja. Ruang lingkup yang dibahas dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu:

1. Variabel bebas (*variable independent*) dalam penelitian ini adalah Promosi Media Sosial (X1), *Word Of Mouth* (X2), dan Daya Tarik Wisata (X3).
2. Variabel terikat (*variable dependent*) dalam penelitian ini adalah Keputusan Berkunjung (Y).

G. Penegasan Istilah

1. Definisi konseptual

Pada penelitian ini yang dimaksud definisi konseptual yaitu sebagai berikut :

- a. Promosi Media Sosial (X1) yakni berupa alat promosi bisnis dan disebut efektif karena mampu diakses untuk semua orang yang menggunakan, menjadikan jaringan promosi yang semakin luas. Media Sosial merupakan bagian yang digunakan untuk pemasaran

kebanyakan perusahaan dan juga menjadi salah satu cara terbaik yang dapat menjangkau pelanggan ataupun klien.²

- b. *Word Of Mouth* (X2) merupakan alat komunikasi yang berguna memberikan pertukaran informasi berkaitan dengan sebuah produk maupun jasa antara konsumen yang belum saling mengenal satu dan lainnya, juga yang pertama kali bertemu menggunakan media internet.³
- c. Daya Tarik Wisata (X3) merupakan semua hal yang membuat seseorang atau kumpulan orang mengunjungi suatu tempat dikarenakan sesuatu hal yang mempunyai nuansa alam, peninggalan sejarah atau tempat sejarah, atau kejadian tertentu.⁴
- d. Keputusan berkunjung (Y) merupakan pelanggan memutuskan berkunjung di suatu tempat wisata yang berkaitan dengan perilaku pelanggan dan kunci dasar. Perilaku pelanggan yaitu suatu hal yang berdasar dari pelanggan yang akan memilih berkunjung atau tidaknya.⁵

² Budi santoso dan Puji Astutik, “*Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung*”, *Bisnis dan Ekonomi*, 2020,hal.48.

³ Chusnul Rofiah, “*Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi*”, *Manajemen dan Bisnis Dewantara*, 2020,hal.34.

⁴ Mohammad Bagas Adilarif, “*Pengaruh Daya Tarik Wsiata, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru*”, *Ilmiah Mahasiswa*, 2020, hal.5.

⁵ Christy, Silvy dan Rudy, “*Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow*”, *EMBA*, 2019,hal.5507.

2. Definisi Operasional

Penelitian ini meneliti Pengaruh Promosi Media Sosial, *Word Of Mouth* Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Kawasan Gunung Budeg Kabupaten Tulungagung. Pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel independent (X) dan satu variabel dependent (Y). Yang mana X₁ merupakan promosi media sosial, X₂ merupakan *Word Of Mouth*, X₃ Daya Tarik Wisata dan Y merupakan keputusan berkunjung wisatawan.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan proposal skripsi, penulis menggunakan pedoman skripsi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Untuk mempermudah memahami, maka peneliti membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi. Adapun sistematika penulisannya antara lain:

Bab I Pendahuluan

Dalam bab pertama diuraikan mulai dari latar belakang yang menjelaskan dari pembahasan apa yang diteliti. Dengan tujuan memberikan arahan peneliti agar pembahasan tidak terlalu melebar dan yang paling utama menggambarkan peneliti menuliskan identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah serta membahas sistematika penulisan yang dipaparkan untuk mempermudah pembaca melihat sudut pandang penulis.

Bab II Landasan Teori

Pada bab kedua menjelaskan mengenai kajian teori yang terkait dengan masalah yang diangkat oleh penulis. Landasan teori membahas teori-teori sebagai studi pustaka. Teori-teori yang diperoleh menjadi dasar untuk penulis melanjutkan pembahasan dan pengampilan kesimpulan terkait judul penelitian. Bab dua juga menjelaskan meliputi penelitian terdahulu yang relevan yang dapat memberikan gambaran penelitian lain yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian, kerangka dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ketiga menjelaskan pendekatan penelitian yang ditinjau dari eksplanasinya. Tak hanya itu, pada bab ketiga membahas tentang jenis penelitian, variable penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, skala pengukuran, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian

Bab keempat berisi tentang deskripsi penelitian, profil responden dan analisis pengolahan data dengan menggunakan uji-uji yang relevan. Data diperoleh dari penyebaran angket atau kuisisioner. Hasil penelitian juga dilakukan pengujian hipotesis.

Bab V Pembahasan

Bab kelima meliputi gambaran singkat penelitian, analisis dan pembahasan analisis. Menggambarkan temuan-temuan dari penelitian yang telah dibahas pada hasil penelitian. Pada bab kelima juga didukung oleh sumber yang menguatkan hasil penelitian.

Bab VI Penutup

Bab keenam meliputi kesimpulan dan hasil penelitian serta saran dari pembahasan. Saran yang diberikan sesuai dengan penelitian dan juga dapat digunakan oleh pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam penelitian. Tak hanya itu bab ini juga meliputi cakupan uraian yang berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.