

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pulau Madura merupakan pulau yang menyimpan banyak potensi wisata, yang meliputi keanekaragaman hayati, keindahan bentang alam, potensi wisata alam dan peninggalan sejarah/budaya. Potensi wisata pantai Madura, salah satunya terdapat di Kabupaten Sampang. Kabupaten Sampang ini memiliki beberapa objek wisata alam yang sangat potensial seperti Pantai Camplong, Pantai Lon Malang dan Pantai Nepa. Dari beberapa objek wisata yang sudah terkenal di kabupaten sampang terdapat salah satu destinasi wisata yang sedang di kembangkan yaitu Air Terjun Toroan

Wisata Air Terjun Toroan adalah salah satu lokasi wisata yang terletak berada di pulau Madura tepatnya di Desa Ketapang Timur, Kecamatan Ketapang, Kabupaten Sampang. Daerah ini merupakan wisata alam yang memiliki potensi daya Tarik. Sumber mata Air Terjun Toroan berasal dari aliran sungai kolpajung, dengan posisi tinggi mencapai +20 M dari permukaan air laut dan letak jatuh air terjun yang langsung bermuara ke laut lepas pantai utara merupakan pesona tersendiri dari air terjun ini. Dari air terjun ini, pengunjung bisa melihat pemandangan lepas ke laut jawa.

Wisata Air Terjun Toroan memiliki daya Tarik dan keunikan tersendiri yang menjadikan wisata ini ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun luar daerah untuk menghabiskan waktu dan menikmati keindahan Air terjun toroan. Keindahan alam dan panorama suatu wisata dengan pemandangan yang indah menjadi daya Tarik tersendiri bagi wisatawan di Air Terjun Toroan. Namun, karena kurangnya fasilitas yang ada di wisata Air Terjun Toroan membuat kurangnya daya Tarik bagi para pengunjung dan memikirkan kembali untuk berkunjung. Hal ini dikarenakan keindahan alam serta potensi dalam daya Tarik sebuah sektor wisata sangatlah penting karena obyek pada suatu wisata berperan penting dalam banyak sedikitnya pengunjung ditempat wisata menurut (Devy, 2017). Objek wisata ini memiliki kekhasan tersendiri dimana tidak hanya berada di kawasan jalan raya besar namun objek ini juga menjurus ke pantai langsung, sehingga keindahan panorama pantai membuat para wisatawan ingin lebih berlama-lama untuk menikmati keindahan Wisata Air Terjun Toroan. Kawasan

yang strategis membuat para wisatawan lebih mudah untuk berkunjung ke Air Terjun Toroan. Sehingga tidak perlu membuang-buang waktu untuk mencari lokasi objek tersebut.

Wisata air terjun toroan ini ramai dikunjungi oleh wisatawan pada hari besar agama, liburan sekolah dan akhir pekan, bagi mereka yang ingin melepaskan kepenatannya setelah beraktifitas. Namun beberapa wisatawan Air Terjun Toroan mengatakan bahwa wisata ini belum menjadi tujuan favorit wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya publikasi tempat dan media promosi yang bisa menunjang wisatawan agar datang ke Air Terjun Toroan. Hal tersebut membutuhkan *electronic word of mouth (e-wom)* media sosial untuk promosi yang bisa menjelaskan dan bisa memperkenalkan ke wisatawan domestik maupun mancanegara. Dikarenakan dimana pengguna media sosial berbagi informasinya melalui unggahan foto menarik pada akun media sosial seseorang yang cenderung menimbulkan komentar dan ulasan dari akun lain terlebih bila foto menunjukkan suatu daya Tarik tertentu menurut (Sukirman & Nurhidayat, 2022).

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Air Terjun Toroan

Tahun	Periode	Jumlah Pengunjung
2021	Oktober	972
	November	969
	Desember	450
2022	Januari	473
	Februari	677
	Maret	698
	April	1.277
	Mei	1.350
	Juni	1.222

	Juli	1.999
	Agustus	1.025
	September	1.290

Sumber : Pengelola Air Terjun Toroan (2021-2022)

Pada Tabel 1.1 Menunjukkan Bahwa Jumlah wisatawan yang berkunjung ke wisatawan Air Terjun Toroan dari tahun 2021-2022 mengalami *Fluktuasi*. Salah satu faktor permasalahan yaitu kurangnya keaktifan sosial media karena tidak ada yang mengelola Menurut bapak Masturah selaku pengelola di wisata Air Terjun Toroan. Media sosial adalah sarana bagi konsumen yang digunakan untuk berbagai teks, gambar, audio, dan informasi video dengan sesama pengguna maupun sebuah perusahaan atau destinasi Menurut (Kotler & Keller, 2012). Diketahui jelas bahwasanya media sosial sangat berperan penting dalam pemasaran destinasi suatu wisata. Sehingga membuat para pengunjung wisatawan mengetahui informasi-informasi yang beredar di media sosial Air terjun toroan sendiri yaitu melalui Facebook (Wisata Air Terjun Toroan) dan mempunyai daya Tarik terhadap wisata tersebut. Yang dimana daya tarik wisata adalah hal-hal yang menarik perhatian wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata Menurut (Zen et al., 2017) . Keindahan alam serta keramah tamahan petugas yang dimiliki oleh Air Terjun Toroan serta bantuan-bantuan dari para masyarakat sekitar yang ikut menjaga keamanan dan dibantu dengan keamanan-keamanan petugas yang berwajib. Dengan begitu membuat para pengunjung merasa nyaman dan aman pada suatu destinasi maka daya Tarik dan keputusan berkunjung pada destinasi tersebut akan berpengaruh. Sehingga para pengunjung memutuskan untuk berkunjung pada wisata Air Terjun Toroan. Diketahui jelas bahwasanya Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut Menurut (Prayogi, 2019)

Dalam hal ini melihat dari daya Tarik wisata, e-wom sosial media dan keputusan berkunjung sangat penting bagi para pengunjung. Karena hal

tersebut mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih suatu destinasi wisata. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti tentang hal ini dengan judul **“Keputusan Berkunjung Atas Dasar Daya Tarik Wisata Dan E-WOM Media Sosial Pada Destinasi Wisata Air Terjun Toroan”**

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menjelaskan daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata air terjun toroan
2. Untuk menjelaskan *E-wom* media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata air terjun toroan
3. Untuk menjelaskan daya tarik wisata dan *E-wom* media social berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata air terjun toroan

1.3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teori sebagaimana diuraikan pada bagian sebelumnya, hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini antara lain:

H1: Daya Tarik wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata air terjun toroan

H2: *E-wom* media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata air terjun toroan

H3: Daya Tarik wisata dan *E-wom* media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata air terjun toroan

1.4. Luaran Penelitian

Pada bagian ini, mahasiswa wajib mengisi luaran yang telah direncanakan dan perkembangannya (baik luaran wajib dan tambahan) sesuai dengan pedoman MBKM riset.