

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan bentuk nyata dari suatu perjalanan sebagai sebuah bisnis global yang menjanjikan. Perjalanan sekarang menjadi faktor pelengkap dalam kehidupan manusia terutama dalam menikmati nuansa budaya dan alam. Munculnya pariwisata tidak lepas dengan adanya dorongan naluri manusia yang selalu ingin mengetahui dan mencari hal-hal yang baru, bagus, menarik, mengagumkan, dan menantang. Biasanya hal itu dilakukan dengan perjalanan-perjalanan ke luar daerah atau keluar dari kebiasaan sehari-hari dalam jangka waktu tertentu.

Kegiatan pariwisata telah melibatkan banyak komponen. Salah satunya adalah aktivitas wisatawan yang secara langsung telah terlibat dalam kehidupan sosial. Hal itu dilihat dari masyarakat yang menjadi wisatawan, penyedia objek pariwisata, dan penerima wisatawan. Hubungan sosial ini sangat berpengaruh pada perkembangan pariwisata. Dengan kegiatan pariwisata ini masyarakat bisa berinteraksi dan bertransaksi dari satu dengan lainnya. Hubungan telah terjalin baik dari wisatawan lokal maupun wisatawan asing yang datang dalam melakukan perjalanan untuk mengenal berbagai objek wisata.

Indonesia mempunyai banyak potensi wisata alam maupun budaya juga menjadikan pariwisata sebagai salah satu industri yang berperan penting dalam devisa negara. Destinasi wisata di Indonesia tidak hanya dikenal di dalam negeri saja tetapi juga di mancanegara. Oleh karena itu pengembangan pariwisata di Indonesia dilakukan di seluruh daerah, maka dari itu pemerintah membentuk Dinas Pariwisata sebagai lembaga yang berwenang dalam penertiban peraturan, memberikan bimbingan dan dukungan teknik untuk memungkinkan para investor

dan masyarakat untuk meningkatkan pariwisata yang ada di daerahnya (Rahmat Fajrin, Wijayanto, & Kornita, 2021).

Provinsi Jawa timur terletak di bagian timur Pulau Jawa yang terdiri dari 29 kabupaten dan 9 kota. Salah satu kabupaten yang ada di provinsi Jawa timur adalah kabupaten Sampang. Kabupaten Sampang mempunyai banyak potensi objek wisata pantai salah satunya yaitu wisata pantai Lon Malang. Pantai ini terletak di Desa Birah Tengah, Kecamatan Sokobenah, Kabupaten Sampang. Wisata Pantai Lon Malang memiliki keindahan alam yang begitu bagus dilihat oleh mata sehingga sudah sewajarnya menjadi objek wisata yang diminati oleh masyarakat.

Sosial media merupakan sebuah revolusi media yang memberikan konsumen kekuatan penuh dalam mendapatkan sebuah informasi dan menyampaikan sebuah informasi (AS, Arief, & Syarif, 2021). Instagram merupakan salah satu sosial media yang sedang populer pada saat ini. Hal ini dikarenakan instagram telah memberikan dampak yang sangat positif untuk masyarakat, seperti contoh masyarakat bisa melakukan promosi produknya secara online dan juga tanpa harus mengeluarkan banyak biaya untuk promosi dan masyarakat juga bisa menghemat tenaga mereka untuk melakukan sebuah promosi mengingat fitur-fitur instagram yang sangat menarik (P. Kurniawan, Syarif, & Amaniyah, 2019). Dimana pada bulan Maret 2019 menurut survey market research yaitu IPSOS, menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak di Asia Pasifik, 90% dari pengguna instagram menggunakan sosial media ini sebagai platform untuk berkomunikasi yang berhubungan dengan bisnis. Maka dari itu, instagram merupakan platform sebagai alat bantu dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Indonesia khususnya di Pulau Madura, terutama di wisata Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang (Sinaga, Utami, Sibarani, Haryandari, & Buana,

2021). Dengan adanya pernyataan di atas maka akun sosial media instagram @pantailonmalang_ mendorong pengguna instagram lain untuk melakukan perjalanan wisata lalu menikmati keindahan yang ada di pantai Lon Malang dan mengabadikan momen foto atau vidio, yang akan diunggah ke sosial media instagram (Avero & Suyanto, 2021).

Namun fasilitas pariwisata juga sangat diperlukan dalam mengelola kawasan pantai Lon Malang supaya minat berkunjung wisatawan semakin meningkat, karena tanpa adanya fasilitas yang memadai dunia pariwisata akan hambar, bahkan lebih parahnya lagi sebuah destinasi tidak akan lagi dikunjungi wisatawan tanpa adanya fasilitas wisata yang memadai (Charli & Putri, 2021). Ketersediaan fasilitas pada suatu objek wisata sangat penting untuk memenuhi permintaan wisatawan saat berada di objek wisata, fasilitas ini berpengaruh dengan bagaimana wisatawan memandang objek wisata tersebut, ketika segala fasilitas sudah memadai dengan baik dan lengkap, tentu saja wisatawan merasa nyaman dan puas dengan kunjungannya ke objek wisata tersebut (Handayani, Wahyudin, & Khairiyansyah, 2019).

Faktor lain yang kemudian dapat mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung ke objek wisata tersebut adalah tingkat kepuasan wisatawan. Prinsip dasar kepuasan wisatawan yaitu perbandingan antara apa yang diinginkan dengan tingkat kinerja yang dirasakan wisatawan. Jika wisatawan merasa puas selama berkunjung maka akan menciptakan citra yang positif terhadap jasa pariwisata tersebut dan timbul niat untuk berkunjung kembali. Kemudian wisatawan yang memiliki niat untuk berkunjung kembali sangat logis untuk merekomendasikan wisata (Kawatu, Mandey, & Lintong, 2020).

Berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu menyatakan bahwa penggunaan sosial media instagram sebagai sosial media marketing berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Wicaksono, 2017).

Selanjutnya dari hasil penelitian artikel internasional menyatakan bahwa penggunaan media sosial berdampak langsung dan tidak langsung pada minat perjalanan seseorang melalui gambar tujuan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Marpaung (2019) menyatakan bahwa daya tarik wisata, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh langsung dan signifikan baik terhadap kepuasan maupun terhadap minat berkunjung kembali, variabel keselamatan wisatawan dalam penelitian ini tidak signifikan pengaruh langsungnya baik terhadap kepuasan maupun minat berkunjung kembali.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan-permasalahan di atas, maka penulis sepakat untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Sosial Media Instagram Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Wisatawan Di Wisata Pantai Lon Malang

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah sosial media instagram berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang ?
3. Apakah sosial media instagram berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang ?
4. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang ?
5. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang ?
6. Apakah sosial media instagram berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening ?

7. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dengan kepuasan sebagai variabel intervening ?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan yaitu pembahasan hanya dibatasi pada pengaruh dari sosial media Instagram dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan. Selain itu, batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sampel dalam penelitian ini hanya dibatasi pada wisatawan Pantai Lon Malang.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh sosial media instagram terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang
3. Untuk mengetahui pengaruh sosial media instagram terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Pantai Lon Malang
6. Untuk mengetahui pengaruh sosial media instagram terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening
7. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening

1.5 Kontribusi Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak:

1. Kontribusi Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengelolaan kepariwisataan di Indonesia, serta sebagai referensi penelitian dalam pelaksanaan strategi untuk meningkatkan kunjungan ulang wisatawan pada suatu objek wisata.

2. Kontribusi Praktis

a. Bagi Pengelola Destinasi Wisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola destinasi wisata sebagai dasar pertimbangan terkait pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung para wisatawan, untuk memperbaiki dan mengembangkan tempat destinasi.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat diharapkan menjadi referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian agar lebih lanjut tentang pengaruh media sosial dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali para wisatawan.

c. Bagi Penelitian

Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan gelar sarjana. Selain itu peneliti ini mendapatkan wawasan dan pengetahuan tentang wisata dan mengaplikasikan teori yang diterima selama kuliah dengan kenyataan di lapangan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang tema yang relevan dengan topik ini.