

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia sekarang ini sedang gencar dikembangkan oleh pemerintah salah satunya ialah di Pamekasan (Pratiwi & Prakosa, 2021) Keindahan alam wilayah ini mungkin berasal dari topografinya, yang ditandai dengan bagian-bagiannya berada di pantai dan yang lainnya berada di daerah perbukitan dataran tinggi. Di Pamekasan terdapat pula situs bersejarah di beberapa lokasi yang menarik banyak wisatawan lokal. (AB, 2018).

Pariwisata bisa diartikan sebagai sebuah kegiatan yang terkait perjalanan rekreasi. Menurut UU Republik Indonesia No.9 (1990), Kepariwisata mencakup semua hal berkaitan kegiatan perjalanan dilakukan penuh ceriadan menikmati objek pariwisata. Dalam konteks pariwisata, tentu objek wisata tidak pernah luput dari pembahasan. Objek wisata digunakan wisatawan sebagai lokasi untuk menghabiskan waktu luang mereka dengan keluarga dan juga semua teman.

Bukit Kehi adalah sebuah desa wisata di Dusun Kertagena Daya. Berasal dari Tanah Ihee, bahasa asli yang berarti "tanah tak bertuan" atau "tanah tanpa hak milik individu atau institusional". Namun, karena dibuka bersamaan dengan tujuan wisata, orang secara bertahap mulai menyebutnya sebagai Tanah Ihee atau Bukit Ihee alih-alih Bukit Kehi. Bukit Kehi adalah area seluas sekitar 8 hektar, sebagian besar terdiri dari medan berbatu, dan menawarkan keindahan alam yang menakjubkan. Selain itu, fasilitas yang ditemukan di desa-desa wisata seperti gazebo, kolam renang, dan tempat berfoto-

meningkatkan daya tarik yang menarik pengunjung ke Kertagena Daya ini. (Kasus et al., 2022).

Masyarakat desa mengelola BUMDes sepenuhnya atas namanya sendiri yaitu dari desa, oleh desa, dan untuk desa. BUMDes berfungsi untuk mendukung usaha ekonomi masyarakat melalui lembaga yang dikelola secara profesional atau usaha komersial yang tetap memanfaatkan potensi awal desa (Kasus et al., 2022).

Hal tersebut menunjukkan adanya masa depan yang cerah bagi industri pariwisata, yang selanjutnya ditunjukkan oleh potensi memikat Desa Wisata Bukit Kehi. Akan tetapi karena adanya sejumlah faktor berupa infrastruktur dan fasilitas pendukung kurangnya fasilitas keterlibatan dari SDM pengelolaan desa, dan kurangnya aktivitas pengembangan promosi pemasaran media sosial, serta masyarakat tidak ikut berupaya. Perihal tersebut menyebabkan ketidakstabilan jumlah pengunjung wisata ini, Itu belum mampu berkembang secara signifikan dalam mengoptimalkan potensi yang sudah ada. (Kasus et al., 2022).

Berikut membuktikan bahwa Data jumlah kunjungan ke Bukit Kehi pada tahun 2023 memberikan konfirmasi akan hal tersebut. Pengunjung objek wisata Bukit Kehi di Desa Kertagena Daya mengalami fluktuasi , seperti yang digambarkan Tabel 1.

**Tabel 1. Data Wisatawan Bukit Keki Pamekasan
Tahun 2023**

Bulan	Jumlah Wisatawan
Januari	865
Februari	204
Maret	437
April	1.734
Mei	1.267
Juni	437
Juli	431
Agustus	346
September	423
Oktober	365
November	399
Desember	506

Sumber : Pengelola Wisata Bukit Keki

Di era digital yang semakin berkembang ini, digital marketing menjadi hal yang sangat relevan dan penting dalam mempromosikan destinasi wisata. Jaringan yang luas dan smartphone mengembangkan struktur info cerdas yang merevolusi perjalanan dan pariwisata (Page & Duignan, 2023). Penggunaan platform digital seperti adanya situs web, media sosial, serta aplikasi mobile dapat memberikan akses lebih luas dan mudah bagi para wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang Bukit Keki. Selain itu, dengan pemasaran digital, destinasi wisata dapat menghadirkan pengalaman visual yang bisa memikat pengunjung pergi berkunjung ke Bukit Keki.

Selain faktor pemasaran digital, terdapat pula faktor lain yang berperan penting dalam menarik wisatawan dan meningkatkan kepuasan mereka

selama berlibur di Bukit Kehi. Dengan adanya Fasilitas pariwisata yang memadai dan berkualitas akan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi para wisatawan selama berlibur di Bukit Kehi. Fasilitas seperti akomodasi yang baik, infrastruktur transportasi yang lancar, sanitasi yang bersih, serta sarana rekreasi yang memadai akan meningkatkan citra destinasi sebagai tujuan liburan yang layak dan menarik. Fasilitas yang dibutuhkan dan dirasa sangat diperlukan selama pengunjung berada di objek wisata. Beberapa hal yang paling penting untuk fasilitas utama adalah kebersihan, kenyamanan dan keindahan. Ditambah lagi fasilitas lain yang melengkapi sarana membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan kerasan berwisata. Fasilitas pendukung terlihat dari tempat parkir, area perbelanjaan, dan tempat makan. Fasilitas pengunjung adalah fasilitas yang melengkapi fasilitas utama agar wisatawan dapat terpenuhi apapun kebutuhannya seperti akses jalan dan tempat parkir (Mandalia et al., 2023). Ketika keyakinan suatu destinasi selaras dengan apa yang dialami atau dirasakan wisatawan, mereka akan puas dan akhirnya memiliki tujuan untuk kembali (niat mengunjungi kembali). (AB, 2018).

Studi yang dilakukan oleh Marpaung (2019) mengenai pengaruh daya tarik objek, kualitas pelayanan, fasilitas, dan keselamatan terhadap kepuasan wisatawan sebagai *variabel intervening* terhadap minat berjung kembali memberitahuakan elemen-elemen seperti daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, serta mempengaruhi keinginan berkunjung lagi. Meskipun begitu, keselamatan pengunjung tidak berpengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan dan keinginan

berkunjung ulang. *Variabel intervening*, yaitu kepuasan, memainkan peran penting sekaligus mendorong wisata, kualitas, dan fasilitas terhadap keinginan berkunjung lagi. Dalam konteks ini, pemikat objek memberi pengaruh dominan melalui *variabel intervening* kepuasan pengunjung terhadap keinginan berkunjung ulang.

Oleh karena itu, studi mengenai "peran pemasaran digital, fasilitas, melalui kepuasan terhadap minat berkunjung kembali pada desa wisata bukit kehi pamekasan" menjadi sangat penting dan relevan untuk dilakukan. Melalui penelitian ini, dapat diidentifikasi faktor-faktor yang memerlukan peningkatan dan optimalisasi guna meningkatkan pengalaman serta kepuasan para pengunjung. Hasil penelitian harus menjadi dasar bagi pihak-pihak terkait untuk mengembangkan rencana pemasaran digital dan meningkatkan fasilitas di desa wisata "Bukit Keki Pamekasan" Madura. mendorong perluasan industri pariwisata, yang sangat kompetitif dan berkelanjutan.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan menggunakan informasi latar belakang dari sebelumnya, peneliti mengembangkan pertanyaan penelitian berikut:

1. Bagaimana peran pemasaran digital terhadap minat berkunjung kembali pada desa wisata "Bukit Keki" Pamekasan ?
2. Bagaimana peran fasilitas pariwisata terhadap minat berkunjung kembali pada desa wisata "Bukit Keki" Pamekasan ?
3. Bagaimana peran pemasaran digital terhadap kepuasan pengunjung pada desa wisata "Bukit Keki" Pamekasan ?

4. Bagaimana peran fasilitas pariwisata terhadap kepuasan pengunjung pada desa wisata “Bukit Kehi” Pamekasan ?
5. Bagaimana peran kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan “Bukit Kehi” Pamekasan ?

1.3. Batasan Masalah

Agar hasil penelitian terarah tidak melebar sera karena kurangnya biaya dan waktu yang dimiliki oleh penulis, maka penulis menetapkan batasan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Ruang lingkup: penelitian pada variabel pemasaran digital, fasilitas, dan kepuasan terhadap minat berkunjung kembali.
2. Objek penelitian hanya wisata Bukit Kehi di Desa Kertagana Daya Kec. Kadur Kab. Pamekasan Jawa Timur.
3. Responden adalah wisatawan yang telah berkunjung ke objek desa wisata Bukit Kehi minimal satu kali kunjungan atau lebih pada Desa Wisata Bukit Kehi yang terletak di Desa Kertagana Daya Kec. Kadur Kab. Pamekasan Jawa Timur.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan latar belakang dan batasan yang dijelaskan dalam laporan sebagai berikut :

1. Melakukan pengujian dan analisis terhadap peran pemasaran digital terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di desa wisata “Bukit Kehi” Pamekasan.

2. Melakukan pengujian dan analisis terhadap peran fasilitas pariwisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di desa wisata “Bukit Kehi” Pamekasan.
3. Melakukan pengujian dan analisis peran pemasaran digital terhadap tingkat kepuasan wisatawan di desa wisata “Bukit Kehi” Pamekasan.
4. Melakukan pengujian dan analisis peran fasilitas pariwisata pada tingkat kepuasan di desa wisata “Bukit Kehi” Pamekasan.
5. Menganalisis peran kepuasan wisatawan dalam memengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan di desa wisata “Bukit Kehi” Pamekasan.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat dijelaskan oleh peneliti terkait objek penelitian yaitu wisata Bukit kehi Pamekasan yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Peneliti diharapkan mampu memberikan pengertian lebih mengenai memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana promosi wisata dan selalu meningkatkan fasilitas untuk ketertarikan wisata.
 - b. Penelitian ini bisa berguna sebagai data rujukan penlitit berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Para peneliti mengantisipasi bahwa penelitian ini akan berguna dalam membantu pengelola menggunakan YouTube, Instagram, dan TikTok sebagai platform promosi dengan berbagi pengetahuan dan saran mereka.

3. Manfaat Bagi Pengelola Wisata

Hasil penelitian diharapkan memberikan informasi berharga kepada pengelola wisata mengenai pentingnya pemasaran digital dan juga fasilitas atau sarana wisata yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hal ini diharapkan dapat menciptakan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali, dan pengelola wisata bisa menerapkan temuan ini agar jumlah pengunjung bertambah tiap harinya.

4. Manfaat Bagi Pemerintah Daerah

- a. Merencanakan pengembangan infrastruktur dan fasilitas yang mendukung desa wisata bukit kehi , seperti jalan, transportasi, sanitasi, dan sarana publik lainnya.
- b. Mendorong pengembangan rencana pemasaran dan promosi yang efisien untuk meningkatkan daya tarik Desa Wisata Bukit Kehi dan menarik lebih banyak pengunjung.
- c. Mendukung pengembangan potensi ekonomi lokal melalui kebijakan yang mendukung kerajinan lokal, kuliner khas daerah, dan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan.