

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Tempat wisata belakangan ini banyak dicari oleh orang terutama wisata yang menyuguhkan keindahan alam. Wisata alam yang menonjolkan keindahan alam semakin menarik perhatian pengunjung lokal maupun non lokal. Hasil studi yang dilakukan Traveloka bersama *YouGov* menunjukkan bahwa wisata alam adalah daya tarik utama bagi wisatawan Indonesia. Sebanyak 75% responden Indonesia menyatakan lebih menyukai destinasi alam. Terutama di Bali, tujuan wisata yang paling banyak diminati adalah Bali. Pesona alam mulai dari pantai, pegunungan hingga air terjun atau objek wisata air menjadi tempat yang wajib dikunjungi untuk mencari ketenangan dari kesibukan.

Sejalan dengan itu, perkembangan dunia *digital* terus mengalami kemajuan, pengguna media sosial di Indonesia kini mencapai 49,9% dari total populasi yaitu sekitar 139 juta orang, ini merupakan hasil survei yang dikutip *we are social*. Media sosial juga menjadi peran penting bagi kegiatan promosi atau pemasaran suatu produk, jasa ataupun objek wisata. Sitanggang (2024) dalam penelitiannya mengindikasikan bahwa aktivitas di media sosial sebagai *platform* promosi dapat mencapai target pasar dengan lebih efisien dan efektif. Pengelola objek wisata sangat terbantu dengan adanya media sosial untuk

memperkenalkan objek wisata kepada pengunjung. Melalui media sosial, perusahaan dapat memperluas cakupan pemasaran, mempererat komunikasi dengan konsumen, serta menjalin hubungan yang lebih dekat dengan target pasar namun perusahaan harus memahami tantangan dari media sosial karena informasi yang beredar dapat menjadi tidak akurat dan media sosial cepat berubah sehingga harus beradaptasi untuk tetap memanfaatkan pemasaran media sosial dengan efektif (Diadora, dkk.)

Wilayah Bali terdapat banyak tempat wisata salah satu diantaranya adalah objek wisata Gatep Lawas yang berlokasi di Desa Ambengan, Kecamatan Sukasada. Objek wisata ini menjadi daya tarik utama di Desa Ambengan dengan suasana alam pedesaan yang masih asri mengelilingi tempat objek wisata. Letaknya yang berada di ketinggian dapat memberikan pemandangan hijau dari sawah yang menakjubkan dan aliran sungai yang menyegarkan. Selain dari itu, yang menjadi keunikan dari objek wisata ini adalah adanya sebuah pohon besar yang dikenal sebagai pohon Gayam dan di Bali dikenal sebagai pohon Gatep. Pohon tersebut juga menjadi tempat favorit pengunjung untuk berswafoto. Tempat wisata ini, sedang ramai di media sosial terutama *tiktok* dan *Instagram*, dimana jumlah pengikut mencapai 8 ribu sehingga semakin banyak orang yang penasaran dan ingin menjelajahi objek wisata tersebut.

Pemilihan Gatep Lawas sebagai lokasi penelitian, sebab destinasi ini termasuk dalam kategori wisata alam yang memiliki daya tarik tersendiri yang menarik perhatian pengunjung lokal maupun non lokal. Berdasarkan hasil observasi ke objek wisata Gatep Lawas menyatakan bahwa terdapat lonjakan jumlah pengunjung yang signifikan pada bulan tertentu sepanjang tahun 2024

(periode Januari – Desember). Lonjakan ini mencerminkan tingginya daya tarik Gatep Lawas Ambengan, yang disebabkan oleh keunikan dan keindahan alamnya. Pengunjung merasa terpesona dengan suasana alam yang ada pada objek wisata. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan promosi melalui media sosial mampu menarik perhatian banyak pengunjung. Berikut adalah data jumlah pengunjung objek wisata Gatep Lawas dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1  
Data Pengunjung Objek Wisata Gatep Lawas (Periode Januari – Desember 2024)

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	2005 orang
2	Februari	933 orang
3	Maret	556 orang
4	April	903 orang
5	Mei	966 orang
6	Juni	1076 orang
7	Juli	1376 orang
8	Agustus	1524 orang
9	September	2522 orang
10	Oktober	3286 orang
11	November	1874 orang
12	Desember	1389 orang

Sumber: Gatep Lawas Ambengan, 2024

Berdasarkan data yang diperoleh terjadi variasi jumlah pengunjung dari bulan ke bulan. Meskipun terdapat penurunan signifikan dari Januari ke Februari, mulai bulan Juni hingga Oktober, jumlah pengunjung mulai menunjukkan tren peningkatan, dengan puncak kenaikan pada bulan Oktober. Ini mengindikasikan bahwa Gatep Lawas memiliki daya tarik yang kuat. Secara keseluruhan, peningkatan jumlah pengunjung menunjukkan potensi besar bagi keberlanjutan objek wisata ini. Dari sisi ekonomi, banyaknya pengunjung yang datang dapat meningkatkan pendapatan melalui biaya tiket sebesar Rp 10.000 per orang, memberikan peluang bagi usaha kecil dan penyewaan properti. Meskipun

peningkatan jumlah pengunjung menjadi sinyal positif, pengelola perlu memastikan bahwa pengalaman pengunjung tetap optimal dengan memberikan fasilitas dan infrastruktur yang memadai seperti toilet, tempat istirahat, area parkir dan pengelolaan area sungai yang nyaman agar setiap pengunjung tetap merasa puas.

Pada penelitian ini, observasi awal sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti dengan cara menyebar kuesioner secara *online* dengan memanfaatkan *google form* sebagai media. Pernyataan yang dibuat sesuai dengan indikator yang digunakan pada masing-masing variabel. Tujuan observasi awal adalah untuk memperoleh informasi yang mendukung latar belakang terhadap alasan memilih lokasi penelitian. Pada variabel kepuasan pengunjung menggunakan 3 indikator sedangkan untuk variabel daya tarik wisata dan *social media marketing* menggunakan 4 indikator. Dengan demikian, pengunjung menilai 11 item pernyataan. Dalam observasi awal, peneliti menggunakan 10 responden, bertujuan untuk mempermudah mengklasifikasikan pendapat keseluruhan responden dari jumlah masing-masing penilaian pengunjung yang ditotalkan. Dari observasi awal yang dilakukan diperoleh hasil yang tinggi pada kepuasan pengunjung, tinggi pada variabel daya tarik wisata dan tinggi pada variabel *social media marketing*.

Kepuasan merujuk pada respon emosional, baik berupa kebahagiaan maupun kekecewaan yang timbul ketika individu mengevaluasi kinerja suatu produk atau layanan berdasarkan ekspektasinya. Apabila hasil yang diperoleh berada di bawah harapan, maka akan merasa tidak puas (Kotler dan Keller, 2022). Di sisi lain, Tjiptono, (2020) menjelaskan bahwa perasaan puas atau tidak puas merupakan perbandingan dari ekspektasi konsumen persepsi mengenai interaksi

pelayanan yang sebenarnya. Ketika pengunjung merasa puas, mereka tidak hanya cenderung untuk kembali berkunjung tetapi juga akan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Hal ini akan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan popularitas dan reputasi objek wisata, sehingga menarik lebih banyak pengunjung dimasa mendatang. Dengan memberikan pengalaman yang luar biasa, objek wisata dapat berkembang menjadi destinasi yang dikenal dan diminati banyak orang. Pada observasi awal mengenai variabel kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan oleh individu yang pernah berkunjung ke objek wisata, menunjukkan bahwa terdapat penilaian yang tergolong tinggi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan.

Daya tarik wisata dan *social media marketing* dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Penelitian yang dilakukan Arpan (2023) mendukung pernyataan ini dengan menyebutkan bahwa *social media marketing* dan daya tarik wisata secara signifikan memengaruhi kepuasan. Dengan penggunaan media sosial yang optimal dan daya tarik wisata yang unik dimiliki oleh objek wisata dapat membangun ketertarikan, meningkatkan kunjungan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan. Kepuasan pengunjung muncul setelah membandingkan apa yang dirasakan sesuai dengan harapannya, dan tidak menutup kemungkinan pengunjung akan kembali.

Berkunjung ke Gatep Lawas Ambengan memerlukan persiapan untuk menghadapi medan yang menantang. Pengunjung harus melalui jalan yang ekstrim dan menanjak untuk mencapai lokasi wisata. Setelah itu, beberapa anak tangga harus dilalui untuk sampai di objek wisata utama. Bagi pengunjung yang belum familiar dengan lokasi, meskipun menggunakan aplikasi navigasi

seperti *Google Maps*, disarankan untuk menanyakan arah kepada penduduk sekitar. Hal ini untuk menghindari kemungkinan tersesat, mengingat beberapa pengunjung sebelumnya pernah mengalami kebingungan. Selain itu, jalan yang dilalui tergolong sempit, sehingga pengendara harus berhati-hati Ketika berpapasan dengan kendaraan lain. Meskipun medan perjalanan yang menantang, peningkatan jumlah kunjungan terus menunjukkan tren positif, mengindikasikan bahwa tantangan tersebut tidak mengurangi daya tarik objek wisata ini.

Meskipun medan yang harus dilalui menuju Gatep Lawas Ambengan cukup menantang, daya tarik yang dimiliki objek wisata ini tetap mampu menarik banyak pengunjung. Lokasi yang mudah dijangkau memang menjadi pertimbangan utama pengunjung untuk memilih destinasi wisata, oleh karena itu perilaku konsumen cenderung untuk mencari hal-hal yang praktis dan mudah dijangkau. Namun, daya tarik wisata yang unik dan menonjol dapat memotivasi pengunjung untuk menempuh perjalanan jauh. Daya tarik wisata, seperti yang dijelaskan oleh Nurmala dan Damanhur, (2022) mencakup fasilitas dan aktivitas yang mampu menarik perhatian wisatawan untuk datang ke suatu lokasi. Arpan (2023) juga berpendapat bahwa daya tarik merupakan faktor yang dapat memberikan keputusan bagi konsumen untuk berkunjung serta harapannya ingin mendapatkan suatu kepuasan. Mayoritas wisatawan tertarik mengunjungi suatu tempat karena adanya keunikan, seperti pemandangan alam yang indah, kondisi iklim dan cuaca, kebudayaan, sejarah serta fasilitas yang tersedia (Guritno dan Nugraheni, 2023).

Keberadaan daya tarik wisata menjadi alasan utama bagi wisatawan mengunjungi suatu tempat, terutama jika objek wisata tersebut memiliki ciri khas,

keindahan dan nilai yang menjadi pendorong kunjungan dari pengunjung. Untuk menarik wisatawan berkunjung ke sebuah objek wisata, objek tersebut harus memiliki daya tarik wisata yang menarik untuk memenuhi ekspektasi pengunjung. Kepuasan pengunjung muncul ketika daya tarik yang diharapkan selaras dengan pengalaman yang mereka alami selama kunjungan (Pakpahan dan Manurung, 2024). Keberadaan fasilitas pendukung seperti lahan parkir dan area istirahat dapat menambah serta meningkatkan kepuasan pengunjung. Meski beberapa pengunjung menyuarakan keluhan melalui ulasan *Google Review* mengenai lokasi yang jauh dari jalan utama, medan yang ekstrim. Hal tersebut tidak menghalangi tingginya jumlah kunjungan ke objek wisata. Keunikan dan keindahan yang dimiliki objek wisata tetap mampu menarik jumlah pengunjung. Pada observasi awal yang dilakukan pada individu yang pernah berkunjung ke objek wisata, menunjukkan bahwa terdapat penilaian yang tergolong tinggi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan pada variabel daya tarik wisata.

Uraian diatas didukung oleh penelitian Hanggraito dan Ratri, (2024) membuktikan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penemuan Pakpahan dan Manurung (2024) juga sejalan, mengungkapkan bahwa daya tarik wisata terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Selain itu, penemuan Sa'adah, dkk. (2023) mengemukakan bahwa variabel daya tarik wisata memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Namun berbeda dengan penelitian Pebrianti, (2022) yang menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan serta

penemuan Saputro, (2020) yang menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain daya tarik wisata, *social media marketing* juga berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan. Pemasaran melalui media sosial adalah strategi promosi yang memanfaatkan *platform* media sosial untuk memperkenalkan produk maupun layanan (Utomo, dkk. 2024). Lubis, (2016) mengungkapkan bahwa pemasaran melalui media sosial melibatkan berbagai aktivitas antara lain membangun eksistensi di *platform* jejaring sosial, memperkuat *brand awareness*, mempertahankan loyalitas melalui konten yang diunggah serta meningkatkan konversi dan kunjungan ke situs *web*. Oleh karena itu, pengelola objek wisata harus memaksimalkan penggunaan media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas, Pengelola memastikan bahwa konten yang diunggah tidak hanya menarik tetapi juga konsisten, sehingga dapat menjaga hubungan baik dengan pengunjung dan berkontribusi pada peningkatan kepuasan mereka. Pada observasi awal yang dilakukan pada individu yang pernah berkunjung ke objek wisata, menunjukkan bahwa terdapat penilaian yang tergolong tinggi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan pada variabel *social media marketing*.

Era *digital* saat ini, konten yang dibagikan di media sosial memiliki pengaruh besar terhadap persepsi dan ekspektasi pengunjung terhadap suatu objek wisata. Pemasaran digital lewat media sosial saat ini ampuh untuk menarik perhatian pengunjung melalui gambar, video dan ulasan yang menarik. Namun, penting untuk memastikan bahwa konten yang dipromosikan di *social media* mencerminkan kenyataan agar tidak menimbulkan kekecewaan. Dengan hal tersebut, media sosial dapat memperkuat daya tarik wisata dan meningkatkan

kepuasan pengunjung. Memanfaatkan media sosial untuk menunjukkan sisi terbaik objek wisata dapat meningkatkan popularitas dan reputasi serta berkontribusi pada kepuasan pengunjung.

Uraian diatas didukung penelitian yang dilakukan oleh Fadila dan Zulistiani, (2024) menunjukkan bahwa *social media marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini seiring dengan penemuan Fauzi dan Amri (2024) yang juga menyatakan bahwa *social media marketing* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Akan tetapi tidak sejalan dengan hasil penelitian Cahyono (2023) yang menyatakan *social media marketing* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Melalui pembahasan diatas, diketahui bahwa meningkatnya jumlah pengunjung menunjukkan adanya tingkat kepuasan yang tinggi. Peningkatan kunjungan ini mencerminkan daya tarik yang kuat dari objek wisata Gatep Lawas Ambengan, yang didorong oleh pengelolaan *social media marketing* yang efektif. Selain itu, terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh variabel daya tarik wisata dan *social media marketing* terhadap kepuasan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan analisis melalui penelitian dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata dan *Social Media Marketing* terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Gatep Lawas Ambengan”**

## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Terdapat peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan pada objek wisata Gatep Lawas Ambengan.
2. Terdapat daya tarik wisata yang unik dan khas pada objek wisata Gatep Lawas Ambengan, yang mampu meningkatkan minat pengunjung dan mendorong tingginya kunjungan.
3. Terdapat penggunaan *social media marketing* dalam memperkenalkan dan mempromosikan objek wisata Gatep Lawas Ambengan, yang mampu membentuk ekspektasi positif dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah bertujuan untuk memusatkan perhatian pada isu yang akan diteliti. Agar pembahasan tidak melebar, peneliti perlu menetapkan Batasan yang jelas terhadap permasalahan yang dikaji yaitu pengaruh daya tarik wisata dan *social media marketing* terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan.

### **1.4 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan?
2. Bagaimana pengaruh *social media marketing* terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan?

3. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata dan *social media marketing* terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji tentang hal-hal berikut.

1. Menguji pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan.
2. Menguji pengaruh *social media marketing* terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan
3. Menguji pengaruh daya tarik wisata dan *social media marketing* terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan

### 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta menjadi referensi yang berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait dengan pengaruh daya tarik wisata dan pemasaran melalui media sosial terhadap kepuasan pengunjung.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana pengaruh daya tarik wisata dan pemasaran melalui media sosial terhadap kepuasan pengunjung. Hasil ini dapat dijadikan acuan oleh pengelola objek wisata maupun pihak terkait lainnya dalam upaya menciptakan dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

