

BAB I

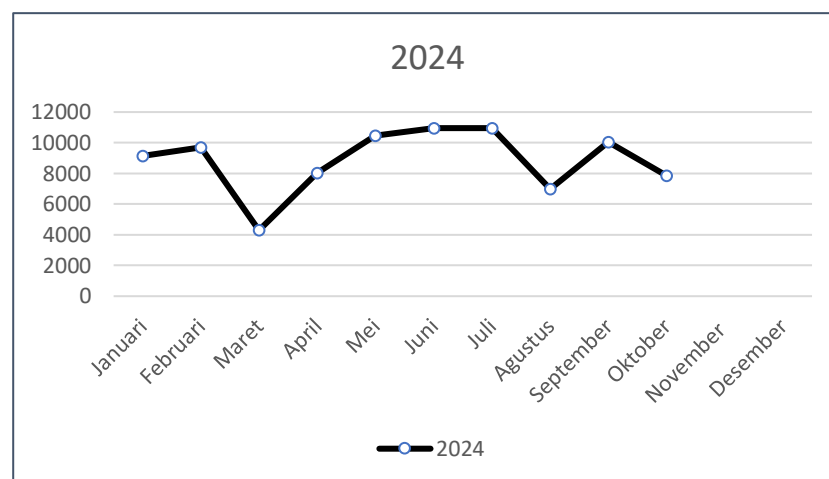
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia yang termasuk ke dalam jenis negara berbentuk kepulauan, memiliki banyak sekali keberagaman maupun keindahan. Bersamaan dengan anugerah itu, negara ini memiliki berbagai suku, adat, kebudayaan, maupun keindahan pesona alam yang dapat dijadikan sebagai potensi wisata. Wisata memiliki keterkaitan dengan konsep pariwisata yang merupakan suatu kegiatan memberi dan memelihara baik pelayanan wisata maupun daya tarik wisata (Adzan & Putra, 2022). Pelayanan yang diberikan juga termasuk pada fasilitas yang harus memberikan pengaruh dalam minat serta keputusan berkunjung wisatawan. Keputusan berkunjung merupakan perilaku konsumen yang telah mendapatkan pilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi. Keberagaman destinasi wisata di Indonesia memberikan pilihan-pilihan alternatif yang dapat dikunjungi oleh wisatawan seperti destinasi wisata budaya budaya, wisata bisnis, wisata religius, dan wisata alam (LSPR News, 2023). Pada destinasi wisata alam menawarkan destinasi berupa keindahan pegunungan, alam, pantai, hutan, taman nasional, dan perkebunan. Wisata perkebunan atau dapat disebut sebagai agrowisata merupakan sebuah destinasi yang di dalamnya memiliki percampuran dari sektor pariwisata dengan sektor perkebunan. Wisata perkebunan atau agrowisata seperti Wisata Agro Sirah Kencong yang berada di Kabupaten Blitar merupakan salah satu contoh destinasi agrowisata yang juga menjadi lokasi penelitian saat ini.

Kabupaten Blitar adalah daerah yang letaknya masuk ke dalam bagian administrasi Provinsi Jawa Timur. Di Kabupaten Blitar juga memiliki banyak destinasi wisata alam berbentuk agrowisata yang salah satunya ialah wisata Agro Sirah Kencong. Wisata Agro Sirah Kencong merupakan sebuah kawasan wisata yang memiliki nuansa alam serta perkebunan teh. Wisata agro Sirah Kencong ini, dikelola oleh PTPN I regional 5 Bantaran Jawa Timur. Wisata agro Sirah Kencong juga memiliki beberapa daya tarik lain seperti, wisata edukasi perkebunan teh, air

terjun, *café* (*Sky Tea Resto*), dan terdapat *glamping* atau penginapan yang nyaman. Menurut data yang diketahui melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Blitar, (2024) terdapat peningkatan jumlah pengunjung wisata yang sangat signifikan di daerah Kabupaten Blitar dari periode 2020 hingga 2023. Jumlah kunjungan di tahun 2020 berkisar 1.532.742 pengunjung, sedangkan pada tahun 2021 mengalami sedikit peningkatan menjadi 1.641.570 pengunjung dikarenakan adanya pelanggaran aturan pandemi COVID-19. Berlanjut di tahun 2022 hingga 2023 di Kabupaten Blitar mengalami peningkatan sebanyak 2.833.874 pengunjung, akibat dari selesainya era pandemi yang menjadi tanda kebangkitan sektor pariwisata. Kenaikan tersebut juga, berimbas kepada destinasi wisata agro Sirah Kencong yang mulai dipadati oleh pengunjung dan investor berupa *Cafe & Resto*, penginapan baru, dan *spot-spot* hiburan lainnya, namun *euphoria* setelah Covid terjadi sebuah penurunan wisatawan dan setelah dilakukan studi pendahuluan didapatkan data pengunjung sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Data Jumlah Kunjung Wisatawan 2024 Di Wisata Agro Sirah Kencong Blitar

Data: PT. Perkebunan Nusantara I Regional 5 (2024)

Apabila merujuk kepada data observasi awal, telah terjadi data kunjungan yang fluktuatif di Wisata Agro Sirah Kencong Blitar sehingga, pihak pengelola harus melakukan upaya yang dapat membuat kunjungan wisatawan meningkat

maupun setidaknya konsisten. Pada perkembangannya, wisata Agro Sirah Kencong mengalami beberapa masalah berupa jumlah kunjungan wisatawan yang fluktuatif. Upaya dalam mengatasi masalah minimnya kunjungan diperlukan adanya strategi pemasaran melalui media sosial. Pada era digital saat ini, internet adalah suatu kebutuhan yang cukup penting dan melekat pada kehidupan masyarakat luas. Internet juga telah dimanfaatkan oleh sektor ekonomi dan bisnis. Aplikasi web untuk saat ini, telah memberi peluang pada internet untuk mentransfer kemampuannya ke lingkungan sosial guna terjadinya interaksi secara online melalui media sosial (Tajvidi & Karami, 2021).

Media sosial adalah cara dalam membagikan sebuah unsur informasi baik berupa gambar, video, teks, maupun audio kepada khalayak umum (Kotler dan Keller, 2016 dalam Majid, 2023). Pembagian informasi berupa promosi melalui internet dapat dilakukan dengan berbagai media sosial seperti, Instagram, Facebook, Tiktok, LinkedIn, dan sebagainya. Media sosial berupa Instagram sering juga digunakan untuk memudahkan kegiatan promosi wisata guna menarik minat para wisatawan untuk melakukan kunjungan. Menurut datareportal.com (2024) pengguna yang aktif pada media sosial mencapai pada angka 139 juta jiwa dan untuk pengguna Instagram Indonesia berada di angka 100 juta pengguna. Penelitian mengenai media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan cukup banyak dipilih oleh para peneliti sebelumnya. Seperti Arifin Erika, Sudana Putu I, Sagita (2022) menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Para calon wisatawan akan mendapatkan informasi mengenai lokasi liburannya dan secara tidak langsung juga memberikan peluang bagi daya tarik wisata untuk mempengaruhi keputusan berkunjung dari para wisatawan.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, memberikan pengertian mengenai daya tarik yaitu seluruh unsur keunikan dan nilai keberagaman seperti, kekayaan alam, budaya, maupun buatan dari manusia dapat menjadi hal yang menarik untuk dikunjungi. Seperti penelitian terdahulu (Krisnayani et al., 2021) menghasilkan penelitian akan berpengaruhnya daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi wisata. Destinasi wisata agro Sirah Kencong Blitar juga memiliki daya tarik wisata yang cukup

terkenal, indah, dan memberikan fasilitas yang menarik sehingga dapat digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Fasilitas wisata merupakan prasarana yang telah disediakan oleh pengelola untuk memberi kepuasan kepada para pengunjung (Charli & Putri, 2020). Seperti pada penelitian (Lestari et al., 2022) fasilitas wisata mempengaruhi keputusan atau minat berkunjung wisatawan, sehingga dapat dikatakan jika fasilitas wisata pada suatu destinasi dapat mempengaruhi minat dari pengunjung untuk memilih suatu destinasi wisata.

Pada data observasi awal dan penjelasan di atas, diketahui apabila wisata Agro Sirah Kencong Blitar memiliki data kunjungan wisatawan yang fluktuatif sehingga, upaya mengatasi permasalahan yang terjadi yaitu dengan menambah instrumen pemasaran melalui media sosial Instagram. Pemasaran yang digunakan, berupa foto dan video yang diunggah melalui media sosial Instagram maupun mengelola objek wisata agar menjadi daya tarik bagi calon wisatawan. Upaya yang telah disebutkan di atas dapat dilakukan guna memberikan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Pada era saat ini terdapat beberapa faktor yang dapat digunakan yaitu kolaborasi dengan media sosial terutama Instagram. Penggunaan Instagram sebagai salah satu contoh dari alat promosi yang memiliki tujuan pembangunan terhadap citra positif pada suatu destinasi wisata. Selain itu, daya tarik wisata juga dapat memberikan pengaruh keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi pilihan. Daya tarik tersebut merupakan salah satu unsur dalam menarik minat wisatawan mendatangi wisata yang dipilih. Sebab, calon pengunjung akan melakukan riset dan menggunakan komponen persepsi dalam menentukan pilihan berkunjung maupun tidak, sehingga media sosial Instagram menjadi salah satu alat promosi yang tepat di era ini. Bahkan pemerintah daerah sedang gencar dalam pengembangan pariwisata di kabupaten Blitar (Fatkhurrohman, 2018), sehingga dapat sejalan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini dapat membantu pemerintah Kabupaten Blitar dan PT. Perkebunan Nusantara I Regional 5 dalam sektor pariwisata untuk semakin memperkenalkan kepada pengunjung baik lokal bahkan mancanegara bahwasanya wilayah Kabupaten Blitar juga terdapat wisata-wisata yang sangat indah maupun menarik yaitu Wisata Agro Sirah Kencong dengan mengenalkan melalui media sosial Instagram. Berdasarkan konteks permasalahan tersebut peneliti tertarik menciptakan penelitian dengan judul “Pengaruh Media Sosial

Instagram dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong Blitar”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada fenomena yang berada di bagian latar belakang, maka untuk rumusan masalahnya ialah sebagai berikut:

- a. Apakah media sosial Instagram memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong?
- b. Apakah daya tarik wisata memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong?
- c. Apakah media sosial Instagram dan daya tarik wisata memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong?

1.3 Tujuan

Menurut rumusan masalah, Adapun tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong.
- b. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong.
- c. Untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram dan daya tarik wisata secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong.

1.4 Hipotesis

Berdasar kepada fenomena, rumusan masalah, dan tujuan yang telah dibuat oleh peneliti, maka hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

- H1: Diduga tidak ada pengaruh media sosial Instagram secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong.
- H2: Diduga terdapat pengaruh media sosial Instagram secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong.

- H3: Diduga tidak ada pengaruh daya tarik wisata secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong.
- H4: Diduga terdapat pengaruh daya tarik wisata secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Wisata Agro Sirah Kencong.
- H5: Diduga tidak ada pengaruh media sosial dan daya tarik wisata secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke wisata agro Sirah Kencong.
- H6: Diduga terdapat pengaruh pengaruh media sosial dan daya tarik wisata secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke wisata agro Sirah Kencong.