

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan di dunia usaha semakin ketat dan kompleks. Banyak objek pariwisata yang berlomba untuk mendapatkan posisi dalam persaingan bisnis dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, pimpinan harus memiliki keahlian yang baik dan peka terhadap persaingan yang terjadi agar mampu mengantisipasi dan memenangkan persaingan usaha sehingga dapat menjalankan usaha dengan efektif dan efisien.

Pimpinan berkonsentrasi untuk mendapatkan posisi terbaik dihati konsumen daripada hanya sekedar bertahan hidup. Oleh karena itu, usaha objek wisata tidak hanya berusaha mendapatkan konsumen yang baru tetapi juga berusaha keras untuk mempertahankan konsumen yang telah mereka dapatkan. Harapan konsumen juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan, karena ekspektasi konsumen terhadap mutu suatu jasa objek wisata terus meningkat. Sekarang ini jasa objek wisata yang ditawarkan sudah sangat banyak dan bervariasi, maka pihak pimpinan harus mengerti bahwa konsumen cenderung akan memilih penawaran yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan.

Di berbagai daerah banyak nya sebuah wisata yang di lestarikan oleh suatu masyarakat atau pemerintah, ketika sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata tersebut dapat di kelola dengan baik sesuai yang di minati oleh masyarakat dapat menarik pengunjung baik dari dalam negeri ataupun luar negeri, di samping bernilai ekonomi yang tinggi, pariwisata dapat menumbuhkan dan dapat meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa. Wisata ialah tempat objek yang di minati oleh setiap individu atau masyarakat untuk di kunjungi, masyarakat berekreasi di suatu tempat untuk menghilangkan kestresan pada diri seseorang atau kejenuhan yang ada pada diri nya dan wisata yang paling di minati oleh masyarakat ialah tempat yang aman bersih dan enak di pandang oleh individu atau pelayanan di suatu wisata lebih baik agar pelayanan lebih puas untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Pada masyarakat atau pariwisata sebagian besar telah mengetahui adanya tempat wisata di karenakan tersebar nya berita di media sosial. Pimpinan harus mampu menciptakan ketertarikan berkunjung dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap objek wisata.

Menurut **(Hernita, 2019:47)** minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Faktor utama yang mempengaruhi ketertarikan berkunjung adalah kepuasan pelanggan.

Menurut **(Zainal, 2017:29)** kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Selain faktor kepuasan kerja, media sosial juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan ketertarikan berkunjung. Menurut **(Tjiptono & Chandra, 2016:31)** media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial atau menjadi secara daring dengan cara berbagi informasi.

Selain faktor media sosial, kenyamanan juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan ketertarikan berkunjung. Menurut **(Penry, 2020:61)** kenyamanan adalah suatu keadaan telah terpenuhi kebutuhan dasar manusia dengan baik.

Pemandian Aek Sijorni tempat wisata alam yang berada di Kelurahan sayur matinggi, tapanuli selatan, sumatra utara, lebih kurang 30 km dari kota padang sidempuan ke arah Mandailing natal. Tempat wisata Aek sijorni berupa Air Terjun bertingkat dengan air yang selalu Jernih karena aliran sungai yang melewati batu cadas dan tidak mengandung lumpur, di kelilingi banyak pohon Kelapa. Memasuki kawasan ini harus melalui Jembatan gantung Sungai Sayur Matinggi. Tempat ini sangat ramai pada hari libur, terutama saat hari lebaran. Masyarakat sangat berlomba – lomba untuk berpergian untuk mengunjungi pemandian Aek sijorni di karenakan ada nya informasi dari sosial media begitu indah nya wisata alam Aek sijorni. Dan Kegiatan pariwisata dalam kehidupan masyarakat dapat berdampak positif yaitu menciptakan lapangan pekerjaan

(kesempatan usaha) yang cukup luas bagi penduduk desa sayur madinggi dan sekitarnya. Peluang kerja tersebut antara lain bekerja sebagai petugas tempat pemungutan retribusi (TPR) untuk demi keamanan bagi pengunjung wisata Aek sijorni ,dan petugas parkir, petugas kebersihan, usaha dagang makanan dan minuman, serta usaha jasa angkutan (transportasi) adalah untuk membuat kenyamanan bagi pengunjung wisata Aek sijorni. Mengacu pada kenyataan ini, maka penelitian merasa tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang dampak keberadaan Taman Wisatai terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat sekitar. Berikut data perkembangan jumlah kunjungan pelanggan selama 6 bulan Periode 2020 pada pemandian alam Aek sijorni.

Tabel 1.1
Data Perkembangan Jumlah Kunjungan Pelanggan Selama 6 Bulan Periode 2020 Pada Pemandian Alam Aek Sijorni

N0	Bulan	Jumlah Pelanggan	Presentase% +/-	Pelanggan Yang Berkunjung
1	Januari	2110	35%	65%
2	Februari	1760	45%	55%
3	Maret	1980	33%	67%
4	April	1750	51%	49%
5	Mei	1850	38%	62%
6	Juni	742	60%	40%

(Sumber: pemandian alam Aek sijorni, 2021)

Berdasarkan dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa ada data perkembangan jumlah kepuasan pelanggan selama 6 bulan periode 2020 pada Pemandian Alam Aek Sijorni. Bulan januari jumlah pelanggan 2.110 orang dengan persentase 35% dan jumlah pelanggan yang berkunjung 65%. Bulan februari jumlah pelanggan mengalami penurunan menjadi 1.760 orang dengan persentase 45% dan jumlah pelanggan yang berkunjung 55%. Bulan maret jumlah pelanggan mengalami kenaikan menjadi 1.980 orang dengan persentase 33% dan jumlah pelanggan yang berkunjung 66%. Bulan april jumlah pelanggan mengalami penurunan menjadi 1.750 orang dengan persentase 51% dan jumlah pelanggan yang berkunjung 49%. Bulan mei jumlah pelanggan mengalami kenaikan menjadi 1.850 orang dengan persentase 38% dan jumlah pelanggan yang berkunjung 62%. Bulan juni jumlah pelanggan mengalami penurunan yang sangat pesat menjadi 742 orang dengan persentase 60% dan jumlah pelanggan yang berkunjung 40%. Di sebabkan oleh kurangnya kualitas kenyamanan, ketertarikan pengunjung yang di terapkan wisata Aek Sijorni tersebut. Dan kepuasan pelanggan tersebut tidak menentu sehingga para pelanggan mengalami keluhan pada kepuasan dan dalam kondisi seperti ini wisata mengakibatkan pelanggan Aek Sijornoin mengalami pemerosotan sehingga para pelanggan beralih ke wisata lain. Dari data di atas dapat di simpulkan bahwa media sosial, kenyamanan dan kepuasan kerja masih belum tercapai secara optimal.

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (**Setiyoning, 2017**) bahwa variabel media sosial berpengaruh signifikan terhadap ketertarikan berkunjung dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening (Studi Pada Poultry Shop UD Jatinom Indah, Kanigoro, Blitar). Penelitian yang dilakukan oleh (**Bayu Laksana, 2018**) bahwa variabel kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap ketertarikan berkunjung dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening sensus ekonomi di Kabupaten Jepara.

Dari masing-masing fenomena di atas, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul **pengaruh media sosial dan kenyamanan terhadap ketertarikan berkunjung dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi kasus Pemandian Alam Aek Sijorni)**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan kajian-kajian teori pemasaran dan fenomena yang telah di uraikan dari latar belakang, banyak faktor yang mempengaruhi ketertarikan berkunjung maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Proses interaksi masyarakat sekitar setelah keberadaan pemandian wisata Aek sijorni mengalami perubahan dikarenakan banyak wisatawan domestik maupun mancanegara yang datang.
2. Terdapat mobilitas sosial masyarakat sekitar, dimana masyarakat sayur malinggi banyak yang memosting di sosial media sekalian untuk memberi pelayanan dan kenyamanan bagi pengunjung wisata Aek sijorni.

3. Terdapat dampak sosial media bagi masyarakat sayur matinggi dengan adanya tempat wisata tersebut, yaitu baik dampak yang bersifat positif maupun negatif.
4. Kualitas pelayanan masih kurang
5. Kepuasan pelanggan masih rendah
6. Hubungan dengan pengunjung belum terjalin dengan baik
7. Pengaruh kualitas media sosial masih kurang

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih berfokus dan tidak menimbulkan banyak penafsiran maka perlu dibatasi permasalahan yang diteliti. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat diungkap secara lebih cermat dan teliti. Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, maka variabel-variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah media sosial dan kenyamanan berkunjung, variabel intervening adalah kepuasan pelanggan, sedangkan untuk variabel terikat adalah ketertarikan berkunjung. Objek penelitian Pemandian Alam Aek Sijorni. Periode penelitian tahun 2021.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap kepuasan pelanggan pada Pemandian Alam Aek Sijorni ?

2. Bagaimana pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pemandian Alam Aek Sijorni ?
3. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap ketertarikan berkunjung pada Pemandian Alam Aek Sijorni ?
4. Bagaimana pengaruh kenyamanan terhadap ketertarikan berkunjung pada Pemandian Alam Aek Sijorni ?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap ketertarikan berkunjung pada Pemandian Alam Aek Sijorni ?
6. Bagaimana pengaruh tidak langsung media sosial terhadap ketertarikan berkunjung dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Pemandian Alam Aek Sijorni ?
7. Bagaimana pengaruh tidak langsung kenyamanan terhadap ketertarikan berkunjung dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Pemandian Alam Aek Sijorni ?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang terdapat dilatar belakang masalah, maka tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menganalisa dan mengestimasi :

1. Pengaruh media sosial terhadap kepuasan pelanggan pada Pemandian Alam Aek Sijorni
2. Pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pemandian Alam Aek Sijorni

3. Pengaruh media sosial terhadap ketertarikan berkunjung pada Pemandian Alam Aek Sijorni
4. Pengaruh kenyamanan terhadap ketertarikan berkunjung pada Pemandian Alam Aek Sijorni
5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap ketertarikan berkunjung pada Pemandian Alam Aek Sijorni
6. Pengaruh tidak langsung media sosial terhadap ketertarikan berkunjung dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Pemandian Alam Aek Sijorni
7. Pengaruh tidak langsung kenyamanan terhadap ketertarikan berkunjung dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Pemandian Alam Aek Sijorni

1.5.2 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian tersebut maka dapat diperoleh manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dapat mengaplikasikan pengetahuan, pengalaman, dan wawasan peneliti dalam bangku perkuliahan jurusan manajemen dengan konsentrasi pemasaran.

2. Bagi objek penelitian

Dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi atas pengaruh media sosial dan kenyamanan terhadap ketertarikan berkunjung dengan kepuasan pelanggan

sebagai variabel intervening. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai bahan informasi dan masukan untuk meningkatkan ketertarikan berkunjung.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai tambahan referensi untuk penelitian yang akan datang sehingga akan membantu untuk mempercepat dan melengkapi penelitian yang diperlukan selanjutnya.