

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata adalah salah satu sektor prioritas pemerintah karena dinilai dapat membantu pembangunan perekonomian nasional maupun daerah/lokal. Kemajuan dan kesejahteraan ekonomi yang semakin tinggi menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia. Bahkan pariwisata telah menggerakkan manusia untuk mengenal alam dan budaya hingga ke berbagai belahan dunia. Pergerakan manusia inilah yang selanjutnya menggerakkan rantai ekonomi yang berkaitan dan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian dunia, perekonomian negara hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal khususnya masyarakat di destinasi pariwisata.

Sektor pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2019, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia mencapai 16,11 juta. Pada tahun 2022, peringkat wisata Indonesia naik pesat dari urutan 44 menjadi urutan 32 melampaui sejumlah negara tetangga. Melalui berbagai kebijakan pemerintah terus berupaya mengembangkan pariwisata Indonesia agar lebih maju dan dikenal di mata dunia. Pariwisata juga memiliki posisi strategis dalam peningkatan devisa negara. Industri pariwisata Indonesia mampu menyumbang sekitar US\$ 10 miliar devisa negara. Beberapa destinasi wisata

yang populer di Indonesia antara lain Bali, Lombok, Raja Ampat dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Gunungkidul, sebuah kabupaten di D.I Yogyakarta yang memiliki berbagai daya tarik wisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Kabupaten gunungkidul memiliki garis pantai terpanjang dan presentase terbesar di D.I Yogyakarta sehingga memiliki potensi pariwisata yang besar khususnya di kawasan Pantai selatannya. Berdasarkan data BPS Kabupaten Gunungkidul pada tahun 2021, sektor pariwisata merupakan penyumbang PDRB tertinggi sebesar 18,37%. Pemerintah daerah terus menerapkan strategi untuk mengembangkan pariwisata dengan mengubah citra negatif daerah dan mempromosikan potensi atraksi alam, budaya dan buaatannya. Perkembangan pariwisata di gunungkidul juga dipengaruhi oleh penyediaan sarana dan prasarana, pengembangan potensi wisata dan jasa pendukung pariwisata.

Kabupaten Gunungkidul memiliki banyak potensi pariwisata yang dapat dikembangkan. Potensi daya tarik wisata baik berupa alam, budaya dan buatan cukup banyak tersedia di Kabupaten Gunungkidul. Daya tarik wisata alam yang sudah dikembangkan antara lain berupa Pantai, bukit, hutan, pegunungan, gua, air terjun/curug, embung dan Sungai. Daya tarik wisata budaya yang telah dikembangkan baik bersifat berwujud seperti benda cagar budaya, perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya Masyarakat yang khas dan museum maupun yang bersifat tidak berwujud seperti kesenian. Sedangkan daya tarik wisata buatan yang telah dikembangkan antara lain kolam renang dan wahana permainan air, *flying fox*

dan embung. Berikut merupakan data potensi daya tarik wisata destinasi Kabupaten Gunungkidul:

**Tabel 1.1**  
**Potensi Daya Tarik Wisata destinasi Kabupaten Gunungkidul**

No	Jenis Daya Tarik Wisata	Potensi Daya Tarik Wisata	Jumlah	Telah dikembangkan
1	Alam	Pantai	103	60
		Gua	112	13
		Hutan dan Bukit	34	3 Hutan
				9 Bukit
		Sungai	32	4
		Air Terjun	16	4
		Gunung/Pegunungan	41	8
2	Budaya	Benda Cagar Budaya	435	
		Bangunan Cagar Budaya	45	
		Situs Cagar Budaya	129	
		Struktur Cagar Budaya	19	
		Perkampungan Tradisional	1	1
		Kehidupan Adat dan Tradisi Masyarakat	19 Desa Budaya	
			18 Rintisan Desa Budaya	
		Upacara Tradisional	114 Upacara Adat	
		Kesenian	12 Jenis, 808 Kelompok	
11 Jenis, 303 Kelompok				
3	Buatan	Kolam Renang dan Wahana Permainan Air	10	10
		Flying Fox	7	7
		Embung	3	4

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul

Dilihat dari berbagai potensi pariwisata, objek wisata pantai merupakan daya tarik wisata unggulan Kabupaten Gunungkidul yang terbentang 72 km

di wilayah selatan mulai dari ujung barat ke ujung timur. Lokasinya yang menghadap laut lepas, pasir putih, keragaman biota laut, iklim yang hangat umumnya menjadi daya tarik utama. Sedangkan aktivitas yang dapat dilakukan diantaranya main air, berenang, bermain pasir, olahraga, menyelam dan menikmati keindahan taman laut.

Keindahan Pantai khususnya pada saat matahari terbit (*sunrise*) dan terbenam (*sunset*), deburan ombak, terumbu karang dan segala hal yang terkait dengan ekosistem pesisir merupakan hal yang tak pernah usang dan bosan. Pemandangan lautan yang memberikan ketenangan dan kenyamanan wisatawan, aktivitas nelayan saat pulang dan pergi melaut, makanan khas produksi lautan, cinderamata yang unik dan khas merupakan daya tarik Pantai sebagai daerah tujuan wisata untuk berbagai segmen usia, jenis kelamin, sosial budaya dan tipe wisatawan. Sehingga tidak mengherankan Pantai yang landai, menghadap lautan lepas, berpasir putih, bersih dan indah selalu menjadi daerah tujuan wisata di segala zaman.

Melakukan perjalanan wisata merupakan salah satu aktivitas populer yang dilakukan seseorang ketika libur. Karena dengan melakukan perjalanan wisata, manusia dapat menikmati pemandangan yang ada di bumi. Islam juga menganjurkan umatnya untuk melakukan wisata. Hal tersebut tertuang dalam QS Al-Mulk ayat 15 sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah

sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

Pegembangan destinasi pariwisata tidak hanya berfokus pada potensi daya tarik wisata saja, namun harus memperhatikan aspek 4A (*Accessibility, Attractions, Amenities dan Ancillary Service*). Hal ini karena aspek 4A yang menjadi pelengkap keberadaan daya tarik wisata. Tanpa adanya aksesibilitas, atraksi, amenities dan fasilitas pendukung lainnya maka daya tarik wisata tersebut tidak layak menjadi destinasi pariwisata.

Aksesibilitas yang dapat memudahkan wisatawan menuju lokasi wisata meliputi sarana transportasi, petunjuk arah dan lain sebagainya. Beberapa aksesibilitas jalan diantaranya Jalan Lintas Selatan (JLS) yang terhubung langsung dengan daya tarik wisata Pantai. Pembangunan jalan ruas Gading-Ngoro-oro dengan tujuan pengembangan kawasan Patuk-Gedangsari-Prambanan untuk penyediaan akses jalan yang lebih nyaman dan mempersingkat waktu tempuh wisatawan ke tempat yang dituju.

Aspek atraksi merujuk pada kegiatan, objek atau aktivitas yang dilakukan wisatawan selama berwisata dan dapat memberikan kepuasan atau kenikmatan bagi pengunjung. Atraksi dapat berupa mencoba makanan khas suatu daerah atau lain sebagainya. Amenitas pada destinasi pariwisata Kabupaten Gunungkidul sudah tersedia namun masih sangat minim sehingga perlu pengembangan lagi. Selain hotel dan penginapan yang digunakan wisatawan untuk menetap sementara, restoran atau rumah makan yang

menjual makanan khas suatu daerah akan menjadi ketertarikan tersendiri bagi wisatawan.

Ketersediaan fasilitas pendukung (*Ancillary Service*) seperti fasilitas umum di kawasan pariwisata masih minim. Jarak rumah sakit, penginapan atau klinik kecil cukup jauh untuk ditempuh dari daya tarik Pantai. Ketersediaan fasilitas bank dan ATM hanya ada di lokasi tertentu yang kadang sulit dijangkau wisatawan. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Gunungkidul Pasal 8 Nomor 6 Tahun 2012 perihal retribusi tempat rekreasi dan olah raga dijelaskan bahwa Struktur besarnya tarif retribusi digolongkan berdasarkan lokasi, jenis pelayanan, dan jangka waktu pemakaian serta kemampuan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut maka terdapat 26 pos retribusi yaitu: Baron, Sepanjang (kemadang), Ngestirejo, Banjarejo, JJLS, Pulegundes, Tepus, Wediombo, Gunung Batur, Ngrenahan, Ngeberan, Siung, Watu Gupit, Ngedan, Embung Batara Sriten, Gunung Gambar, Goa Cerme, Retribusi Nglanggeran, Retribusi Bleberan, Retribusi Kalisuci, Retribusi Bejiharjo, Pantai Timang, GVG (*Green Village Gedangsari*), Gunung Gentong dan Hutan Wanasadi.

Melihat potensi wisata yang ada, didukung menggunakan aksesibilitas serta publisitas yang baik, maka akan mengoptimalkan pemasaran objek wisata (Nifita & Arisontha, 2018). Pemasaran adalah cara mempublikasikan kawasan wisata pada warga secara luas serta pemilihan metode pemasaran yang sesuai menjadi suatu keharusan agar daerah wisata menunjukkan eksistensinya yang dapat menarik minat pengunjung (Aji & Andadari, 2021).

Ada banyak sekali cara yang bisa dilakukan untuk mempromosikan suatu daerah wisata, salah satunya yaitu media sosial. Sebagai salah satu media komunikasi masa kini, media sosial telah menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia sehari-hari (Pradhana et al., 2022). Semula media sosial hanya digunakan untuk percakapan, namun saat ini media sosial dapat digunakan untuk memberikan informasi yang bisa disertai dengan foto maupun video sehingga akan jauh lebih menarik.

Dalam mempromosikan suatu objek pariwisata, kita dapat memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter*, *YouTube*, *Facebook* dan lain sebagainya agar penyebarannya lebih luas, mudah dan cepat. Dengan mengunggah foto/video yang menarik tentang suatu objek wisata di media sosial maka pengguna media sosial yang melihat akan memperoleh informasi mengenai objek wisata tersebut sehingga akan menarik untuk mengunjunginya. Selain mempromosikan melalui media sosial, peran pelaku bisnis wisata juga harus memperhatikan komponen destinasi wisata atau sering disebut 4A yakni atraksi wisata, aksesibilitas, amenities dan fasilitas tambahan. Sebagai daerah dengan objek wisata yang beragam, Kabupaten Gunungkidul tentu harus menampilkan produk/jasa yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Untuk memberikan kepuasan pada wisatawan tentunya pengelola wisata harus mempunyai lokasi yang mudah dijangkau dengan fasilitas yang memadai guna menunjang kebutuhan wisatawan saat berwisata. Selain itu

pengelola juga harus dapat mewujudkan harapan wisatawan yang berkunjung. Hal ini dikarenakan apabila harapan wisatawan dapat terwujud sesuai dengan keinginannya maka akan memberikan efek positif bagi pengelola sebuah wisata.

Sebagai *icon* pantai pasir putih di Yogyakarta, jumlah pengunjung objek wisata di Kabupaten Gunungkidul dari tahun 2020 hingga tahun 2022 cenderung mengalami peningkatan.

**Tabel 1.2**  
**Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Gunungkidul tahun 2020-2022**

No	Jenis	2020		2021		2022	
		Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman
1	Retribusi	1,844,348	3,350	1,779,821	1	2,870,235	610
2	Non Retribusi	133,798	103	157,806	7	235,828	99
<b>Jumlah</b>		1,978,146	3,453	1,937,627	8	3,106,063	709
<b>Jumlah Total</b>		1,981,599		1,937,635		3,106,772	

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul tahun 2023

Peningkatan jumlah pengunjung kawasan wisata baik dari wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara di Kabupaten Gunungkidul disebabkan karena daya tarik wisatanya yang beragam, terutama wisata pantai di kawasan pantai selatan. Deretan pantai Selatan ini memiliki panorama indah dengan hamparan pasir putih yang memukau dan air lautnya yang jernih. Lokasi pantainya yang strategis serta memanjang dan berdekatan



antara pantai lain memberikan kepuasan tersendiri bagi pengunjung. Selain itu fasilitas yang tersedia dan pelayanan yang baik memberikan kesan terhadap wisatawan yang datang sehingga dapat menaikkan minat berkunjung kembali.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Harga, dan 4A (*Attraction, Accessibility, Amenities dan Ancillary*) Terhadap Permintaan Wisata di Kawasan Gunungkidul”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Bagaimana pengaruh media sosial, Harga, dan 4A (*Attraction, Accessibility, Amenities dan Ancillary*) terhadap permintaan wisata di Kabupaten Gunungkidul?”.

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul?
3. Apakah *attraction* berpengaruh terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul?
4. Apakah *accessibility* berpengaruh terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul?
5. Apakah *amenities* berpengaruh terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul?

6. Apakah *ancillary* berpengaruh terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah diatas maka, tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *attraction* terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *accessibility* terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *amenities* terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *ancillary* terhadap permintaan wisata di kawasan Gunungkidul

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi serta dapat menjadi wahana pengembangan ide-ide

ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi pariwisata.

2. Bagi Pengelola Objek Wisata

Pengelola objek wisata khususnya Kabupaten Gunungkidul penulis berharap hasil penelitian ini bisa dijadikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan maupun penurunan jumlah wisatawan selama kurun waktu tahun 2020 sampai dengan tahun 2022. Selain itu penulis berharap penelitian ini dapat menjadi saran dan strategi untuk meningkatkan jumlah wisatawan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan atau referensi penelitian selanjutnya mengenai masalah konteks pariwisata.