

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Indonesia memiliki banyak potensi wisata alam juga budaya yang menjadi devisa negara. Keberadaan pariwisata menjadi salah satu penunjang pendapatan negara. Berbagai objek wisata Indonesia sudah banyak dikenal oleh wisatawan asing yang menjadi pilihan sempurna guna melepaskan kejenuhan baik individu maupun kelompok. Kedatangan wisatawan ini berdampak pada sektor industri kreatif yang saat ini sedang mengalami perkembangan (Fajrin, *dkk* 2021).

Pariwisata melahirkan berbagai macam industri sehingga aktivitas pariwisata mampu menggerakkan perekonomian Indonesia karena adanya supply (pasokan) dan demand (permintaan) terhadap produk barang dan jasa yang dibutuhkan untuk kegiatan orang-orang yang bepergian atau melakukan perjalanan (Eddyono 2021). Potensi wisata budaya yang dimiliki Indonesia sendiri merupakan salah satu kekayaan yang cukup beragam, sejak dari peninggalan jaman pra-sejarah hingga masa penjajahan Belanda dan Jepang (Saputro, *dkk* (2020)).

Salah satu pantai yang ada di Indonesia adalah pantai sorake. Pantai Sorake terletak di Pulau Nias, tepatnya di Desa Botohilitano, Kecamatan Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan dan posisi Pulau Nias berada di barat Pulau Sumatera. Pulau kecil yang terletak sekitar 85 mil dari daratan Sibolga, Pulau Nias memiliki luas kurang lebih 5.318 kilometer persegi ini memiliki sekitar 14 pantai dengan pasir putih yang bahari di sekeliling pulau (Ompusunggu, 2022). Karena berbatasan dengan Samudra Hindia, pantai-pantai di Nias memiliki gelombang yang

lumayan besar. Salah satu destinasi selancar yaitu Pantai Sorake. Hal ini yang membuat Nias identik dengan Pulau Bali. Meski Pulau Nias pernah diterjang gempa dan tsunami tetapi tetap saja pesona alam Nias tak lantas berubah begitu saja karena keindahannya yang masih menakjubkan. Bahkan, kini Nias mulai bersolek kembali menjadi salah satu bagian ikon pariwisata di Sumatera Utara (Sihombing *dkk.* 2022). Objek wisata Pantai sorake harus terus meningkatkan kualitasnya dan menjaga wisatawan agar tetap berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Sorake teluk dalam dan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut.

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung kembali ke objek wisata adalah tingkat kepuasan pengunjung. Wisatawan yang merasa tidak puas akan destinasi wisata akan menyebabkan pengunjung tidak bergairah dalam mengunjungi kembali destinasi wisata tersebut. Hal ini berdampak menurunkan jumlah kunjungan wisatawan ke tempat tujuan wisata apabila terjadi dalam jangka Panjang. Adapun jumlah pengunjung di pantai sorake pada tahun 2018-2022:

**Tabel 1. 1**

**Data Pengunjung pantai sorake 2017-2022**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
2018	2.857
2019	5.476
2020	2.796
2021	1.189
2022	1.256

**Sumber : Dinas pariwisata pemuda dan kebudayaan Nias Selatan**

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dilihat bahwa pengunjung di pantai sorake dari tahun ke tahun kian berkurang. Pantai sorake mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020, Berikut ini pra survey mengenai minat berkunjung kembali di pantai sorake:

**Tabel 1. 2**  
**Pra Survey Minat Berkunjung Kembali Di pantai Sorake**

Variable	Pernyataan	Ya	Tidak
Minat berkunjung kembali	1. Pentas seni menjadi daya tarik berkunjung kembali di tujuan wisata.	73,3%	26,7%
	2. jarak objek wisata dari pusat kota yang tidak terlalu jauh membuat wisatawan berkunjung kembali ke objek wisata pantai sorake.	76,7%	23,3%
	3. Harga tiket masuk ke pantai sorake dapat dijangkau semua kalangan.	63,3%	23,3%
	4. Produk wisata memiliki kekuatan sendiri sebagai daya tarik di tujuan wisata.	66,7%	33,3%

*Sumber: data olahan pra survey 2023*

Tabel di atas menunjukkan bahwa pernyataan pada variabel minat berkunjung kembali (y) di pantai sorake minat berkunjung kembali yakni: berdasarkan keindahan pantai, jarak objek wisata dari pusat kota yang tidak terlalu jauh membuat wisatawan berkunjung kembali ke objek wisata pantai sorake, harga tiket masuk ke pantai sorake dapat dijangkau semua kalangan dan produk wisata memiliki kekuatan sendiri sebagai daya tarik di tujuan wisata. Dominan jawaban

ya namun jika dilihat dari data pengunjung pada tabel 1.1 jumlah pengunjung pada tahun 2020 mengalami penurunan. Sehingga penulis menggunakan variabel minat berkunjung kembali sebagai variabel terikat pada penelitian ini.

Faktor lain yang mempengaruhi minat berkunjung kembali adalah iklan. Promosi (iklan) merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat ditemui dimana saja baik berupa media sosial maupun media cetak, sehingga melalui iklan jaringan promosi bisa lebih luas. Iklan menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pengunjung dan klien (Setiyorini, dkk 2018). Pada tahun 2015 Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 14 persen dari tahun 2014. Sebagai sebuah perbandingan kecil bahwa pengguna iklan media sosial di Indonesia pada tahun 2015 adalah 72,7 juta pengguna dengan 95 persen diantaranya adalah pengguna iklan media (Gumilar, 2015) didalam (Saragih, 2018) Salah satu contoh penggunaan iklan untuk pariwisata adalah media sosial pada tahun 2012 telah menunjukkan bahwa 76% wisatawan memposting foto liburan di jejaring sosial (Zivkovic, Gajic, & Brdar, 2014).

Sama halnya dengan pantai sorake, Iklan pantai sorake bisa kita temui di beberapa pergelaran, seperti pergelaran yang di lakukan Pemerintah Kabupaten Nias Selatan yang akan menggelar pertandingan selancar (surfing) atau Nias Selatan Open Surfing Contest (NSOSC) pada 25-28 Juli 2017. Kontes selancar tersebut digelar di Pantai Sorake. adapula ajang Nias Pro, nias Pro sendiri adalah adalah ajang *surfing* kelas dunia yang diikuti oleh peselancar dari belasan negara. Iklan pantai sorake juga bisa di lihat tanyangan ulangnya di youtube <https://youtu.be/h69SubFBH18>. Iklan pantai sorake biasanya di posting malalui media social oleh kepala dinas ibu Anggreani Dachi selanjutnya di teruskan dan terbitkan di berbagai website Nias selatan. Bukan hanya melalui media social melalui baliho yang di buat di setiap pinggir jalan



**Gambar 1. 1** Gambar iklan pantai sorake

**Tabel 1. 3**  
Prasurvey iklan di pantai sorake

Variable	Pernyataan	Ya	Tidak
Iklan	1. iklan lewat Media sosial, membuat wisatawan berkunjung kembali di pantai sorake	43,3%	56,7%
	2. Kegiatan promosi melalui iklan lewat radio dan televisi menarik wisatawan berkunjung kembali	13,3%	93,3%
	3. Kegiatan promosi melalui iklan yang di berikan di Pantai sorake sesuai dengan hasil sebenarnya	20%	80%
	4. Pesan iklan lewat baliho yang dipasang di pinggir jalan atau di tempat strategis menarik wisatawan untuk berkunjung kembali	70%	30%

*Sumber: Pra survey pantai sorake 2023*

Pada Tabel 1.3 merupakan hasil presurvey kepada pengunjung yang ada di pantai sorake sekaligus observasi langsung di pantai sorake, di tabel di atas menunjukkan untuk pernyataan-pernyataan pada variabel Iklan (X1) di Pantai sorake bahwa iklan lewat Media social, Kegiatan promosi melalui iklan lewat radio, dan televisi, Iklan yang di berikan di Pantai sorake tidak sesuai dengan hasil sebenarnya serta Kegiatan promosi melalui iklan lewat baliho di pinggir jalan, tidak menarik pengunjung untuk berkunjung Kembali. Sehingga dapat dilihat bahwa iklan dianggap sebagai permasalahan yang ada di pantai sorake

Selain memperhatikan iklan, fasilitas juga mempengaruhi minat berkunjung kembali. Menurut Bismark dalam (Rizal Dkk., 2021) menyatakan ketersedianya fasilitas merupakan salah satu hal yang diamati dan di pertimbangkan ketika akan mengunjungi kembali salah satu destinasi wisata. Fasilitas adalah suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu obyek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata. jika suatu objek wisata memiliki fasilitas yang lengkap serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka hal ini akan menarik wisatawan untuk dapat berkunjung kembali ke tempat wisata tersebut. (Rizal dkk., 2021)

Sama halnya dengan pantai sorake, pantai sorake sering disebut “Pesona Pulau Impian” Nias dan berhasil menyuguhkan pemandangan pariwisata yang epik bagi para wisatawan. Salah satunya fasilitas yang ada di pantai sorake pondok, gazebo, restoran, café, dan sebagainya. Namun demikian dari hasil observasi, penyediaan fasilitas sarana dan prasarana dipandang masih belum optimal dalam mengakomodir upaya gencaran promosi pariwisata pemerintahan setempat.

Berikut hasil Pra survey kepada pengunjung pantai sorake sekaligus observasi lapangan langsung yang di lakukan oleh peneliti di pantai sorake.

**Tabel 1. 4**  
**Pra survey fasilitas pantai sorake**

Variable	Pernyataan	Ya	Tidak
Fasilitas	1. Objek wisata Pantai Sorake memiliki fasilitas yang cukup memadai seperti tempat ibadah, toilet umum, kantin	23,3%	76,7%
	2. Terdapat beberapa fasilitas yang mendapat perhatian dari pengelola misalnya kebersihan air dan kebersihan lingkungan sekitar Pantai	17,3%	83,3%
	3. Bangunan dan pondok terlihat bagus dan terawat	7,3%	93,9%
	4. Objek wisata pantai sorake menyediakan tempat parkir yang tidak beraturan.	20%	80%
	5. Fasilitas seperti area bermain anak-anak, atraksi air, wisata kuliner dan oleh-oleh sangat menarik dan banyak jumlahnya	13,3%	87,3%

**Sumber: data olahan pra survey 2023**

Pada tabel 1.4 menunjukkan untuk pernyataan pada variabel Fasilitas (X2) bahwa Objek wisata Pantai Sorake memiliki fasilitas yang tidak memadai seperti tempat ibadah, toilet umum, kantin, Terdapat beberapa fasilitas yang kurang mendapat perhatian dari pengelola misalnya kebersihan, Bangunan dan pondok terlihat tidak bagus dan tidak terawat, tempat parkir yang tidak beraturan, Fasilitas

seperti area bermain anak-anak, atraksi air, wisata kuliner dan oleh-oleh tidak menarik. Untuk itu dapat dilihat bahwa Fasilitas dianggap salah satu permasalahan yang ada di pantai sorake

Gambar 1.1



Gambar 1. 2 Gambar pantai sorake

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian tentang permasalahan pada pantai yang berkaitan dengan judul **“Pengaruh Iklan Dan fasilitas Terhadap Minat Berkunjung kembali Di Objek Wisata Pantai Sorake Kabupaten Nias Selatan**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan yang ada yaitu:

1. Objek wisata Pantai Sorake memiliki fasilitas yang tidak memadai seperti tempat ibadah, toilet umum, kantin dan tempat parkir kendaraan.
2. Bangunan dan pondok terlihat tua dan tidak terawat
3. Fasilitas seperti area bermain anak-anak, atraksi air, wisata kuliner dan oleh-oleh tidak menarik pengunjung.
4. Iklan media social tidak menarik pengunjung untuk berkunjung kembali seperti kegiatan promosi melalui iklan dalam media sosial, tidak sesuai dengan hasil sebenarnya.
5. Beberapa pengunjung yang pernah berkunjung tidak pernah melihat adanya promosi iklan di media sosial

## 1.3 Pembatasan Masalah

Dari paparan diatas untuk mencegah adanya penafsiran yang salah dan tidak teratur maka penulis menetapkan batasan dan ruang lingkup penelitian, yaitu antara variabel iklan, fasilitas dan minat berkunjung kembali.

## 1.4 Rumusan masalah

Bedasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh iklan terhadap minat berkunjung kembali di pantai sorake?
2. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di pantai sorake?

3. Apakah terdapat pengaruh iklan dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di pantai sorake?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap minat berkunjung kembali di pantai sorake
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di pantai sorake
3. Untuk mengetahui pengaruh iklan dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di pantai sorake

### **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti  
Sebagai wadah untuk menambah wawasan, pengetahuan dan penerapan ilmu selama masa perkuliahan juga sebagai wadah untuk meningkatkan kemampuan penulis dalam berfikir dan menulis karya ilmiah khususnya tentang pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen
2. Bagi pariwisata  
Dapat digunakan sebagai tambahan informasi dalam membantu manajemen untuk mencapai tujuan pariwisata tersebut, khususnya informasi untuk pengambilan kebijakan dalam memahami konsep dari iklan, Fasilitas dan minat berkunjung kembali di pantai sorake
3. Bagi Universitas Negeri Medan  
Menambah literature kepustakaan Universitas Negeri Medan mengenai pengaruh fasilitas, lokasi, dan keputusan pembelian konsumen
4. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan peneliti di masa yang akan datang