

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambar Objek Penelitian

Provinsi Jawa Tengah merupakan provinsi yang terletak di Pulau Jawa dengan berbatasan langsung dengan 3 provinsi yaitu Jawa Barat, Jawa Timur dan DI Yogyakarta di bagian selatan. Secara administrasi, Provinsi Jawa Tengah memiliki 29 kabupaten dan 6 kota, 576 kecamatan dan 8559 desa/kelurahan. Provinsi Jawa Tengah beribu kota di Semarang. Provinsi Jawa Tengah mempunyai luas wilayah sebesar 32,800.69 Km² dan jumlah penduduk sebesar 37,032.4 Juta sehingga membuat Provinsi Jawa Tengah merupakan provinsi terpadat ketiga di Pulau Jawa.

Selain itu, jika dilihat dari pariwisatanya Jawa Tengah memiliki wisata sebanyak 1130 dengan rincian 418 wisata alam, 175 wisata budaya, 365 wisata buatan dan 776 wisata minat khusus (Disporapar, 2021). Lebih lanjut lagi Jawa Tengah memiliki berbagai potensi wisata sejarah dan budaya, wisata alam dan wisata religi. Dari berbagai potensi wisata yang ada pada Provinsi Jawa Tengah yang paling menjadi unggulan adalah wisata budaya oleh karena itu Jawa Tengah dikenal sebagai jantung budaya Jawa (Kristantri, 2020). Wisata Budaya tersebut dapat berupa peninggalan kerajaan-kerajaan kuno yang ada di Jawa tengah yaitu salah satunya adalah candi seperti Candi Borobudur yang merupakan candi terbesar di dunia, Candi Mendut, Candi Pawon dan masih banyak lagi dengan total 18 kompleks candi. Lalu untuk wisata alam ada beberapa yang menjadi destinasi favorit wisatawan yaitu Dataran Tinggi Dieng, Gunung Prau, Batu Raden, Taman nasional Merbabu dll (Tripadvisor, 2022).

Lebih lanjut lagi Provinsi Jawa Tengah juga memiliki wisata religi populer seperti Masjid Raya Sheikh Zayed Solo, Masjid Agung Semarang, Makam Sunan Kalijaga, Makam Sunan Kudus dll (Money Duck, 2023).

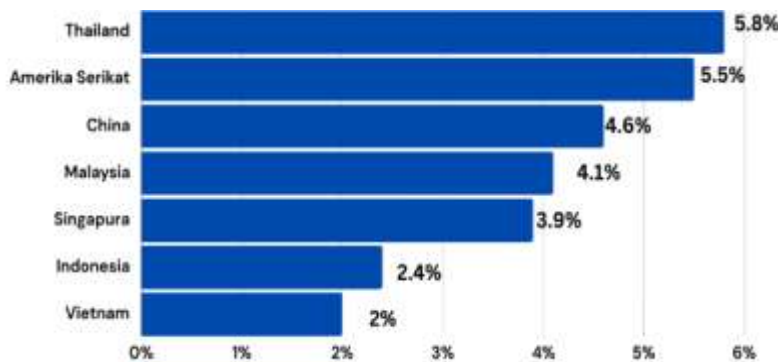
1.2 Latar Belakang

Fenomena media sosial telah menggeser dan mentransformasi cara kerja pemasaran konvensional, sehingga menciptakan pemasaran digital (Indrawati et al., 2023). Pemasaran digital dapat berupa pemasaran situs web, pemasaran email dan pemasaran media sosial (Piñeiro-Otero & Martínez-Rolán, 2016). Menurut Alalwan et al., (2017), Pelanggan kini mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi dalam proses pembelian. Menurut GoodStats 2023, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta pengguna media sosial dan media sosial juga merupakan jenis aplikasi yang paling sering digunakan baru disusul oleh website dibawanya (Yonatan, 2023). Dari data tersebut kita dapat melihat pentingnya menggunakan media sosial dan *website* sebagai media pemasaran digital untuk mempromosikan produk.

Media sosial dan *website* juga sangat penting disektor pariwisata. Hal ini dikarenakan wisatawan mulai mencari informasi tentang tujuan wisata melalui *website* dan media sosial (Ramkissoo, 2017). Kepemilikan perangkat teknologi informasi dan komunikasi, seperti laptop, tablet, *ipad* dan ponsel pintar di kalangan wisatawan telah mendorong penggunaan sosial media dan *website* dalam perencanaan, promosi dan konsumsi sektor pariwisata (Parra-López et al., 2011). Menurut Law et al., (2018), informasi tujuan wisata yang tersedia di platform elektronik, seperti media sosial dan *website* hal ini telah memberikan kontribusi signifikan terhadap promosi bisnis pariwisata.

Sektor pariwisata memiliki peran vital dalam mendorong perekonomian (Sahata et al., 2022). Lebih lanjut lagi sektor pariwisata mampu mendorong pertumbuhan perekonomian melalui peluang investasi, peluang kerja, peluang berusaha yang mampu mendorong kesejahteraan masyarakat (Juliarizka et al., 2018). Menurut (Satu Data Indonesia, 2020), sektor pariwisata pada tahun 2018 dan 2019 penyumbang utama penerimaan devisa dalam perekonomian Indonesia di atas minyak kelapa, batu bara dan minyak & gas bumi. Oleh karena itu sektor pariwisata

harus lebih diperkuat lagi sehingga bisa menyumbang devisa lebih banyak lagi, mengingat ketiga sektor lainnya merupakan hasil alam yang suatu saat bisa habis. Namun, pada tahun 2020 terjadi *covid-19* dan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling terdampak. Sehingga pada tahun 2020 sektor pariwisata hanya mampu menyumbang devisa negara sebesar US\$ 3.31 miliar jauh jika dibandingkan dengan tahun 2019 yang menyumbang devisa untuk negara sebesar US\$ 16.91 miliar. Namun, pada tahun 2022 dan 2023 sudah mengalami tren kenaikan dengan sektor pariwisata menyumbang devisa negara sebesar US\$ 4.26 miliar dan US\$ 5.95 miliar (Kusnandar, 2023). Lebih lanjut lagi terlihat seperti pada gambar 1.2 di mana pariwisata Indonesia berkontribusi 2,4% terhadap PDB dengan angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan kontribusi pariwisata terhadap PDB terbesar ke-6 di dunia.

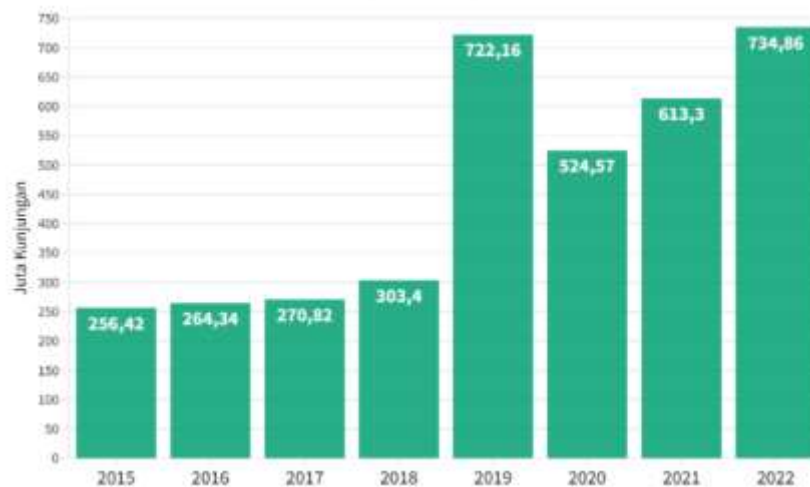


Gambar 1. 1 Kontribusi Pariwisata di Dunia Terhadap PDB

Sumber: Good Stats 2023

Menurut laporan dari Travel & Tourism Development Index industri pariwisata Indonesia pada tahun 2021 berada diperingkat 32 dari total 117 negara seluruh dunia. Posisi tersebut naik 8 peringkat dibanding capaian 2019 (Anam, 2022). Menurut Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif hal tersebut merupakan indikator pemulihan disektor pariwisata setelah pandemi *covid-19*. Sedangkan untuk jumlah kunjungan wisatawan nusantara juga mengalami pemulihan. Mustajab (2023) “menjelaskan berdasarkan data BPS tercatat, ada 734.86 juta kunjungan wisatawan nusantara pada tahun 2022. Jumlah itu naik

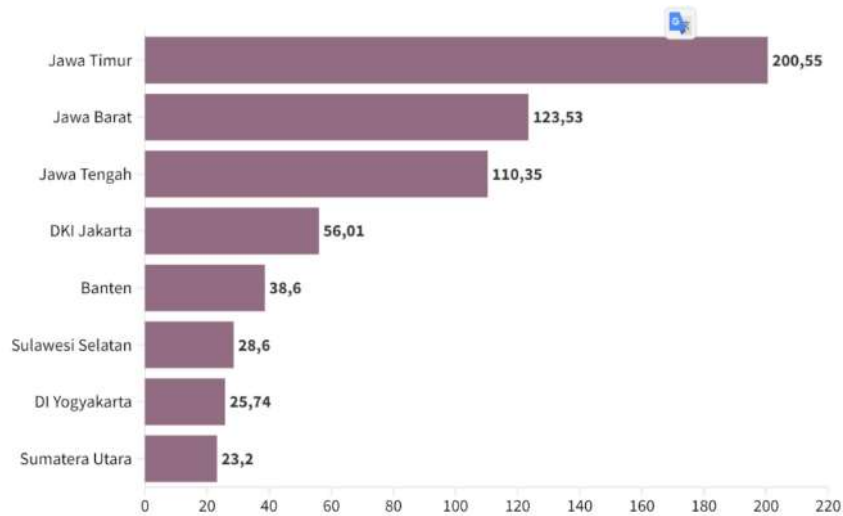
19.82% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang sebanyak 613.30 juta kunjungan. Tercermin dari Gambar 1.3 dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan nusantara di Indonesia mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh pembatasan pergerakan masyarakat dalam negeri sebagai dampak dari pandemi *Covid-19*”.



Gambar 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara (2015-2022)

Sumber: BPS (2022) dalam DataIndonesia.id (2023)

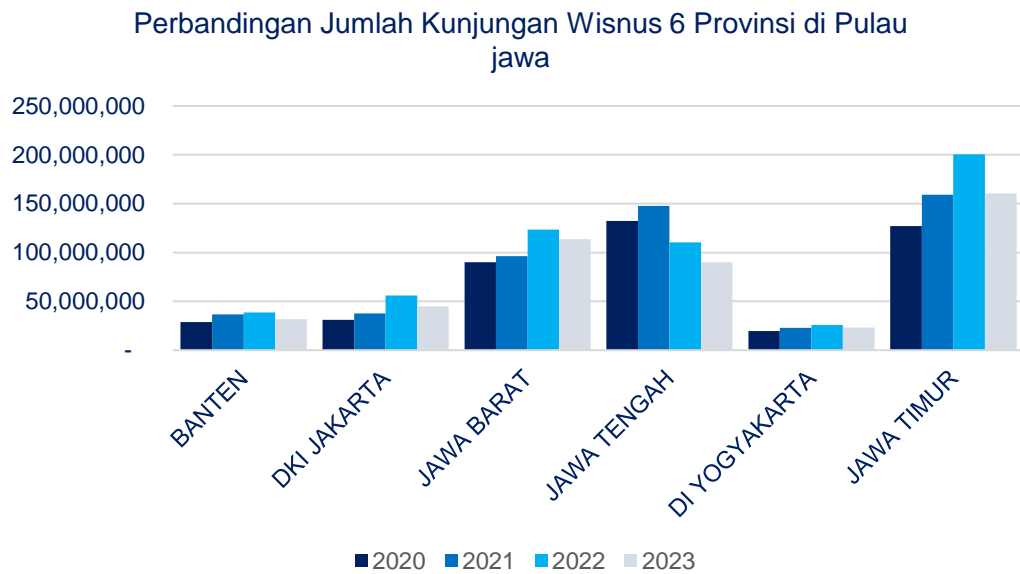
Saat ini, Pulau Jawa masih menjadi destinasi utama bagi wisatawan nusantara seperti yang tercermin pada gambar 1.4 dari total 734.86 juta kunjungan wisata di Indonesia, sebanyak 75.49% mengunjungi pulau tersebut pada tahun 2022 (Pratiwi, 2023). Selain itu jika dilihat dari jumlah penduduknya menurut data dari BPS pada tahun 2022 jumlah penduduk di Pulau Jawa Mencapai 154 juta penduduk. Dengan rincian Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah penduduk sebesar 49,405 Juta, Jawa Timur 41,150 Juta, Jawa Tengah 37,032.4 Juta, Banten 12,252 Juta, DKI Jakarta 10,680 Juta dan DI Yogyakarta 3,761.9 Juta (BPS, 2022).



Gambar 1.3 8 Provinsi dengan Jumlah Kunjungan Wisnus Tertinggi 2022

Sumber: DataIndonesia.id, 2023

Jawa Tengah menjadi salah satu provinsi dengan kunjungan wisatawan nusantara terbanyak ketiga di Indonesia dengan total kunjungan mencapai 110.35 juta (Erlina, 2023). Namun, jika kita bandingkan dengan Jawa Timur dan Jawa Barat total kunjungan wisatawan nusantara Jawa tengah masih tertinggal dari dua provinsi tersebut (Pratiwi, 2023). Lebih lanjut lagi apabila kita bandingkan dengan Provinsi seperti Banten, DKI Jakarta dan DI Yogyakarta seperti halnya yang tercermin pada gambar 1.5, provinsi-provinsi tersebut secara kunjungan memang masih di bawah dari Provinsi Jawa Tengah akan tetapi 3 provinsi tersebut mengalami tren kenaikan kunjungan wisatawan nusantara setelah pandemi *covid-19* seperti halnya Provinsi Jawa Timur dan Jawa Barat (Arifatin & Utari, 2023). Perbandingan data yang tercermin pada gambar 1.5 menunjukkan bahwa penyedia layanan Provinsi Jawa Tengah harus lebih fokus dalam mendorong *tourist behavioral intention* baik itu *intention to visit destination* maupun *intention to eWOM*. Hal ini dikarenakan *Tourist behavioral intention* sangat penting dalam industri pariwisata karena mencerminkan sejauh mana wisatawan akan mengunjungi suatu destinasi dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada wisatawan lain (Khozaei et al., 2023).



Gambar 1. 4 Perbandingan Jumlah Kunjungan Wisnus 6 Provinsi di Pulau Jawa

Sumber: BPS, 2023

Dari penjelasan di atas maka penelitian ini akan menggunakan model dari penelitian yang dilakukan oleh Armutcu et al., (2023), di mana faktor yang mempengaruhi *Tourist Behavioral Intention* yaitu *Tourist destination online content*, *Online Content Satisfaction* dan *Digital marketing interaction*. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut apakah *Tourist destination online content*, *Online Content Satisfaction* dan *Digital marketing interaction* yang akan dilakukan di Pariwisata Provinsi Jawa Tengah berpengaruh terhadap *Tourist Behavioral Intention* dengan judul penelitian **“Peran *Tourist destination online content* Dalam Mempengaruhi *Tourist Behavioral Intention* Pada Pariwisata di Jawa Tengah”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada di latar belakang kunjungan wisatawan nusantara yang ke Provinsi Jawa Tengah setelah tahun 2021 mengalami tren yang menurun. Bahkan pada tahun 2021 hingga tahun 2023 Provinsi Jawa Tengah selalu tertinggal

dengan Provinsi Jawa Timur. Sedangkan pada tahun 2022 dan 2023 Provinsi Jawa Tengah juga tertinggal dari Provinsi Jawa Barat dimana sebelumnya pada tahun 2020 dan 2021 Provinsi Jawa Tengah masih unggul dari Provinsi Jawa Barat.

Oleh karena itu peneliti akan mencoba meneliti variabel *Tourist destination online content*, *Online Content Satisfaction* dan *Digital marketing interaction* sebagai variabel *intervening*, maka akan dilihat variabel mana yang akan memiliki pengaruh besar dalam *Tourist Behavioral Intention* pada pariwisata di Provinsi Jawa Tengah.

Berdasarkan literatur *review* yang sudah pernah dilakukan, belum ada penelitian yang membahas mengenai pariwisata di Jawa Tengah dengan variabel yang sudah disebutkan diatas.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar penilaian responden tentang *Tourist destination online content*, *Online Content Satisfaction* dan *Digital marketing interaction* terhadap pariwisata di Jawa Tengah?
2. Seberapa besar pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Content Online Content Satisfaction*?
3. Seberapa besar pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Tourist behavioral intention*?
4. Seberapa besar pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Digital marketing interaction*?
5. Seberapa besar pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Tourist behavioral intention* melalui *Content Online Content Satisfaction*?
6. Seberapa besar pengaruh *Content Online Content Satisfaction* terhadap *Tourist behavioral intention*?
7. Seberapa besar pengaruh *Digital marketing interaction* terhadap *Tourist behavioral intention*?

8. Seberapa besar pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Tourist behavioral intention* melalui *Digital marketing interaction*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui berapa besar penilaian responden tentang *Tourist destination online content*, *Online Content Satisfaction* dan *Digital marketing interaction* terhadap pariwisata di Jawa Tengah
2. Untuk mengetahui pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Content Online Content Satisfaction*
3. Untuk mengetahui pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Tourist behavioral intention*
4. Untuk mengetahui pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Digital marketing interaction*
5. Untuk mengetahui pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Tourist behavioral intention* melalui *Content Online Content Satisfaction*
6. Untuk mengetahui pengaruh *Content Online Content Satisfaction* terhadap *Tourist behavioral intention*
7. Untuk mengetahui pengaruh *Digital marketing interaction* terhadap *Tourist behavioral intention*
8. Untuk mengetahui besar pengaruh *Tourist destination online content* terhadap *Tourist behavioral intention* melalui *Digital marketing interaction*

1.6 Kegunaan Penelitian

- a. Aspek Teoritis

Peneliti berkeinginan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk penelitian berikutnya dengan pokok variabel yang serupa.

- b. Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan di Provinsi Jawa Tengah dengan memanfaatkan sosial media dan saluran pemasaran digital.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan memiliki tujuan untuk memudahkan pembaca dalam memberikan arahan serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan tesis ini, Sehingga menyusun sebagai berikut:

a. **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan secara umum tentang objek yang akan diteliti, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan dan sistematika penelitian.

b. **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menerangkan tentang topik dan variabel yang digunakan untuk penelitian, yang memuat tentang teori, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Bab ini terdiri dari sub bab rangkuman teori dan kerangka penelitian.

c. **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menerangkan mengenai pendekatan, metode dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Bab ini terdiri dari jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, serta teknik analisa data.

d. **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menerangkan tentang hasil penelitian dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini terdiri uraian mengenai hasil penelitian dan pembahasannya.

e. **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan