

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Perkembangan Bisnis dalam berbagai Industri di Indonesia saat ini berkembang dengan sangat luas baik dari industri pertanian, perikanan, pertambangan, pariwisata dan berbagai macam industri lainnya. Salah satu industri Bisnis yang sekarang telah berkembang dengan begitu pesatnya adalah Bisnis Pariwisata. Dari berbagai provinsi, pulau dan daerah-daerah terpencil di Negara Indonesia ini, memiliki berbagai macam tempat-tempat wisata yang sekarang sedang gencar-gencarnya dicari oleh para investor dalam ataupun luar negeri. Di berbagai macam social media sering kita temui tempat-tempat wisata indah yang bahkan lebih indah dari Luar negeri. Bali mungkin merupakan tempat yang sudah tidak asing lagi bagi para pencinta pariwisata karena terkenal dengan banyaknya tempat wisata indah yang terdapat disana. Bukan hanya touris lokal yang mengenal objek wisata di Bali, bahkan sampai ke luar negeri Bali dikenal banyak orang. Namun, Banyak yang belum tau bahwa Maluku merupakan surga Pariwisata, Surga bagi para pencinta Pantai dan wisata bawah laut. Berbagai macam tempat wisata akan kita temui ketika berkunjung ke Maluku.

Banyaknya tempat wisata yang terdapat di Maluku membuat tidak semua masyarakat mengetahui semua tempat wisata tersebut. Tempat-tempat yang telah terekspose di Maluku antara lain :

1. Taman Laut Manusela

Pemandangan Taman Laut yang indah mengingat pantai di Maluku masih banyak yang belum terjamah. Wisata ini dapat dinikmati di Pulau Tiga, Manusela Beach, Pulau Banda

2. Pantai Pasir Panjang

Pantai Pasir Panjang yang di Tual Maluku Tenggara merupakan pantai yang sangat menakjubkan dengan pasir putihnya yang sangat panjang dan lembut menyerupai tepung itu membuat mata tak tahan melihatnya disiang hari karena memancarkan cahaya yang menyilaukan.

3. Pantai Natsepa, Ambon

Pantai berpasir putih ini terletak di tepi jalan Provinsi dan menghadap ke beberapa Pulau. Sambil menikmati keindahan panorama juga dapat menikmati es kelapa muda dan rujak buah khas Natsepa. Sangat bagus untuk liburan akhir pekan keluarga dan kerabat sayang kalau tidak menikmatinya.

4. Pintu Kota, Ambon

Pantai pintu kota yang juga masih ada di ujung Pulau Ambon ini sangat menarik dengan batu karang khasnya yang sangat besar dan berlubang seperti pintu dan ada lorong di bawahnya membuat wisatawan yang datang tak henti-hentinya mengabadikan salah satu wujud kebesaran Tuhan yang sulit ditemui di tempat lain. Pintu kota juga merupakan sebuah batu karang besar berbentuk gapura yang menjorok ke Laut Banda di antara Desa Airlouw dan Desa Seri, sebelah Jazirah Leitimor. Tersedia beberapa fasilitas berteduh terutama untuk menikmati panorama matahari terbit dan bentuk-bentuk batu karang yang spesifik.

5. Benteng Duurstede, Saparua

6. Benteng Amsterdam, Ambon

7. Benteng Victoria, Ambon

8. Banda Neira, Banda

9. Benteng Belgica, Banda

10. Pantai Hunimua, Ambon (Pantai Liang)

Terletak di sebelah timur laut jazirah Leihitu berhadapan dengan Pulau Seram berpasir putih sepanjang kurang lebih 4 km, berjarak 40 km dari pusat kota. Air lautnya bening mengundang setiap pengunjung untuk terjun ke laut. Sebuah restoran di laut milik masyarakat setempat menyediakan makan khas Maluku, ikan bakar dan colo-colo. Bersebelahan dengan pantai ini terdapat Dermaga Feri untuk penyerbangan ke Pulau Seram, bekas lapangan terbang Jepang yang dipakai zaman Perang Dunia II. Di seberang pantai ini terletak cagar alam/taman laut Pulau Pombo sebuah pulau karang atoll berpasir putih dan dihuni oleh burung-burung Pombo (merpati).

11. Pantai Ngur Sarnadan (Pasir Panjang), Kai

12. Pantai Ngurtafur, Pulau Waha, Kai

13. Gua Ohoidertavun di Letvuan, Kai

14. Sawai, Seram Utara

15. Leksula, Buru

16. Pantai Latuhalat, Ambon
17. Tanjung Marthafons, Ambon
18. Taman Nasional Manusela, Seram
19. Air Terjun Waihetu, Rumahkay, Seram
20. Pantai Hatuurang
21. Pantai Lokki, Seram
22. Pantai Englas, Seram
23. Pantai Labuan Aisele, Seram Utara
24. Pantai Ora, Saleman, Seram Utara
25. Pulau Kasa, Seram
26. Pulau Pombo
27. Pulau Tiga
28. Pulau Luciapara
29. Pulau Ay, Run dan Rozengain (Hatta), Kepulauan Band
30. Weluan, Kep. Tanimba
31. Pulau Bais
32. Tanjung Sesar, Seram
33. Pulau Panjang, Pulau Lulpus dan Pulau Garogos
34. Gunung Booi
35. Kilfura, Seram
36. Pantai Soplepsy, Seram
37. Pantai Manuala

Pantai yang tenang dan sejuk dengan banyaknya pepohonan di tepian pantai di dalamnya menyimpan pesona terumbu karang yang masih alami bercanda dengan satwa laut.

34. Gua Lusiala, Seram
35. Pantai Kobisadar
36. Ahuralo, Amahai
37. Batu meja masahatu, hualoy-seram
38. Gua Hutan Kartenes
39. Goa Akohy di Tamilouw, Seram
40. Benteng Titaley, Seram
41. Danau Binaya, Piliana

- 42 Tawiri, Ambon
- 43 Pemandian Air Panas Tulehu, Ambon
- 44 Sungai kali ama,hualoy-seram

- 45 Pantai maruru,hualoy-seram

Salah satu tempat wisata yang akan penulis perkenalkan sebagai objek penelitian adalah Ora Beach Resort (Pantai Ora). Untuk sebagian besar pengguna sosial media, Ora Beach Resort mungkin sudah tidak asing lagi karna banyak pengunjung Ora Beach Resort yang selalu mengaploud foto-foto mereka di social media, terutama instagram, terdapat 18,288 hastag OraBeach (#orabeach) dan 4,754 hastag Ora Beach Resort.

Ora Beach Resort terletak di antara puncak indah, Teluk Sawai - sebuah teluk yang luas indah dramatis didukung oleh tebing dan terjal, puncak hutan dan desa Saleman yang terkenal karena kawanan kelelawar-seperti burung lusiala yang muncul pada sore hari dari sebuah gua di atas desa, bantalan jiwa nenek moyang manusia. Ora Beach Ressorst sangat mengagumkan dengan air laut yang jernih dan bening sebening kristal, pasir putih yang halus, pemandangan bawah laut yang langsung dapat dinikmati pengunjung serta suasana tenang yang dapat kita nikmati dan nyaman untuk beristirahat. Ora Beach Ressorst terdiri dari 8 bungalow kaku, 10 kamar standar dan restoran.. Ora Beach Resort sampai sekarang memiliki 21 karyawan dengan 1 resort manager dan 1 sales marketing.

Ora Beach Resort dibangun oleh Anna Latuconsina dan suami , pada awalnya Ora Beach Resort disewa hanya untuk pribadi karena kecintaan mereka dengan pariwisata dan wisata bawah laut. Ora Beach Resort disewakan oleh warga saleman dengan harga 40juta untuk kurun waktu 40 tahun dari tahun 1996 yang niat awal pemilik, bukan hanya untuk keluarga tapi untuk membantu pembangunan mesjid di negeri saleman. Sekitar tahun 2011, resort mulai dibangun di Ora Beach Resort, namun belum dikenal banyak orang, sampai pada akhirnya nadine chandrawinata datang berkunjung ke sana dan ora beach resort mulai dikenal banyak orang. Ora Beach Resort juga mulai dikenal karena postingan pengunjung pada social media facebook.

Ada beberapa acara stasiun televisi yang berkunjung ke Ora Beach Resort seperti My Trip My Adventure dan Celebrity on vocation. Hal tersebut membuat nama ora beach semakin berkembang dan dikenal banyak orang. Terdapat juga komunitas dari social media yang berkunjung ke sana seperti Kakaban Trip, trip nyong ambon, explorer.indonesia, aerial_indonesia dan masih banyak komunitas lainnya. Banyak artis ibu kota yang

berkunjung ke Ora Beach Resort bahkan Duta Besar Amerika Serikat Juga pernah berkunjung ke Ora Beach Resort . Sampai sekarang ini banyak konsumen yang telah berkunjung ke Ora Beach Resortnya hingga Ora Beach Resort sering disebut dengan istilah Maldievsnya Indonesia.

Banyak touris lokal dan luar negeri yang berkunjung ke sana dengan menggunakan paket-paket travel yang menyediakan jasa untuk traveling ke Ora Beach Resort. namun, sebenarnya Ora Beach Resort juga memiliki paket Tour yang dapat dilihat pada Websitenya di exoticorabeach.com. pada website tersebut konsumen dapat langsung melihat paket tour yang disediakan, melakukan interaksi dengan sales dan marketing untuk mengetahui berbagai informasi. Selain itu terdapat juga review-review konsumen yang pernah berkunjung ke ora beach .untuk paket tour pada ora beach resort, dapat pembaca lihat pada lampiran yang telah disediakan penulis

Untuk mengetahui bagaimana kondisi Ora Beach Resort dan banyaknya uploadan dari konsumen, serta juga dapat menanyakan bagaimana cara atau prosedur untuk berkunjung ke Ora Beach Resort secara langsung dan lebih mendalam ke bagian Sales dan marketing, calon konsumen dapat langsung mengfollow ataupun mengadd beberapa official social media Ora Beach Resort :

Insagram	: Orabeachresort
Line	: @orabeachresort
Twiter	: Orabeachresort
Whatsapp	: 081248896616
No telp	: 0911-361970

Di Ora beach Resort, terdapat media spanduk dimana konsumen dapat menulis kesannya ketika berkunjung ke Ora Beach Resort dari media tersebut kita dapat mengetahui konsumen dari mana saja yang telah berkunjung ke Ora Beach Resort seperti dari Belanda, Jerman ataupun dari lokal yaitu bandung, jakarta, bangka dan lainnya.

Berikut merupakan foto-foto konsumen ketika berkunjung ke Ora Beach Resort :



Gambar 1.1

Ketika berkunjung ke Ora Beach Resort, pengunjung dapat menikmati indahnya pantai tepat dibawah tebing batu, dapat langsung memberi makan ikan-ikan , makan dengan suguhan pemandangan pantai seperti dimaldievs, dapat langsung melihat ikan-ikan dan terumbu karang yang indah, mendengar suara kicauan burung dipagi hari, ataupun ikan lumba-lumba yang menari indah dilaut lepas. Ora Beach menawarkan ketenangan dan View lautan yang begitu indah untuk setiap pengunjungnya serta kenyamanan pengunjung. Untuk kedepannya Ora Beach Resort akan membuka Spa untuk setiap konsumen yang berkunjung ke Ora Beach Resort, sehingga bukan hanya view yang ditawarkan melainkan kenyamanan pengunjung juga diutamakan.

1.2 Latar Belakang.

Beberapa tahun terakhir lingkungan online dilihat sebagai prespektif baru oleh para penggunanya, dalam suatu cara komersial. sosial media telah mengubah cara bagaimana konsumen dan para pemasar berkomunikasi.(hennig-thurau et al., 2011) masyarakat informasional mempengaruhi konsumen, proses dan produk dalam mengevaluasi keputusan .media sosial menyediakan informasi melalui saluran untuk memperoleh rekan komunikasi, (

kozine, 2013) terlebih, dengan menggunakan media sosial, konsumen memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pembeli lainnya. Faktor lain yang dapat mempengaruhi pembelian produk dan jasa juga berkaitan dengan psikologi dengan karakteristik seperti: motivasi membeli, presentasi perusahaan, keberadaan di perusahaan atau merek jaringan sosial, usia demografi variabel (seks, pendapatan bersih setelah pajak dll.)Melalui media sosial banyak perusahaan dengan berbagai macam industri mulai mengembangkan usahanya yang ditingkatkan melalui saluran informasi dan komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Dengan adanya komunikasi yang terbentuk maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen dan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian . Salah satu industri yang saat ini mempergunakan sosial media sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan konsumen adalah industri pariwisata.

Pariwisata merupakan suatu Industri yang sedang berkembang dengan sangat pesatnya di Indonesia. Dari sabang sampai merauke terdapat ratusan hingga ribuan tempat wisata yang dapat dijadikan sebagai suatu bisnis yang menjanjikan. Bukan hanya untuk memperoleh keuntungan semata, melainkan untuk memperkenalkan keindahan pariwisata Indonesia ke masyarakat dalam negeri ataupun luar negeri. Memperkenalkan dunia pariwisata ke masyarakat tidak dapat dilakukan hanya berdasarkan cerita wisatawan yang pernah berkunjung ke tempat wisata tersebut, karena masyarakat belum tentu percaya ketika mereka belum melihat dengan jelas keindahan tempat-tempat wisata yang diperkenalkan . oleh karena itu, penggunaan media sosial sangat membantu pengusaha untuk memperkenalkan dan memberikan informasi secara lebih detail dan nyata dengan adanya foto atau gambar objek wisata yang ingin diperkenalkan. Dengan begitu, konsumen akan lebih percaya untuk datang dan berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Banyak investor yang sedang gencar-gencarnya melihat peluang bisnis tempat wisata di Indonesia, sebagai peluang bisnis yang sangat menjanjikan untuk kedepannya. Sampai sekarang jumlah tempat wisata yang tercatat di Indonesia adalah 962 namun tidak sedikit tempat wisata yang belum tercatat karna belum diperhatikan lebih mendalam oleh pemerintah. Banyaknya tempat wisata di Indonesia, mengakibatkan masih banyak tempat wisata yang belum masuk kedalam daftar tempat wisata di Indonesia.

Salah satu Provinsi yang kaya akan tempat wisata di Indonesia adalah Maluku. Maluku memiliki banyak tempat wisata indah yang dapat dinikmati oleh konsumen. Kurang lebih terdapat 50 tempat wisata di Maluku yang sekarang telah terekspose ke masyarakat luas. Dari berbagai macam tempat wisata, masih banyak tempat wisata di Maluku yang belum

terekspose dengan baik. Oleh karena itu perkembangan teknologi dapat dipergunakan sebagai salah satu media untuk memperkenalkan lebih banyak lagi tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia. Teknologi informasi dan komunikasi misalnya (internet), dapat dipergunakan secara efektif mengingat tingkat pengguna internet di Dunia yang terus meningkat tiap tahunnya. Internet dapat dipergunakan untuk memberikan informasi ataupun memperoleh informasi tentang segala sesuatu peristiwa yang terjadi di dunia, bukan hanya peristiwa melainkan berbagai macam ilmu dapat kita peroleh dengan menggunakan Internet.

Menurut data terbaru dari *We Are Social* (20 Januari 2017), pengguna internet aktif di seluruh dunia kini mencapai angka 3,17 miliar. Dari tahun ke tahun, jumlah pengguna internet bertumbuh hingga 7,6 persen. Pertumbuhan pengguna internet ini juga berpengaruh terhadap pertumbuhan pengguna media sosial dan *mobile*. Menurut laporan yang sama, pengguna media sosial aktif kini mencapai 2,2 miliar, sedangkan pengguna *mobile* mencapai 3,7 miliar. Menariknya, pertumbuhan yang paling signifikan ditunjukkan oleh pengguna yang mengakses media sosial melalui platform *mobile*. Pengguna jenis ini bertumbuh hingga 23,3 persen. Sementara itu, Facebook masih menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dengan angka mencapai hampir 1,5 miliar. Dari pengguna internet di Seluruh dunia, Indonesia tercatat sebagai salah satu negara yang tingkat pengguna internet terbanyak. Kini pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta pengguna. 79 juta di antaranya merupakan pengguna media sosial aktif. Banyaknya pengguna internet termasuk didalamnya sosial media, meningkatkan peluang bagi pengusaha dibidang pariwisata dalam mendapatkan konsumen dan mempengaruhi perilaku konsumen melalui informasi-informasi yang secara bebas dapat diperoleh konsumen.

Ora Beach Resort merupakan salah satu tempat wisata, yang melihat social media sebagai peluang untuk menarik minat konsumen atau mempengaruhi perilaku konsumen agar tertarik dengan Ora Beach Resort. Pada awalnya Pemilik Ora Beach Resort belum melihat Social media sebagai faktor penting dalam strategi marketing namun setelah adanya pengunjung yang datang secara terus menerus, membuat pemilik dan pegawai sadar bahwa social media sangat berpengaruh dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Oleh karena Pemilik Ora Beach Resort mulai membuat struktur organisasi yang lebih baik, dimana terdapat bagian penjualan dan pemasaran yang akan selalu mempromosikan Ora Beach Resort melalui Social Media, baik itu website Ora Beach Resort, Instagram, twitter, facebook, line, dan whats app.

Media Sosial tersebut dipergunakan dengan efektif dan efisien untuk meningkatkan jumlah konsumen Ora Beach Resort. Sehingga sekarang, setiap harinya tetap ada konsumen yang berkunjung ke Ora Beach Resort. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan manajer Ora Beach Resort Pak Julius (20 september 2016) , pada awalnya pendapatan net yang diperoleh Ora Beach Resort tidak sesuai target yang ditetapkan perusahaan namun ketika adanya penggunaan media sosial yang dimanfaatkan oleh pihak Ora Beach Resort, pendapatan netnya melebihi target perusahaan yaitu Rp.200.000.000 – Rp.400.000.000 per bulannya. Kenaikan pendapatan dari Ora Beach Resort menggambarkan bahwa banyaknya konsumen yang tertarik untuk berkunjung ke sana karena adanya pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen terbagi menjadi beberapa tahap yaitu : keinginan atau kebutuhan, usaha untuk mendapatkan produk, mencari informasi, harga dan saluran distribusi, pengonsumsi, pengguna, pengevaluasian produk setelah digunakan, dan tindakan pascapembelian. Berdasarkan survey yang dilakukan peneliti (20-22 september 2017), pada masa liburan sekolah atau semester (bulan juli dan desember) ora beach memperoleh keuntungan yang lebih tinggi karena adanya kenaikan jumlah pengunjung.

Keputusan konsumen untuk berkunjung ke Ora beach Ressorst didasarkan pada ketertarikan mereka melalui informasi yang mereka peroleh pada website dari ora beach, facebook, instagram, youtube dan ulasan-ulasan konsumen pada blok-blok ataupun pada media sosial lainnya. Melalui informasi tersebut, banyak konsumen berkunjung ke Ora Beach Resort dengan memepergunakan jasa yang disediakan ora beach ataupun travel lainnya .

Kenyamanan dan keindahan sangat dinikmati oleh pengunjung, banyak konsumen yang ketika datang ke Ora Beach Ressorst memiliki keinginan untuk kembali lagi dan menghabiskan waktu lebih lama di sana untuk menikmati keindahan alam yang ditawarkan Ora Beach Ressorst. Hal tersebut membuat penulis ingin mengetahui secara lebih dalam apakah social media yang dipergunakan oleh Ora Beach Resort sebagai tombak utama strategi marketing dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen sehingga memutuskan untuk berkunjung ke Ora Beach Resort. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti berpendapat bahwa media sosial sangat mempengaruhi konsumen dalam proses keputusan pembelian konsumen, karena adanya peningkatan pendapatan yang secara signifikan terjadi setelah adanya penggunaan sosial media yang dilakukan pihak Ora Beach Ressorst dalam proses pemasaran. Topik mengenai Ora Beach Ressorst diangkat penulis karena banyaknya tanggapan konsumen pada media sosial tentang keindahan Ora Beach Resort dan ketertarikan

mereka untuk berkunjung ke sana, selain itu bukan hanya dari media sosial, melainkan dari tanggapan pengunjung yang dijumpai peneliti ketika sedang melakukan penelitian secara langsung di Ora Beach Ressor.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian mengenai pengaruh social media dalam meningkatnya jumlah konsumen di ora beach maka penelitian ini di beri Judul “ Pengaruh Social Media Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Ora Beach Resort “

1.3 Rumusan Masalah

Melihat penggunaan Social media sebagai faktor penting Ora Beach resort dalam memasarkan atau memperkenalkan Bisnisnya ke konsumen maka penulis ingin mengetahui :

1. Bagaimana penggunaan media sosial pada Ora Beach Ressor?
2. Bagaimana proses keputusan pembelian pada Ora Beach Ressor?
3. Seberapa besar pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian Konsumen pada Ora Beach Ressor ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian yang dilakukan ini adalah:

1. mengetahui penggunaan media sosial pada Ora Beach Resort.
2. Mengetahui proses keputusan pembelian Pada Ora Beach Resort.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada Ora Beach Resort.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi pihak –pihak yang membutuhkan, antara lain:

1. Kegunaan Akademis
 - a. Penelitian ini dapat membantu penulis dalam menambah wawasan dan pengetahuan
 - b. Mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah dipelajari selama periode perkuliahan
 - c. Sebagai bahan masukan dan referensi untuk penelitian selanjutnya

2. Kegunaan Praktis

- a. membantu memberikan informasi mengenai Ora beach Resort
- b. menjadi masukan ataupun pertimbangan untuk bisnis pariwisata lainnya dalam penggunaan social media untuk meningkatkan jumlah pengunjung

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN :

Bab I menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA :

Dalam penulisan bab II terdiri dari tinjauan pustaka penelitian (rangkuman teori, penelitian terdahulu), kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN :

Dalam penulisan bab III terdiri dari jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi, dan sampel, pengumpulan data, jenis, serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN :

Dalam penulisan bab IV terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN :

Dalam penulisan bab V disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan saran yang dirumuskan secara konkrit yang merupakan implikasi kesimpulan dan berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.