

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sektor pariwisata memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Di era digital saat ini, terjadi perubahan perilaku wisatawan dalam mencari informasi dan menentukan destinasi kunjungan. Wisatawan tidak lagi bergantung pada promosi konvensional, melainkan memanfaatkan platform digital yang menyediakan informasi secara cepat, mudah, dan interaktif.

Gambar 1
Grafik Perkembangan Tingkat Penetrasi Internet Indonesia



Sumber: Good Stats.com (2025)

Menurut data Good Stats, tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 80,66% dari total penduduk. Angka ini menunjukkan

peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, yaitu sebesar 78,19% pada tahun 2023 dan 79,5% pada tahun 2024. Peningkatan serupa juga terjadi di Kota Pasuruan. Dikutip dari Radar Bromo, persentase pengguna internet di wilayah Kota Pasuruan pada tahun 2025 mencapai 80,48%, meningkat dari tahun 2023 yang hanya sebesar 77,33% (Firmani, 2025). Tingginya penetrasi internet ini berdampak signifikan terhadap perilaku wisatawan dalam mencari informasi sebelum melakukan perjalanan wisata.

Salah satu platform yang banyak digunakan dalam pencarian informasi destinasi adalah Google Maps. Berbeda dengan platform media sosial seperti Instagram atau TikTok yang lebih menekankan pada konten visual dan hiburan, Google Maps menyediakan informasi yang lebih komprehensif dan fungsional, seperti lokasi, navigasi, rating, serta ulasan berdasarkan pengalaman langsung pengunjung. Hal ini menjadikan Google Maps sebagai sumber informasi yang dinilai lebih objektif dan relevan dalam mendukung pengambilan keputusan wisatawan.

Dalam konteks pemasaran digital, rating dan review merupakan bagian dari *electronic word of mouth* (eWOM) yang memiliki peran penting dalam membentuk persepsi calon wisatawan. Informasi yang disampaikan melalui ulasan pengunjung sebelumnya dapat mempengaruhi penilaian terhadap kualitas destinasi, sehingga berdampak pada minat berkunjung. Semakin baik kualitas informasi dan kredibilitas ulasan yang diberikan, maka semakin besar kemungkinan calon wisatawan tertarik untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Calon pengunjung yang bertindak sebagai penerima informasi akan lebih mudah mempercayai sumber informasi yang memiliki kredibilitas tinggi, kualitas informasi yang bagus serta memiliki kuantitas yang akurat melalui jejaring sosial akan dapat mempengaruhi keputusan calon pengunjung. Rating merupakan salah satu bentuk umpan balik yang diberikan oleh pengunjung guna menilai kualitas dan pengalaman yang telah mereka peroleh (Dellacoras dalam Kurniawan, 2021). Dengan adanya *rating* dan *review* tersebut, calon pengunjung bisa mendapatkan pengalaman sesuai yang dicari berdasarkan rating yang diberikan serta yang ditulis oleh pengunjung yang telah mengunjungi destinasi tersebut.

Kota Pasuruan sebagai salah satu daerah di Jawa Timur memiliki potensi wisata yang terus berkembang, salah satunya adalah destinasi wisata religi Payung Madinah. Destinasi ini menjadi salah satu ikon wisata baru yang cukup menarik perhatian masyarakat karena menggabungkan unsur religius dan estetika visual. Sejak diresmikan, jumlah pengunjung mengalami peningkatan yang signifikan, meskipun dalam perjalanannya juga terjadi fluktuasi jumlah kunjungan dari tahun ke tahun.

Tabel 1

Data Jumlah Pengunjung Wisata Payung Madinah Kota Pasuruan

No	Periode	Jumlah Pengunjung
1	2022	156.826
2	2023	1.593.834
3	2024	1.473.078
4	2025	1.641.780

Sumber: kabarpas.com (2024) dan radarpasuruan.jawapos.com (2026)

Berdasarkan Tabel 1 mengenai data jumlah pengunjung Wisata Payung Madinah Kota Pasuruan periode 2022–2025, terlihat adanya dinamika perkembangan jumlah wisatawan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022 jumlah pengunjung tercatat sebanyak 156.826 orang, jumlah ini relatif lebih rendah karena dipengaruhi tahap awal pengembangan destinasi wisata. Memasuki tahun 2023, terjadi lonjakan jumlah pengunjung yang sangat signifikan menjadi 1.593.834 orang. Tahun 2024 jumlah pengunjung mengalami penurunan menjadi 1.473.078 orang. Penurunan ini meskipun tidak terlalu besar dibandingkan lonjakan sebelumnya, tetap menunjukkan adanya fluktuasi dalam tingkat kunjungan wisata. Penurunan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain perubahan tren destinasi wisata, munculnya objek wisata baru yang menjadi pesaing, ataupun faktor musiman. Tahun 2025 jumlah pengunjung kembali mengalami peningkatan menjadi 1.641.780 orang. Peningkatan jumlah kunjungan tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah semakin luasnya penyebaran informasi mengenai Payung Madinah melalui media sosial yang menampilkan keunikan dan daya tarik visual destinasi tersebut. Hal ini berpotensi menarik minat wisatawan baik dari dalam Kota Pasuruan maupun dari luar daerah. Peningkatan ini juga di picu oleh adanya kegiatan-kegiatan yang dilakukan di sekitar payung madinah kota Pasuruan seperti acara haul, ziarah kubur, rutinan ceramah jum'at malam bersama habib Taufiq dan khotmil qur'an. data pada tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Wisata Payung

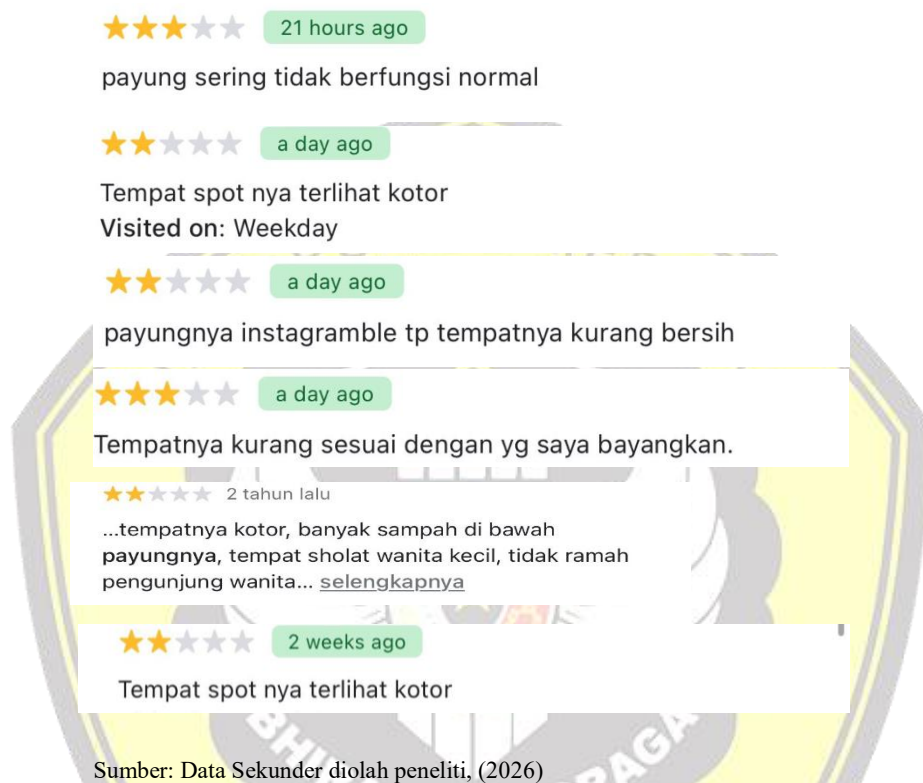
Madinah Kota Pasuruan selama periode 2022–2025 mengalami tren peningkatan meskipun disertai fluktuasi.

Payung Madinah merupakan destinasi wisata religi yang terletak di Alun-Alun Kota Pasuruan, tepatnya di Jalan KH. Wachid Hasyim No.65, Kebonsari, Kecamatan Purworejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur. Destinasi ini berada bersebelahan dengan Masjid Jami' Al-Anwar yang menjadi pusat kegiatan keagamaan masyarakat. Payung Madinah memiliki konsep yang terinspirasi dari Payung Nabawi yang ada di Masjid Nabawi, Kota Madinah. Perbedaan yang mencolok adalah pada corak warnanya, dimana Payung Nabawi memiliki warna putih dengan corak biru, sementara Payung Madinah Pasuruan memiliki warna putih bercorak hijau tua yang memberikan nuansa religi yang kental.

Payung Madinah merupakan salah satu destinasi wisata yang relatif baru dan cukup populer di Kota Pasuruan, informasi tentang Payung Madinah banyak tersebar di platform digital, khususnya Google Maps. *Rating* dan *review* yang diberikan oleh wisatawan yang telah berkunjung menjadi salah satu sumber informasi utama bagi calon wisatawan untuk mengetahui kondisi terkini destinasi, fasilitas yang tersedia, pengalaman wisatawan lain, serta daya tarik yang ditawarkan. Berdasarkan observasi awal pada Google Maps, Payung Madinah memiliki rating yang cukup tinggi dengan ratusan ulasan dari pengunjung. Ulasan-ulasan tersebut memberikan gambaran yang lebih real dan terpercaya karena berasal dari pengalaman langsung pengunjung, sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan minat berkunjung calon wisatawan. Berikut

adalah *rating* dan *review* yang di berikan pengunjung di wisata payung madinah Kota Pasuruan.

Gambar 2
Rating dan Review Pengunjung di Wisata Payung Madinah
di Kota Pasuruan



Berdasarkan Gambar 2, Berdasarkan rating dan review pengunjung terhadap Wisata Payung Madinah di Kota Pasuruan, terlihat adanya kesenjangan antara ekspektasi dan realita yang dirasakan oleh wisatawan. Beberapa ulasan menunjukkan tingkat kepuasan yang relatif rendah, yang tercermin dari pemberian bintang di bawah maksimal. Keluhan yang sering muncul di antaranya adalah fasilitas payung yang tidak berfungsi secara optimal, kondisi kebersihan area yang kurang terjaga, serta tampilan tempat yang dinilai tidak sesuai dengan harapan pengunjung. Meskipun terdapat aspek

visual yang dianggap menarik atau “instagramable”, hal tersebut belum mampu mengimbangi kekurangan dari segi perawatan dan kualitas lingkungan wisata. Fenomena ini mengindikasikan bahwa pengalaman pengunjung tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik visual, tetapi juga oleh kualitas fasilitas dan kebersihan, yang pada akhirnya berperan penting dalam membentuk penilaian serta keputusan berkunjung wisatawan.

Meskipun Payung Madinah memiliki rating yang relatif tinggi di Google Maps, keberadaan ulasan yang memuat kritik tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan persepsi di antara pengunjung terhadap kualitas fasilitas dan pengalaman wisata yang diperoleh. Kondisi ini dapat mempengaruhi cara calon wisatawan dalam menilai suatu destinasi sebelum memutuskan untuk berkunjung. Informasi yang terdapat dalam rating dan review tersebut menjadi salah satu pertimbangan bagi calon wisatawan dalam menentukan keputusan kunjungan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana rating dan review yang tersedia pada platform Google Maps dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata Payung Madinah Kota Pasuruan.

Keberadaan rating dan review pada Google Maps dapat mempengaruhi proses terbentuknya minat berkunjung wisatawan. Ketika calon wisatawan mencari informasi mengenai suatu destinasi wisata, mereka cenderung memanfaatkan ulasan dan penilaian yang diberikan oleh pengunjung sebelumnya sebagai sumber referensi. Informasi tersebut kemudian menjadi bahan pertimbangan bagi calon wisatawan untuk menilai apakah destinasi

tersebut layak untuk dikunjungi. Apabila informasi yang diperoleh dinilai positif dan sesuai dengan harapan wisatawan, maka akan muncul ketertarikan untuk berkunjung yang selanjutnya berkembang menjadi keinginan untuk benar-benar melakukan kunjungan. Dengan demikian, rating dan review yang tersedia pada platform digital dapat berperan penting dalam membentuk minat berkunjung wisatawan

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil terkait pengaruh rating dan review terhadap minat berkunjung wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2023) mengenai pengaruh rating dan review pada Google Maps terhadap minat berkunjung di Museum menunjukkan bahwa rating dan review secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, serta Wicaksana et al dalam penelitiannya (2025), ulasan atau *online consumer review* terbukti memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap minat berkunjung karena memuat informasi yang bersumber dari pengalaman pribadi. Selain itu, *online consumer review* juga berfungsi sebagai bentuk pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang efektif.

Hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Inayah (2022), yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel rating tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh rating dan review terhadap minat berkunjung masih memerlukan kajian lebih lanjut pada berbagai objek wisata dengan karakteristik yang berbeda. Meskipun telah ada penelitian sejenis yang mengkaji pengaruh rating

dan review terhadap minat berkunjung wisatawan, namun penelitian yang secara spesifik mengkaji fenomena ini pada destinasi wisata religi seperti Payung Madinah Kota Pasuruan masih terbatas. Padahal, Payung Madinah memiliki karakteristik unik sebagai destinasi wisata religi yang menggabungkan unsur keagamaan dengan daya tarik visual yang *instagramable*. .

Memahami pengaruh rating dan review di Google Maps terhadap minat berkunjung wisatawan sangat penting bagi pengelola destinasi wisata dalam menyusun strategi pemasaran digital yang efektif (Haq, 2020). Dengan mengetahui seberapa besar pengaruh rating dan review terhadap minat berkunjung, pengelola dapat lebih fokus dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan sehingga menghasilkan ulasan positif yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak wisatawan. Penelitian ini juga dapat memberikan masukan kepada Pemerintah Kota Pasuruan dalam mengoptimalkan pengelolaan Payung Madinah sebagai ikon wisata religi yang berkelanjutan.

Dari hasil observasi pendahuluan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “pengaruh *online consumer review* dan *online consumer rating* terhadap minat berkunjung destinasi wisata payung madinah di Kota Pasuruan menggunakan platform Google Maps”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yang terdiri sebagai berikut.

1. Apakah *online consumer review* dan *online consumer rating* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung destinasi wisata payung madinah di Kota Pasuruan?
2. Apakah *online consumer review* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung destinasi wisata payung madinah di Kota Pasuruan?
3. Apakah pengaruh *online consumer rating* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung destinasi wisata payung madinah di Kota Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun diatas, tujuan dari penelitian ini terdiri sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh *online consumer review* dan *online consumer rating* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung destinasi wisata payung madinah di Kota Pasuruan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *online consumer review* terhadap minat berkunjung destinasi wisata payung madinah di Kota Pasuruan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *online consumer rating* terhadap minat berkunjung destinasi wisata payung madinah di Kota Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru serta kontribusi berarti bagi berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain.

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan untuk mendalami lebih lanjut ilmu manajemen dan dapat menambah wawasan terkait dengan perilaku konsumen.

2. Bagi Objek yang Diteliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam melakukan penyusunan strategi pemasaran dibidang pariwisata atau sektor usaha serupa yang mempertimbangkan dari perilaku konsumen.

3. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan khasanah bagi kepustakaan Universitas Merdeka Pasuruan terutama di bidang pemasaran dalam konteks perilaku konsumen.

4. Bagi Pihak Lain atau Peneliti Selanjutnya

Dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan. Kemudian juga dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya. Sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut lagi.