

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Majapahit merupakan nama yang tidak asing lagi dalam ekspedisi panjang sejarah Indonesia. Majapahit terhitung selaku salah satu kerajaan terlama dalam periode klasik Hindu Buddha yang sempat berdiri di Nusantara (Rahardjo, 2002; Djafar, 2009). Akibat dari rentang waktu yang panjang tersebut menimbulkan suatu cerminan dinamika kehidupan yang lingkungan serta membentuk ekspedisi sejarah yang fluktuatif. Cerminan kemegahan, kerayaan, pluralitas, misi diplomasi, kekayaan budaya berselingan dengan cerminan memilukan pemberontakan, suksesi, perang kerabat, penguasaan serta konflik dan pudarnya dominasi hegemoni. Cerminan lingkungan Majapahit sangat tidak membagikan sumbangan yang sangat berharga untuk kajian sejarah baik buat memperbandingkan dengan masa - masa tadinya ataupun selaku refleksi pondasi masa saat ini yang ialah masa depan Majapahit (Wahyudi, 2013).

Ekspedisi sejarah Majapahit tergambarkan dengan lumayan kaya dalam sumber sumber informasi tertulis baik dalam wujud prasasti, naskah ataupun sumber tertulis kerajaan lain. Tidak hanya itu, rekonstruksi tersebut bisa diperkuat dengan dorongan interpretasi terhadap artefak artefak yang menunjang, gambaran kehidupan yang masih dipertahankan selaku tradisi serta pengaruh kebudayaan yang terlihat pada kebudayaan lain yang sejaman serta setelah itu jadi tradisi di daerah tersebut. Gambaran tersebut terdapat yang langsung ataupun tidak tetapi bisa terbantu dengan silih mengkaitkan antar penemuan sehingga terlihat rekonstruksi yang lumayan utuh (Wahyudi, 2005) (dalam Wahyudi, 2013).

Sumber- sumber informasi tersebut baik yang artefaktual ataupun tekstual tidak seluruhnya kita terima dalam kondisi utuh ataupun lengkap, sebagian besar malah dalam kondisi tinggal remahan tetapi masih bisa dikenali selaku peninggalannya. Apalagi sebagian antara lain cuma bisa diketahui selaku nama saja (misalnya kuil- kuil ke agamaan yang disebutkan dalam Nagara kertagama) Tetapi malah disini keahlian arkeolog serta sejarawan bisa menolong kita bersumber pada hasil interpretasi mereka terhadap remahan- remahan informasi tadi yang sudah diolah selaku“ jalur sejarah” Majapahit, walaupun belum lengkap tetapi puzzle dari mosaik itu telah menampakkan wujudnya (Wahyudi, 2013).

Destinasi wisata kolam ikan Sumber Gandung memanglah masih asing untuk warga luas. Sebab belum dikelola dengan baik ataupun dikomersialkan. Tetapi, destinasi wisata desa yang terletak di Dusun Wates, yang ialah tapal batasan Kabupaten Mojokerto serta Watukosek, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan ini, sesungguhnya menaruh cerita rakyat. Perihal itu lantaran kolam ikan Sumber Gadung diyakini masyarakat setempat selaku kolam aset Kerajaan Majapahit.” Dari nenek moyang, sumber ini telah terdapat. Serta saat ini diyakini jadi salah satu aset cagar budaya Kerajaan Majapahit,” kata PJ Kades Watesnegoro, Sehingga, bila berhubungan dengan Kerajaan Majapahit, tadinya cocok dengan nama desa. Desa dengan 6 dusun ini ialah batasan suatu negeri (Majapahit). Desa ini tadinya pula jadi gerbang masuk, itu dibuktikan dengan letak dusun yang terletak berseberangan. Ialah, 2 dusun terletak di selatan serta 4 dusun yang lain terletak di utara. Dusun itu dipisahkan jalur Pasuruan- Mojokerto yang statusnya jalan provinsi.

Progres internet yang terus menjadi mendunia membuat pelakon bisnis dikala ini memilah program marketing dengan menggunakan internet buat

berbicara, membagikan data, serta mempromosikan bisnisnya kepada konsumen. Salah satu aktivitas promosi yang bisa dicoba lewat internet, ialah dengan melakukan promosi lewat jaringan internet ataupun yang lebih diketahui dengan digital marketing. Mengingat perkembangan era mengarah ke masa digital marketing, hingga pesan-pesan tradisional semacam lewat tv tidak lagi begitu mempengaruhi terhadap konsumen. Fenomena yang terjadi dikala ini, konsumen memerlukan suatu data yang kilat dan bisa didapatkan melalui waktu yang pendek atas barang yang hendak mereka pakai. Hadirnya Viral Marketing bisa menolong industri buat menghadirkan produk secara lebih efisien serta kilat kepada konsumen. Viral marketing sendiri dipaparkan selaku salah satu metode pemasaran yang digunakan industri untuk menyebarkan pesan memakai media social (Nggilu & Altje L. Tumbel, 2019).

Bagi Dokter. Ralph Wilson, Viral Marketing pula menarangkan bermacam strategi yang memberi pengaruh kepada seorang buat melanjutkan (pass on) sesuatu pesan pemasaran kepada yang yang lain, serta menghasilkan kemampuan buat meningkatkan pesan tersebut sehingga terekspos serta dapat pengaruhi orang lain (Science, 2020). Meluasnya jaringan internet pada masa kini, viral marketing adalah strategi memasarkan produk di perusahaan tertentu lewat jejaring social media, viral marketing juga bisa dibuat untuk memasarkan destinasi wisata pada objek destinasi tertentu yang kurang diketahui masyarakat umum, misalkan untuk memasarkan destinasi peninggalan bersejarah di sumer gadung watesnegoro kabupaten mojokerto.

Pitana serta Gayatri (2005: 58) (dalam Muksin & Sunarti, 2018), menyatakan kalau motivasi ialah aspek berarti kepada kandidat turis dalam mengambil ketetapan menimpa wilayah haluan liburan yang ingin didatangi. Dorongan turis ialah suatu aspek yang wajib dicermati dalam tingkatan pabrikan wisata

sesuatu wilayah. Menekuni insentif turis amat berarti, sebab tiap turis yang hendak bertempat ke sesuatu haluan mempunyai insentif berbeda serta insentif yang dimilikipun bermacam, maka dari itu, tiap pengelola intensi sesuatu zona wajib sanggup menguasai insentif dari seorang turis sebab perihal itu bermanfaat bagi kenaikan pabrikan serta jadi penyulut turis dalam melaksanakan ketetapan pembelian ataupun ketetapan lawatan ke tempat liburan.

Motivasi kerap dimaksud dengan sebutan dorongan, yang berarti tenaga yang menggerakkan jiwa serta jasmani dalam berbuat, sehingga motif ialah “driving force” seorang, buat bertingkah laku dalam menggapai tujuan yang sudah diresmikan. Tiap orang memiliki motif diri yang pasti berlainan (Marnis & Priyono, 2008).

Motivasi mencorakan aspek penting untuk sosok pengunjung dalam menentukan tujuan wisata yang akan dikunjungi. Disisi lainya dorongan pengunjung pula menjadi aspek utama dalam meningkatkan pabrik wisata di satu wilaya. Setiap wisatawan ingin datang ke satu tempat wisata mempunyai dorongan yang berlainan, Sehingga tiap pengurus destinations tempat liburan satu kawasan wajib pandai mengerti motivasi pengunjung. Pengertian ini bermanfaat untuk menaikkan pabrik wisata dan sebagai penyebab bagi pengunjung untuk mengambil kepastian pembelian atau kepastian untuk mengunjungi destinations tempat liburan (Pitana & Gayatri, 2005) (dalam Ernawati, 2020).

Kabupaten Mojokerto bagi sejumlah pakar archeology ialah inti rezim dari the kingdom of Majapahit. wilaya kabupaten Mojokerto ditemui bermacam web temple antara lain *Temple Brahu*, *Peristirahatan terakhir Putri Cempa*, *Web Tingkat Sudut 6 Sentonorejo*, *Peristirahatan terakhir Panjang*, *Temple Minak Jinggo*. Tidak hanya web pertemplean, peninggalan majapahit pula ditemukan

kolam Segaran yang diprediksi kokoh selaku pusat irigasi buat mengairi lahan pertanian (Soeroso, MP 1983: 45) (dalam Anwar, 2009).

Sebetulnya destinations di daerah Mojokerto masih ada salah satunya sumber gadung. Tidak hanya menaruh kekhasan Majapahit, sumber gadung mempunyai sumber mata air alami yang diyakini bisa dijadikan penyembuh penyakit. Destinations desa yang bertempat di Dsn. Wates, ialah batasan dari Kab. Mojokerto serta Kab. Pasuruan, sesungguhnya menaruh dongeng masyarakat. Kolam ikan Sumber Gadung dipercayai masyarakat ditempat selaku kolam aset Kerajaan Majapahit. mulai dari leluhur mata air tersebut telah terdapat. Serta saat ini diyakini jadi salah satu aset cagar budaya Kerajaan Majapahit. Sehingga, bila berhubungan melalui Kerajaan Majapahit, tadinya cocok dengan nama desa. Desa dengan 6 dusun ini ialah batasan suatu negeri (Majapahit). Destinations wisata Sumber Gadung ini butuh dilestarikan. Juga sangat berpotensi dibesarkan (Chariris Mochamad, 2019).

Dalam penelitian ini, penulis menemukan fenomena yang membuat acuan penulis untuk meneliti fenomena tersebut. Fenomena tersebut berada di objek wisata tempat peninggalan kerajaan majapahit yang mayoritas orang luar belum kenal dengan objek wisata yang berada di kolam ikan sumber gadaung watesnegoro. Objek penelitian ini dulu belum sempat viral dikarenakan objek wisata kolam ikan sumber gadung ini belum terkenal dari masa sebelum pandemi covid - 19 hingga sekarang berada di masa pandemi covid - 19. Meskipun dalam kondisi pandemi sekarang sebetulnya objek wisata kolam ikan sumber gadung memiliki keunggulan yang menarik, keunikan dari sejarah yang berda di objek seperti sumbernya berasal dari peninggalan kerajaan majapahit dahulu. Kesetiaan ikan – ikan yang berada dikolam yang tidak pernah bepergian kemanapun walau arus air yang bebas menuju sungai yang tidak ada pembatas dikolam. Sudah

terlampau sangat lama ada beragam ikan di objek kolam ikan sumber gadung dan ukurannya pun sangat besar seperti bukan ikan pada umumnya. Konon ikan – ikan tersebut adalah jelmaan prajurit dari kerajaan majapahit dan sampai sekarang tidak pernah ditemukan ikan – ikan yang meninggal walau udah bertahun – tahun lamanya.

Setelah melihat latar belakang yang sudah di jelaskan di atas. Kolam ikan sumber gadung mempunyai berbagai macam pesona destinasi yang mencakup dari segi keunggulan, keunikan, dan sejarah kolam ikan sumber gadung di watesnegoro tersebut. Melihat dari segi keunggulan, keunikan, dan sejarahnya semoga kolam ikan ini akan menjadi viral di dunia internet maupun dari percakapan dan memotivasi pengunjung untuk segera melakukan keputusan berkunjung ke kolam ikan sumber gadung di watesnegoro kabupaten mojokerto.

Dilihat dari paparan di atas, periset hendak menyelmi sebrapa jauh Viral marketing dan Motivasi wisatawan mempengaruhi keputusan berkunjung, sehingga periset menetapkan judul **“Pengaruh Viral Marketing dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung di Kolam Ikan Sumber Gadung Watesnegoro pada Masa Pandemi Covid-19”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Viral Marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di kolam ikan sumber gadung watesnegoro ?
2. Apakah Motivasi Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di kolam ikan sumber gadung watesnegoro ?
3. Apakah Viral marketing dan Motivasi wisatawan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di kolam ikan sumber gadung watesnegoro ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah Viral Marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di sumber gadung wates negoro.
2. Untuk mengetahui apakah Motivasi Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di kolam ikan sumber gadung watesnegoro.
3. Untuk mengetahui apakah viral marketing dan Motivasi Wisatawan berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di kolam ikan sumber gadung watesnegoro.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Operasional

- a. Untuk masyarakat luar supaya mengetahui bahwa ada objek wisata peninggalan dari kerajaan majapahit yang berada di sumber gadung watesnegoro mojokerto.
- b. Untuk pengelola objek wisata bisa di jadikan acuan untuk menambah fasilitas hiburan maupun kenyamanan untuk wisatawan.

2. Manfaat Akademis

- a. Sebagai referensi untuk pengembangan dunia keilmuan terutama dalam bidang manajemen pemasaran.
- b. Diharapkan hasil penelitian dapat berguna bagi mahasiswa lain sebagai acuan dalam melaksanakan riset yang mirip.
- c. Hasil penelitian dapat menambah wawasan mengenai ilmu pengetahuan.