BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Brebes merupakan kabupaten terluas kedua setelah kabupaten Cilacap di Provinsi Jawa Tengah, dengan jumlah penduduk ± 2.014.001 jiwa. Terletak di bagian barat Provinsi Jawa Tengah dengan luas wilayah ±166.296 Km^2 yang mana terdiri dari tiga dataran, yaitu wilayah pantai, wilayah tengah dan dataran tinggi.[3] Menjadikan wilayah kabupaten Brebes kaya akan potensi alamnya, baik laut maupun daratanya. Tidak hanya terkenal dengan komoditi bawang merah dan telur asinnya saja, tetapi kabupaten Brebes juga memiliki kurang lebih 23 objek wisata, antara lain Pabrik Gula Kersana, Waduk Malahayu, Waduk Penjalin, Mata Air Sungai Pemali, Pantai Randusanga Indah, Pemandian Air Panas Cipanas Bantarkawung, Pemandian Air Panas Kedungoleng, Cagar Alam Telaga Ranjeng, Mata Air Cibentar Salem, Air Terjun Waru Doyong, Mata Air Dua Suhu, Ciblon Waterboom, Agrowisata Kaligua, Agrowisata Sepoor Teboe PG Jatibarang, Kebun Durian Antap Sari Ranjatwetan Tonjong, Cipanas Jalatunda Ciseureuh, Curug Putri, Hutan Mangrove, Kalibaya Park, Bukit Panenjoan, Bukit Bintang, Wisata Air Terjun dan Rafting Ranto Canyon Salem, dan Curug Cantel.[4]

Waduk Malahayu merupakan salah satu objek wisata dari sekian banyak wisata yang ada di Kabupaten Brebes. Berlokasi di Desa Malahayu Kecamatan Banjarharjo Kabupaten Brebes, wisata ini menyuguhkan

---

[3] Burhan, Rahman, and Hasanah, "PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS SYARIAH MELALUI PENDEKATAN MARKETING MIX DALAM MENGEMBANGKAN WISATA CAKRA SURAMADU."

[4] "Kabupaten Brebes," Dalam *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*, 14 Februari 2024, Https://Id.Wikipedia.Org/W/Index.Php?Title=Kabupaten_Brebes&Oldid=25307279#Pariwisata.

pemandangan luasnya waduk buatan dibawah jajaran pegunungan dengan dikelilingi perbukitan. Pada awal dibangunnya Waduk Malahayu sendiri dibangun pada masa kolonial Belanda tepatnya pada bulan Desember 1933 s/d Mei 1937 dengan luas 944 hektar, hingga saat ini dikembangkan menjadi pariwisata. Dengan potensi yang dimiliki Waduk Malahayu baik dari suguhan pemandangannya maupun dari sejarahnya, menjadi daya tarik tersendiri bagi objek wisata tersebut. Dalam salah satu laman disebutkan bahwasanya objek wisata Waduk Malahayu tercatat sebagai salah satu dari 5 Objek Wisata Paling Populer di Kabupaten Brebes, yang dikunjungi lebih dari 120 ribu orang, diantaranya Waduk Malahayu, Agrowisata Kaligua, Panatai Randusanga Indah, Pemandian Air Panas Tirta Husada, dan Pemandian Air Panas Buaran. Jumlah pengunjung objek wisata Waduk Malahayu dalam catatan tahun 2022 lalu mencapai 120.260 wisatawan, menjadi urutan pertama yang setelahnya disusul oleh Agrowisata Kaligua yang mencapai 80.813 wisatawan dan Pantai Randusanga Indah yang mana mencapai 66.098 wisataan. Sedangkan untuk objek wisata Pemandian Air Panas Tirta Husada mencapai 33.700, dan untuk objek wisata Pemandian Air Panas Cipanas Buaran sendiri mencapai 21.900. Jumlah ini naik secara signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yakni tahun 2021, yang mana hanya mencapai 31.637 kunjungan dan menjadi urutan ke-3 setelah Agrowisata Kaligua dan Pantai Randusanga Indah dengan jumlah kunjungan masing-masing sebanyak
44.376 dan 54.595 wisatawan.[5] Sedangkan menurut catatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Brebes, pada tahun 2021, objek wisata Pemandian Air Panas Tirta Husada dan Pemandian Air Panas Cipanas Buaran masing-masing mencapai 8.295 dan 6.225 wisatawan. Kemudian, pada tahun 2020 tercatat objek wisata Waduk Malahayu menempati urutan pertama sebagai wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dengan jumlah kunjungan sebanyak 287.604 wisatawan dari objek wisata Agrowisata Kaligua denngan jumlah kunjungan sebanyak 69.805 wisatawan, Pemandian

[5] Pamungkas, "5 Objek Wisata Paling Populer Di Kabupaten Brebes, Nomor 1 Dikunjungi Lebih Dari 120 Ribu Orang - Pantura Post."

Air Panas Tirta Husada sebanyak 6.915 wisatawan, Pemandian Air Panas Cipanas Buaran sebanyak 8.010 wisatawan, dan Pantai Rangdusanga Indah sebanyak 68.218 wisatawan.[6] Dengan pengelolaan dan pengembangan yang tepat akan menjadi nilai plus tersendiri bagi Waduk Malahayu terhadap minat kunjungan wisatawan.

Tabel. 1.1

Jumlah Kunjungan Wisatawan

No.	Objek Wisata	Jumlah Kunjungan		
		2020	2021	2022
1.	Waduk Malahayu	287.604	31.637	120.260
2.	Agro wisata Kaligua	69.805	44.376	80.813
3.	Pantai Randusanga Indah	68.218	54.595	66.098
4.	Pemandian Air Panas Tirta Husada	6.915	8.295	33.700
5.	Pemandian Air Panas Buaran	8.010	6.225	21.900

Di era globalisasi sebagaimana saat ini, sektor pariwisata dinilai menjadi salah satu sektor yang ekonomi yang strategis bagi pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Pengembangan pariwisata tidak hanya mencakup aspek kegiatan wisata, tetapi juga infrastruktur pendukung dan pemasaran melalui media sosial. Oleh karena itu, pemahaman mengenai pengaruh pembangunan infrastruktur dan promosi melalui media sosisal terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di objek wisata menjadi sangat penting untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan.

Pembangunan infrastruktur seperti jalan raya, akses ke air bersih, dan fasilitas pendukung lainnya dapat memberikan dampak signifikan terhadada

[6] "BPS Kabupaten Brebes."

pengembangan pariwisata. Melalui penelitian ini, akan diungkap sejauh mana pembangunan infrastruktur tersebut mempengaruhi aksesibilitas wisata dan daya Tarik wisata bagi masyarakat.

Peran media sosial dalam mempromosikan destinasi wisata semakin berkembang pesat. Namun, belum banyak penelitian yang mengkaji secara komprehensif dampak promosi melalui media sosial terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di wisata. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi celah pengetahuan tersebut dengan menganalisis efektivitas promosi melalui media sosial terhadap jumlah kunjungan dan pengeluaran wisatawan.

Sebanyak ±13.112 jiwa penduduk yang tinggal di Desa Malahayu dari ±129.783 jiwa jumlah penduduk di Kecamatan Banjarharjo sendiri adannya objek wisata didaerah tersebut diharapkan dapat memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat setempat, dengan begitu perekonomian masyarakat setempat dapat terbantu.[7] Pengembangan infrastruktur dinilai dapat meningkatkan minat kunjung wisatawan, dengan meningkatnya kunjungan wisatawan maka diprediksi dapat meningkatkan pendapatan daerah bahkan juga dapat meningkatkan devisa Negara, selain itu meningkatnya kunjungan wisatawan juga dapat membantu peningkatan pendapatan masyarakat yang bekerja di objek wisata tersebut.

Penyediaan sarana dan prasarana yang telah terealisasi menjadi salah satu alasan objek wisata nyaman untuk dikunjungi. Berbagai fasilitas yang telah disediakan dikompleks objek wisata Waduk Malahayu antara lain; kolam renang anak, mainan anak, becak air, perahu pesiar, perahu dayung, panggung terbuka, serta tempat parkir yang cukup luas. Selain pembangunan infrastruktur, promosi juga diperlukan guna memberikan informasi kepada khalayak umum mengenai keberadaan objek wisata Waduk Malahayu. Mengingat diera modern sekarang ini segala sesuatu serba digital, promosi atau pengenalan objek wisata juga dapat dilakukan melalui media sosial.

[7] "BPS Kabupaten Brebes."

Waduk Malahayu, salah satu destinasi wisata terkenal di Brebes, Jawa Tengah, memilliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi lokal. Namun meskipun menjadi destinasi popular, dampak pembangunan infrastruktur dan promosi media sosial terhadap peningkatan pendapatan masyarakt sekitar masih perlu dipahami. Seperti beberapa alasan untuk memilih Waduk Malahayu sebagai lokasi penelitian.

Pertama, dari segi potensi yang dapat dikembangkan dari objek wisata Waduk Malahayu, mulai dari keindahan alamnya hingga berbagai aktivitas rekreasi seperti perahu wisata, memancing, dsb. Dengan demikian, memahami berbagai faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang muslim di akan memabantu dalam merancang strategi pengembangan pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kedua, pembangunan infrastruktur seperti jalan raya, parkir, dan fasilitas pendukung lainnya dapat mempengaruhi kemudahan dan kenyamanan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Waduk Malahayu. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi dampak dari pembangunan infrastruktur terhadap jumlah kunjungan dan pengeluaran wisatawan.

Ketiga, dalam era digital saat ini, promosi melalui media sosial memiliki peran yang sangat penting untuk menarik wisatawan. Dengan menganalisis seberapa efektif promosi yang dilakukan melalui media sosial, kita dapat memahami sejauh mana penggunaan *platform digital* dapat meningkatkan daya tarik dan pendapatan dari objek wisata sebagaimana Waduk Malahayu.

Dengan memahami pengaruh pembangunan infrastruktur dan promosi media sosial terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di wisata, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan berharga bagi pengambil kebijakan industri pariwisata, dan masyarakat local untuk meningkatkan kesejahteraan dan keberlanjutan sektor pariwisata di masa depan.

Dengan demikan, alasan penelitian di objek wisata Waduk Malahayu, Brebes, mencakup pertimbangan potensi pariwisata, dampak pembangunan infrastruktur dan peran media sosial dalam promosi desitinasi wisata lokal.

Berdasarkan latar belakang belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai sejauh mana pengaruh pembangunan infrastruktur dan promosi media social terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di wisata Waduk Malahayu, dapat ditinjau lebih dalam lagi sejauh mana pengaruh yang diberikan dan dapat pula diketahui pengaruh apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertimbangkan. Dalam hal ini juga mendasari peneliti melakukan penelitian dengan **"Pengaruh Pembangunan Infrastruktur dan Promosi Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang Muslim di Wisata Waduk Malahayu"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan urian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pembangunan infrastruktur berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu?
2. Apakah promosi melalui media sosial dapat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu?
3. Apakah pembangunan infrastruktur dan promosi melalui media sosial berpengaruh terhadap pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pembangunan infrastruktur objek wisata Waduk Malahayu terhadap peningkatan pendapatan masyarakat setempat.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi objek wisata Waduk Malahayu melalui media sosial terhadap peningkatan pendapatan masyarakat setempat.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi melalui media sosial dan pembangunan infrastruktur objek wisata Waduk Malahayu terhadap pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu .

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi penulis mengenai pengaruh objek wisata kepada masyarakat setempat.
2. Bagi Pedagang muslim di Objek Wisata

   Penulis berharap penelitian ini mampu dijadikan bahan evaluasi dan motivasi bagi para pihak yang ada pada wilayah objek wisata Waduk Malahayu untuk terus membantu mengembangkan potensi yang dimiliki oleh objek wisata tersebut agar manfaatnya dapat dinikmati bersama terutama pengaruhnya terhadap perekonomian setempat.
3. Bagi Pihak Pengelola

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan motivasi dalam pengelolaan, pengembangan serta promosi atau pengenalan objek wisata terhadap khalayak umum, mengingat dampak yang diberikan bagi masyarakat setempat.

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan identifikasi masalah, maka diajukan hipotesis yaitu pengaruh promosi melalui media sosial dan pembangunan infrastruktur terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu dalam persepktif islam.

Secara statistic hipotesis tersebut dapat dituliskan sebagai berikut :

H_0: Tidak adanya pengaruh pembangunan infrastruktur dan promosi media sosial terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu

H_1 : Tidak adanya pengaruh pembangunan infrastruktur terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu.

H_2 : Adanya pengaruh pembangunan infrastruktur terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu.

H_3 : Tidak adanya pengaruh promosi melalui media sosial terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu.

H_4 : Adanya pengaruh promosi melalui media sosial terhadap peningkatan pendapatan pedagang muslim di objek wisata Waduk Malahayu.

H_5: Adanya pengaruh pembangunan infrastruktur dan promosi melalui media sosial terhadap peningkatan pendapatan masyarakat objek wisata Waduk Malahayu.

F. Definisi Operasional

Sehubungan dengan begitu luasnya cakupan terkait topik yang akan dibahas, maka sebelum membahasnya lebih lanjut penulis akan sedikit menguraikan beberapa istilah yang dianggap penting dalam penyusunan skripsi ini sebagai upaya menghindari kesalahpahaman dalam skripsi yang penulis susun.

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pembangunan infrastruktur

Infrastruktur merupakan sarana dan prasarana atau fasilitas yang disediakan oleh suatu badan usaha guna kepentingan konsumen. Pengertian infrastruktur menurut Grigg, infrastruktur merupakan sistem fisik yang menyediakan transportasi, pengairan, drainase, bangunan gedung dan fasilitas publik lainnya yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia baik kebutuhan sosial maupun kebutuhan ekonomi.[8]

Pembangunan infrastruktur sendiri merupakan salah satu upaya guna mengembangkan suatu usaha. Dalam dunia pariwisata kelengkapan fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan. Dikaitkan dengan kepuasan dan kenyamanan saat berkunjung yang kemudian menarik minat wisatawan untuk berkunjung kembali atau bahkan sekedar meromendasikan objek wisata tersebut sebagai salah satu objek wisata unggulan. Infrastruktur yang memadai dan terlaksana dengan baik didaerah tujuan wisata akan membantu meningkatkan fungsi sarana wisata, sekaligus membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidupnya.

2. Promosi media sosial

Promosi merupakan suatu kegiatan pengenalan produk kepada khalayak umum. Menurut Kotler, promosi merupakan *"promotion refers to activities that communicate to merits of the product and persuade terget customers to buy it"* yang kemudian diartikan bahwasanya promosi merupakan kegiatan mengajak atau membujuk target konsumen agar membeli produk tersebut.[9] Sedangkan menurut Sari dan Suyuthie promosi yaitu faktor yang mempengaruhi konsumen

[8] Maryati, *Sistem Infrastruktur*, 3.

[9] Kotler and Armstrong, *Principles of Marketing*.

untuk membeli atau berkunjung ke suatu objek.[10] Teknik-teknik promosi dapat melalui *event*, pramuwisata, *tour* ke kota-kota atau bisa melalui media sosial.[11] Tujuan promosi dalam dunia pariwisata yakni memperkenalkan dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keberadaan objek wisata serta mempengaruhi masyarakat agar mau berkunjung.

Promosi melalui media sosial sendiri atau biasa disebut dengan promosi online merupakan kegiatan atau aktivitas untuk memperkenalkan, memberi informasi serta mempengaruhi masyarakat mengenai suatu produk atau jasa dengan memanfaatkan teknologi. Dalam dunia pariwista sendiri promosi online bisa dilakukan dengan memposting atau mengunggah foto-foto seputar objek wisata, atau bisa dilakukan dengan memposting video mengenai objek wisata itu sendiri. Dengan penyajian informasi yang menarik melalui berbagai unggahan seperti foto ataupun video diharapkan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat itu.

3. Pendapatan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang didapatkan dari hasil penjualan barang atau jasa. Pendapatan (*revenue*) adalah semua bentuk penerimaan, pemasukan, atau peningkatan aktiva suatau usaha yang merupakan hasil dari penjualan barang atau jasa atau imbal hasi daril suatu investasi selama periode tertentu. Pedapatan juga dapat diartikan semua yang diterima dari hasil penjualan barang dan jasa yang didapat dalam unit usaha. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan ataupun perorangan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar pula kemampuan perusahaan/

[10] Filma Sari Dan Hijriyantomi Suyuthie, "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Green House Lezatta Kabupaten Agam" (Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan, T.T.).

[11] Rizka Permata Sari, "Peran Promosi Dalam Meningkatkan Wisata Di Pendestrian Kota Palembang," Oktober 2021.

perorangan dalam membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan.[12]

G. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nurcholis Majid, yang berjudul Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisata Kampung Kopi Rigis Jaya di Lampung Barat). Jenis penelitian ini *explanatory reseach* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner dengan menggunakan *skala likert* yang disebarkan secara langsung dan disebarkan melalui google *form* ke media sosial melalui *direct message*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 180 reponden yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dangan bantuan SPSS 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi media sosial instagram berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung, dan variabel daya tarik wisata berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan variabel promosi media sosial instagram dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke kampung kopi rigis jaya di Lampung Barat dengan nilai R *Square* sebesar 0,195 atau 19,5%.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nana Suwilma dan Abdul Wahab Abdi, yang berjudul Dampak Pengembangan Objek Pantai Suak Geudubang Terhadap Perekonomian Masyarakat Gampong Suak Geudubang Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat (Studi Kasus Objek Wisata Pantai Karang Bolong Kecamatan Limau Kabupaten Tanggamus). Teknik dalam pengambilan sample dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* data yang dikumpulkan berupa kuesioner

[12] "Pendapatan (*Revenue*) - Pengertian, Jenis, Karakteristik dan Pengukuran."

atau angket. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden dengan kriteria berusia minimal 20 tahun dan mampu berkomunikasi dengan baik. Hasil penelitian ini menunjukkan 46,67% meyatakan bahwa pengembangan objek wisata pantai Suak Geudubang memiliki dampak terhadap perekonomian masyarakat.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Fitriya, yang berjudul Pengaruh Promosi Pariwisata, Cinderamata dan Infrastruktur Penunjang Terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik Maupun Mancanegara di Objek Wisata Kabupaten Kerici. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket dengan. Teknik analisis data menggunakan metode statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah para wisatawan yang berkunjung ke wisata kabupaten Kerinci, sampel yang diambil berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, cinderamata dan infrastruktur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatwan di objek wisata Kabupaten Kerinci. Variabel promosi, cinderamata dan jnfrastruktur secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wistawan di objek wisata Kabupaten Kerinci.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Wedanta dan Aristiana Brama, yang berjudul Pengaruh Media Sosial, Selebrity Endorsement, dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di Objek Wisata Tegenungan Air Terjun. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden dari jumlah populasi yang mana diambil dari pengunjung objek wisata Tegenungan Waterfall dengan menggunakan Teknik analisis data berupa regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan media sosial pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali, Celebrity Endorsement pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali,

dan fasilitas wisata pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali

5. Penelitian yang dilakukan oleh Susi Sulastri dan Eka Pariyanti, yang berjudul Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat dan Pertumbuhan Ekonomi Lampung Timur. Jenis penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif dengan menggunakan analisis jalur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pendapatan sektor pariwisata terhadap kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi dengan nilai korelasi sebesar 0,965 atau 96,5%. Serta pendapatan sektor pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika untuk mempermudah penulisan dan pemahaman alur skripsi ini, maka perlu adanya gambaran singkat tentang sistematika pembahasan judul skripsi. Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan, membahas mengenai: a) Konteks Penelitian; b) Fokus Penelitian; c) Tujuan Penelitian; d) Kegunaan Penelitian; e) Definisi Operasional; f) Sistematika Penulisan.

Bab II: Bab ini merupakan bagian yang menjelaskan mengenai kajian pustaka yang berkaitan dengan topik pembahasan antara lain : Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Objek Wisata Waduk Malahayu Dan Promosi Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Malahayu Kecamatan Banjarharjo Kabupaten Brebes.

Bab III: Pada bagian ini akan menjelaskan tentang Metode penelitian yang akan membahas mengenai: a) Jenis Penelitian; b) Kehadiran Penelitian; c) Lokasi Penelitian; d) Sumber Data; e) Prosedur Pengumpulan Data; f)

Teknik Analisis Data; g) Pengecekan Keabsahan Data; h) Tahap-Tahap Penelitian.

Bab IV: Paparan hasil penelitian dan Pembahasan, akan membahas mengepenafsiran dan nai: a) Setting Penelitian, yang memaparkan tentang kondisi secara umum pada fokus penelitian yang dikaji oleh peneliti; b) Temuan Penelitian, yang menguraikan tentang data dari berbagai sumber yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya; c) Pembahasan, yang akan membahas tentang penafsiran dan penjelasan oleh peneliti dengan mengkolerasikan antara fakta yang terjadi di lapangan penelitian dengan beberapa teori atau konsep yang ada.

Bab V: Penutup, akan membahas tentang: a) Kesimpulan; dan b) Saran