

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

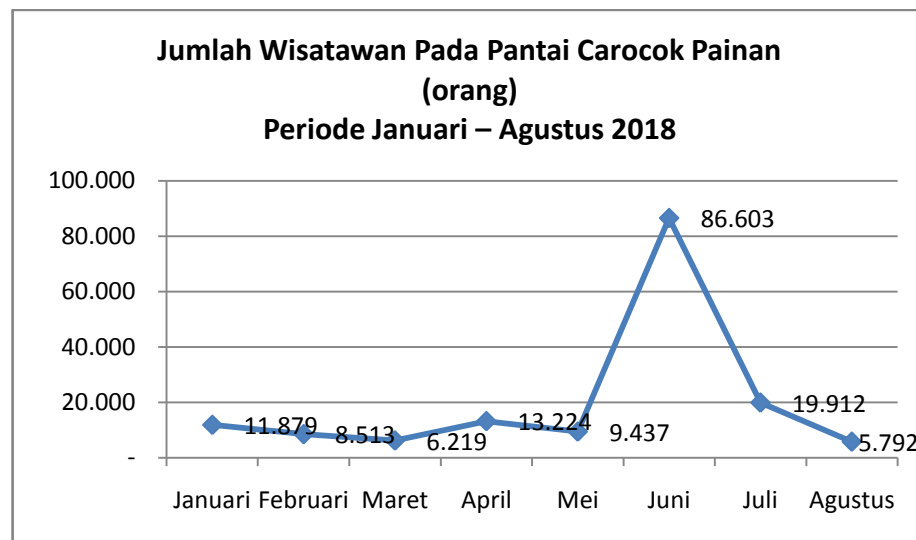
Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara selain dari sektor migas yang sangat potensial dan mempunyai pengaruh besar dalam membangun perekonomian yang saat ini pertumbuhannya sedang berkembang. Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk datang dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya. Berdasarkan transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya serta negara akan mendapat devisa dari wisatawan asing yang menukar mata uang negaranya dengan rupiah. Banyak daerah bergantung kepada industri pariwisata sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan (Syahrul, 2015)

Salah satu objek wisata pariwisata yang terus dikembangkan oleh pemerintah yaitu objek wisata Pantai Carocok Painan. Kawasan wisata bahari ini terletak di Kabupaten Pesisir Selatan provinsi Sumatera Barat. Objek wisata Pantai Carocok Painan ini merupakan salah satu objek wisata yang termasuk ke dalam Rencana Induk Nasional Pembangunan Kepariwisata Nasional (Ripparnas), yaitu sebuah program pemerintah pusat untuk memfokuskan pengembangan sebuah objek pariwisata dalam negeri secara signifikan. Pantai Carocok Painan merupakan salah satu objek wisata bahari yang ada di Pesisir Selatan yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Bupati Pesisir Selatan Nomor 10 tahun 2002.

Pantai Carocok ini merupakan ikon pariwisata Pesisir Selatan yang berada disisi barat kota Painan dengan jarak 77 km dari Padang dan dapat ditempuh sekitar 1,5 jam perjalanan darat.

Berikut ini disajikan data jumlah pengunjung wisatawan pada pantai carocok Painan periode Januari sampai Agustus 2018 :

Gambar1.1
Jumlah Wisatawan Pada Pantai Carocok Painan (orang)
Periode Januari – Agustus 2018



Sumber : Dinas Pariwisata, Kabupaten Pesisir Selatan November 2018

Berdasarkan data pada Gambar1.1 diatas terlihat bahwa jumlah wisatawan cenderung mengalami penurun setiap bulannya periode Januari sampai Agustus 2018. Dimana peningkatan paling besar hanya terjadi pada bulan Juni 2018 mencapai 86.603 orang wisatawan dikarenakan ini bertepatan dengan libur lebaran. Hal ini mengindikasikan bahwa minat berkunjung wisatawan ke Pantai Carocok Painan cenderung rendah. Penurunan persentase perkembangan jumlah wisatawan nusantara ini juga dapat menunjukkan belum optimalnya peranan *electronic word of mouth* tentang destinasi wisata Pantai Carocok Painan dan

masih kurangnya daya tarik destinasi wisata serta masih terbatasnya aksesibilitas menuju destinasi wisata tersebut, ini tentunya dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan.

Minat berkunjung pada dasarnya adalah dorongan dari dalam diri konsumen berupa keinginan untuk mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik perhatian seseorang tersebut. Kaitannya dengan pariwisata teori minat berkunjung diambil dari teori minat beli terhadap suatu produk, sehingga dalam beberapa kategori minat beli dapat diaplikasikan dalam minat berkunjung. Menurut Setiadi (2003) mengemukakan bahwa minat atau *interest* ialah salah satu tahapan dalam proses adopsi dimana konsumen tertarik untuk mencari informasi tersebut.

Simamora (2003) mengemukakan bahwa minat beli itu muncul dalam perilaku konsumen pada implementasi pembelian, mulai dari konsumen mengidentifikasi pilihan barang atau jasa mana yang akan dibeli, kemudian muncul niat (minat) untuk membeli barang atau jasa tersebut, minat beli dapat dipengaruhi oleh orang lain ataupun pengaruh situasi, setelah tahap tersebut barulah konsumen memutuskan apakah membeli atau tidak

Berdasarkan survey awal yang dilaksanakan pada bulan November 2018 terhadap 30 orang wisatawan domestik yang sudah berkunjung ke destinasi wisata Pantai Carocok Painan mereka mengutarakan penilaian terhadap minat berkunjung, *electronic word of mouth*, daya tarik dan aksesibilitas sebagai berikut :

Tabel 1.1
Penilaian Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan

No	Penilaian	Tidak Setuju	Setuju	Persentase Tidak Setuju
1	Anda berkeinginan berkunjung karena keunikan Pantai Carocok Painan	17	13	56,7
2	Melalui media sosial dan internet anda mendapatkan informasi mengenai harga-harga paket wisata dan pemesanan paket wisata Pantai Carocok Painan	19	11	63,3
3	Melalui media sosial dan internet anda merasakan kesadaran orang lain akan potensi wisata pantai carocok painan	18	12	60,0
4	Pemandangan alam yang masih alami menjadi daya tarik destinasi wisata	5	25	16,7
5	Petunjuk jalan menuju destinasi wisata tersedia dengan cukup baik	17	13	56,7
6	Akses jalan menuju pantai carocok painan mudah untuk dilewati	23	7	76,7

sumber : survey awal November 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwasanya dari segi minat berkunjung dapat dijelaskan bahwa 17 orang (56,7%) para wisatawan tidak setuju berkunjung ke Pantai Carocok Painan karena keunikan destinasi wisata. Hal ini dikarenakan wisatawan tersebut ada yang sudah pernah mengunjungi destinasi wisata Pantai Carocok Painan sebelumnya dan kedatangan mereka berikutnya adalah untuk melihat hasil renovasi wisata lama yang telah mereka kunjungi sehingga kunjungan mereka bukan lagi dari segi keunikan destinasi wisata tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat wisatawan tertarik berkunjung ke destinasi wisata adalah mendapatkan informasi dari media sosial. Dimana informasi ini disampaikan melalui media elektronik yang sering disebut *electronic word of mouth*. Hal ini dikarenakan saat ini orang gemar mempublikasi tempat-tempat wisata pada media sosial, kemudian saling

mengomentari menunjukkan bahwa komunikasi *word of mouth* tidak hanya dilakukan secara langsung tapi juga bisa melalui media elektronik yang disebut *electronic word of mouth*. Komunikasi *electronic word of mouth* yang terjadi di akun media sosial tersebut menjadi dorongan atau rangsangan yang memotivasi orang lain untuk datang ke destinasi wisata yang dipublikasikan.

Berdasarkan Tabel 1.1 diperoleh dari *electronic word of mouth* 19 (63,3%) orang wisatawan tidak setuju bila dikatakan mereka memperoleh informasi melalui media sosial dan internet mengenai harga-harga paket wisata dan pemesanan paket wisata dan 18 orang (60%) tidak setuju bila dikatakan melalui media sosial dan internet mereka merasakan kesadaran orang lain akan potensi wisata Pantai Carocok Painan. Hal ini dikarenakan tidak semua paket-paket destinasi wisata yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan dapat ditemukan harganya selain itu wisatawan juga berpendapat publisitas wisatawan tidak selalu dapat menunjukkan apa yang dirasakan seorang wisatawan ketika mengunjungi destinasi wisata melainkan publisitas tersebut hanya mampu menunjukkan tempat wisata mana yang baru bermunculan dan menarik untuk dikunjungi.

Selanjutnya yang mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan ke destinasi wisata adalah daya tarik wisata. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Dalam Undang-Undang No. 9 tahun 1990 tentang

kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah suatu yang menjadi sasaran wisata.

Berdasarkan Tabel 1.1 dari daya tarik wisata hanya 5 (16,7%) orang wisatawan tidak setuju bila dikatakan pemandangan alam yang masih alami menjadi daya tarik destinasi wisata. Hal ini dikarenakan pemandangan alam yang alami ini akan menjadi tidak menarik atau hilang keindahannya akibat air dibawah jembatan sering surut sehingga memperlihatkan kondisi yang tidak bagus pada pantai carocok painan

Kemudian aksesibilitas juga dipertimbangkan. Payangan (2014) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah sarana dan prasarana yang menyebabkan wisatawan dapat mengunjungi objek/daya tarik wisata. Dalam pariwisata, sarana dan prasarana dibangun agar konsumen dapat mengunjungi objek/daya tarik wisata, sehingga mereka mampu membeli objek/daya tarik wisata tersebut. Aksesibilitas akan menyebabkan wisatawan dapat mencapai objek/daya tarik wisata yang dituju dengan aman, nyaman serta layak.

Selanjutnya berdasarkan Tabel 1.1 dapat dijelaskan 17 orang (56,7%) wisatawan mengatakan tidak setuju Petunjuk jalan menuju destinasi wisata Pantai Carocok Painan tersedia dengan cukup baik. hal ini dikarenakan jumlah petunjuk jalan yang dipergunakan terbatas dan biasanya wisatawan mengandalkan google maps untuk mencari lokasi destinasi wisata jika mereka sulit menemukan destinasi wisata tersebut. Selain itu 23 orang (76,7%) tidak setuju Akses jalan menuju pantai carocok painan mudah untuk dilewati, hal ini dikarenakan jalan menuju pantai carocok Painan hanya dapat dilewati satu mobil, jika ada mobil yang berselisih harus menepi ke badan jalan agar salah satu mobil dapat lewat.

Aprilia (2015) meneliti tentang pengaruh *word of mouth* terhadap minat berkunjung serta dampaknya pada keputusan berkunjung (survei pada pengunjung tempat wisata “jawa timur park 2” kota batu). Berdasarkan hasil penelitian *word of mouth* berpengaruh terhadap minat berkunjung, *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung dan minat berkunjung berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Anwani dan Rahayu (2015) meneliti tentang Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas Dan Tarif Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Waduk Sermo Kulon Progo Yogyakarta. Hasilnya memberi indikasi bahwa daya tarik wisata, aksesibilitas, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Waduk Sermo ($\alpha = 0,05$) sedangkan tarif tidak berpengaruh.

Marpaung dan Sahla (2017) meneliti tentang Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, begitupula aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Secara simultan Daya Tarik dan Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Air Terjun Ponot Desa tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Aprilia (2015), Anwani dan Rahayu (2015) dan Marpaung dan Sahla (2017). Perbedaannya

dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel independen yang dipergunakan yaitu *Electronic Word Of Mouth*, Daya Tarik dan Aksesibilitas. Selanjutnya objek penelitian yang dipergunakan juga berbeda, dimana dalam penelitian ini menggunakan objek Wisatawan Pada Pantai Carocok Painan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka penelitian ini akan memfokuskan pada judul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Daya Tarik dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan pada Pantai Carocok Painan”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung ulang wisatawan pada Pantai Carocok Painan?
2. Bagaimana pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung ulang wisatawan pada Pantai Carocok Painan?
3. Bagaimana pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang wisatawan pada Pantai Carocok Painan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung ulang wisatawan pada Pantai Carocok Painan

2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung ulang wisatawan pada Pantai Carocok Painan
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang wisatawan pada Pantai Carocok Painan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi untuk riset yang akan dilakukan sekaligus sebagai studi kepustakaan mengenai pengaruh *electronic word of mouth*, daya tarik dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang wisatawan Pada Pantai Carocok Painan

2. Bagi Praktisi

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kabupaten Pesisir Selatan untuk lebih memahami sejauh mana peranan *electronic word of mouth*, daya tarik dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang wisatawan dan juga sebagai masukan bagi kebijakan pariwisata