

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal akan keindahan alamnya. Kekayaan budayanya merupakan komponen penting dalam pariwisata. Sektor pariwisata sangat potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu pendapatan daerah, karena pada pandangan masyarakat pariwisata sekarang bukan lagi menjadi suatu hal yang asing dan tabu. Kini pariwisata sudah menjadi bagian dari gaya hidup yang dapat dilakukan oleh masyarakat di semua kalangan yang memiliki kebutuhan dan keinginan untuk bepergian atau berekreasi ke suatu daerah tujuan wisata guna meningkatkan kualitas hidupnya. (Junaida, 2019). Saat ini industri pariwisata di Kabupaten Banyumas sangat pesat perkembangannya, ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya objek wisata yang bermunculan di berbagai daerah di wilayah



Banyumas dengan daya tarik dan keunikan tersendiri.

Gambar 1.1 Obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang

Sumber : Google Maps

Menurut penuturan Kuat Waluyo selaku salah satu pengurus dari obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang. Salah satu Obyek Wisata yang ada di Kabupaten Banyumas adalah Objek Wisata Hutan Pinus Sawangan, Objek Wisata ini terletak di Desa Sawangan Kecamatan Ajibarang, Kabupaten Banyumas. Obyek wisata yang sangat baru di Ajibarang ini merupakan obyek wisata yang didirikan atas dasar Kerjasama antara Perhutani dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH). Hutan Pinus Sawangan resmi dibuka pada awal bulan Mei tahun 2020 kemarin.

Ada beberapa alasan mengapa peneliti memilih Hutan Pinus Sawangan Ajibarang sebagai objek penelitian yang pertama karena kedekatan hubungan peneliti dengan pengurus obyek wisata tersebut, alasan berikutnya yaitu karena letak obyek wisata hutan pinus sawangan yang dekat dengan rumah peneliti, kemudian karena peneliti merasa ingin mengenalkan obyek wisata yang masih baru ini kepada masyarakat luas.



Gambar 1.2 Pembukaan obyek wisata Hutan Pinus Sawangan

Sumber : <https://cakrawala.co/perhutani-apresiasi-dibukanya-hutan-pinus-sawangan/>

Menurut penuturan Kuart Waluyo selaku salah satu pengurus dari obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang. Obyek wisata ini menawarkan daya tarik berupa pemandangan alam. Sesuai dengan namanya, pemandangan alam yang ditawarkan obyek wisata ini yaitu hutan yang ditumbuhi pohon pinus, didalamnya terdapat spot ikonik berupa batu besar yang dikenal dengan sebutan “Watu Gede”, dan juga terdapat dataran batu cadas yang cukup luas yang memiliki kemiringan kurang lebih 45 derajat yang oleh warga sekitar diberi nama “Wadas Miring”.

Selain itu wisatawan juga dapat menikmati pemandangan perbukitan serta indahnya gunung Slamet. Selain untuk bersantai, wisatawan juga dapat mendirikan tenda untuk bermalam di *sunrise camp area* yang telah disediakan oleh wisata tersebut, waktu perjalanan dari bawah ke puncak *sunrise camp area* bisa ditempuh selama kurang lebih 20 menit berjalan kaki. pengunjung hanya dibebani tiket masuk seharga Rp 3000 dan parkir Rp 2000 untuk bisa menikmati fasilitas dan daya tarik wisata yang ditawarkan Obyek Wisata Hutan Pinus Sawangan. Menurut penuturan Kuart Waluyo selaku salah satu pengurus dari obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang.

Menurut penuturan Kuart Waluyo selaku salah satu pengurus dari obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang. Hutan pinus sawangan juga memiliki official akun media sosial facebook dan Instagram yang digunakan pengelola obyek wisata ini untuk memberikan informasi seputar obyek wisata Hutan Pinus Sawangan baik melalui video, foto, maupun tulisan. Hal tersebut mempermudah calon pengunjung mendapatkan informasi dan menyebarkan

informasi mengenai obyek wisata hutan pinus sawangan kepada calon pengunjung lain. Dengan daya tarik wisata, fasilitas dan harga yang terjangkau membuat seseorang memutuskan untuk berkunjung ke obyek wisata hutan pinus sawangan.

Keputusan wisatawan berkunjung dianalogikan serupa dengan bentuk keputusan pembelian, hal ini dikarenakan dalam konteks pariwisata, memutuskan untuk membeli suatu produk wisata sama halnya dengan melakukan keputusan berkunjung. Kotler dan Keller (2009) dalam Junaida (2019) mengemukakan keputusan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli (Junaida, 2019). Dalam pengambilan keputusan pembelian, atau dalam hal ini keputusan berkunjung terdapat factor factor yang mempengaruhi, diantaranya yaitu *electronic word of mouth*

Electronic word of mouth adalah pernyataan positif ataupun negatif yang dilakukan oleh pelanggan potensial ataupun mantan pelanggan tentang produk atau perusahaan, yang ditujukan untuk banyak orang atau lembaga via internet. Dari sinilah kekuatan *electronic word of mouth* (E-WoM) dapat mempengaruhi terhadap minat dan keputusan berkunjung wisatawan (Heaning-Thurau, dkk 2003. dalam yuliani dan Suharto, 2021). Fenomena para wisatawan yang sering mengunggah foto atau video melalui media sosial tentang destinasi wisata Hutan Pinus Sawangan dapat menjadi salah satu media promosi.

Informasi yang ditulis oleh wisatawan yang pernah berkunjung akan memberikan nilai tambah cukup besar bagi users lain yang merupakan calon wisatawan potensial. Hal ini dapat mempercepat berkembangnya *electronic word of mouth* dan akhirnya akan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. (Hasan dan Setyaningtyas (2015), dalam Yuliani dan Suharto 2021). Dari sinilah kekuatan *electronic word of mouth* (E-WoM) dapat mempengaruhi terhadap minat dan keputusan berkunjung wisatawan.

Sebagian besar dari calon pengunjung akan melakukan pencarian informasi terlebih dahulu sebelum melakukan kunjungan secara langsung ke tempat wisata. Informasi tersebut dapat bersumber dari media sosial. Namun masih banyak obyek wisata yang tidak terlalu memprioritaskan untuk menyediakan informasi mengenai obyek wisata tersebut kedalam sebuah media sosial. Untuk itu seharusnya pengelola sebuah wisata menyediakan *official* akun pada media sosial ataupun *official website* yang bertujuan untuk memudahkan calon pengunjung mencari informasi mengenai obyek wisata tersebut.

Menurut penelitian Yuliani dan Suharto (2021), Riana dkk (2020), Khorunisa dan Nurtjahjani (2020), Mustikasari dan widaningsih (2016), dan Susilawati (2017) menjelaskan bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh secara Positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung 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. Ismayanti (2009) dalam Junaida (2019) memaparkan bahwa daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi, daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan mengunjungi suatu tempat. Setiap obyek wisata memiliki daya Tarik wisata tersendiri untuk menarik pengunjung.

Dalam hal ini hutan pinus sawangan memiliki daya Tarik wisata yang tidak dimiliki oleh obyek wisata lain diantaranya adalah Wadas Miring, Watu gede dan sunrise camp area. Dengan daya Tarik wisata tersebut mempengaruhi seseorang untuk berkunjung ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Junaida (2019), Yuliani dan Suharto (2021), Setiyorini dkk (2018) dan Vilda dkk (2020) menjelaskan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun berbeda dengan hasil penelitian Anggraini dkk (2019) yang menyatakan bahwa daya tarik tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung selanjutnya adalah harga.

Gitosudarmo (2008) dalam Setiadi (2018) mengemukakan harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Ebitu dkk (2012)

dalam Riati dkk (2020) menyatakan jika harga adalah bagian dari biaya penting yang dipertimbangkan konsumen saat proses pembelian. Pada hal ini berdasarkan hasil observasi peneliti, obyek wisata hutan pinus sawangan harga tiket masuk yang terjangkau. Pengunjung hanya dibebani tiket masuk seharga Rp 3000 dan parkir Rp 2000 untuk bisa menikmati fasilitas dan daya tarik wisata yang ditawarkan obyek wisata tersebut. Hal tersebut tentunya dapat menjadi pengaruh seseorang memutuskan untuk berkunjung ke Obyek Wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dan Nur laily (2017) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Namun berbeda dengan hasil peneltian dari Sirait (2018), Setiadi (2018), Anggono dan Sunarti (2018), dan Riati dkk (2020) menjelaskan bahwa variable harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang untuk berkunjung ke suatu obyek wisata adalah fasilitas.

Menurut Tjiptono (2015) dalam Nuha dkk (2020) menyatakan bahwa fasilitas adalah fasilitas merupakan barang yang berbentuk fisik yang dimiliki oleh perusahaan dan disediakan untuk pembeli untuk mendapatkan manfaatnya. Kemudian Tjiptono, (2014) dalam Enny dan Risangaji (2020) mengemukakan fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Dalam hal ini berdasarkan hasil observasi peneliti, Meskipun masuk kategori obyek wisata baru, namun fasilitas yang ada pada obyek wisata hutan pinus sawangan cukup lengkap.

Setidaknya sudah disediakan toilet, Mushola, Aula atau Rumah djoglo untuk tempat berkumpul, panggung, pedagang pedagang, ada gubug untuk bersantai dan ada juga Taman Baca Masyarakat didalam Obyek Wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang tersebut. Menurut penuturan Kuat Waluyo selaku salah satu pengurus dari obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang.

Adanya fasilitas yang menunjang pada obyek wisata hutan sawangan ini akan berpengaruh pada keputusan seseorang untuk berkunjung pada obyek wisata ini. Hal tersebut sama dengan hasil penelitian dari Yuliani dan Suharto (2021), Sari dan Harti (2020), Nuha dkk (2020), Prayogi (2020) dan Enny dan Risangaji (2020) yang menjelaskan bahwa fasilitas berepengaruh terhadap keputusan berkunjung. Namun berbeda dengan hasil penelitian Anggraini dkk (2019) yang menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Yuliani dan Suharto (2021) yang meneliti tentang pengaruh *electronic word of mouth* (e-wom) dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung Terdapat beberapa perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan yang pertama terdapat variabel tambahan pada penelitian ini yaitu variabel harga dan fasilitas yang mengacu pada penelitian Helena Sirait (2017) harga dan fasilitas merupakan hal yang dapat memicu keputusan seseorang untuk berkunjung ke suatu obyek wisata.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis ingin mengembangkan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Elektronic Word Of***

Mouth, Daya Tarik Wisata, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Obyek wisata Hutan Pinus Sawangan)”

B. Perumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *electronic word of mouth*, daya tarik wisata, harga, fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang?
2. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang?
3. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang?
4. Apakah harga berpengaruh negative dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang?
5. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang akan diteliti lebih terfokus pada tujuan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilaksanakan pada periode tahun 2021
2. Responden adalah wisatawan Hutan Pinus Sawangan Ajibarang
3. Penelitian ini dibatasi pada variable bebas, pengaruh *electronic word of mouth*, daya tarik wisata, harga, dan fasilitas pada obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth*, daya tarik wisata, harga, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung Kembali ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang.
- c. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang.
- d. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang.
- e. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan ke obyek wisata Hutan Pinus Sawangan Ajibarang.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi pengelola obyek wisata Hutan Pinus Sawangan

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dan dapat digunakan sebagai suatu pertimbangan untuk membuat strategi yang tepat mampu menarik serta meningkatkan jumlah pengunjung pada obyek wisata tersebut.

b. Peneliti selanjutnya.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang mengenai *electronic word of mouth*, daya tarik wisata, harga, serta fasilitas terhadap keputusan berkunjung ke suatu obyek wisata.

c. Bagi peneliti

Sebagai implementasi atas teori yang telah diperoleh pada perkuliahan yang menambah wawasan akan dunia bisnis terutama bidang pemasaran.