

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kebutuhan akan traveling kini telah menjadi salah satu prioritas tertinggi bagi masyarakat di seluruh negara, tidak terkecuali di Indonesia. Bahkan seperti yang diumumkan oleh The World Travel & Tourism Council (WTTC) bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan pariwisata tertinggi peringkat ke-9 di dunia dengan pertumbuhan wisman tercepat di dunia nomor 3 di Asia dan nomor 1 di Asia Tenggara (Amanullah, 2019).

Pandemi COVID-19 telah menghantam industri pariwisata di Indonesia dengan sangat kuat. Sejak Februari 2020, jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis. Puncak penurunan terjadi pada April 2020, dengan jumlah wisatawan hanya sebanyak 158 ribu orang. Sepanjang tahun 2020, jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia hanya sekitar 4,052 juta orang, yang hanya sekitar 25% dari jumlah wisatawan pada tahun 2019. Hal ini berdampak pada pendapatan negara di sektor pariwisata, yang mengalami penurunan sebesar Rp20,7 miliar (Kemenparekraf RI, 2021).

Pariwisata di Indonesia mengalami fenomena kenaikan pengunjung yang menarik perhatian. Menurut Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO), pariwisata global hampir mencapai 90% pemulihan seperti sebelum pandemi pada akhir tahun 2023. Antara Januari dan September 2023, 975 juta

wisatawan melakukan perjalanan internasional, meningkat sebesar 38% dibandingkan dengan tahun 2022. Pariwisata dunia secara keseluruhan telah pulih sebesar 87% dari tingkat sebelum pandemi pada Januari-September 2023, menempatkannya pada jalur pemulihan hampir 90% pada akhir tahun. Penerimaan pariwisata internasional diperkirakan mencapai USD 1,4 triliun pada tahun 2023, mendekati 93% dari penerimaan pada tahun 2019 (Rahmadi, 2023).

Pariwisata domestik Indonesia juga mengalami pemulihan. Jumlah perjalanan wisatawan lokal (wisatawan nusantara) pada tahun 2022 meningkat sebesar 19,82% dibandingkan dengan tahun 2021, serta tumbuh 1,76% dibandingkan dengan tahun 2019. Pada Maret 2022, terjadi 80,23 juta perjalanan wisatawan nusantara di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa minat wisatawan terhadap Indonesia semakin meningkat, baik dari dalam negeri maupun mancanegara.

Salah satu daerah yang memiliki cukup banyak tempat pariwisata adalah daerah Kabupaten Magetan. Pertumbuhan pariwisata di Kabupaten Magetan dinilai cukup baik. Pengembangan potensi tempat pariwisata di Kabupaten Magetan terus di dorong oleh pemerintah daerah. Ada beberapa objek wisata Kabupaten Magetan yang cukup dikenal wisatawan domestik maupun wisatawan asing, salah satunya yaitu Mojosemi Forest Park. Jumlah pengunjung di Mojosemi Forest Park mengalami kenaikan yang cukup pesat pada tahun 2023. Jumlah pengunjung di Mojosemi Forest Park meningkat dari 42.730 pengunjung pada tahun 2022 menjadi 166.567 pada tahun 2023

(Badan Pusat Statistik Kabupaten Magetan, 2024). Peningkatan jumlah ini menunjukkan jika animo masyarakat untuk berkunjung ke Mojosemi Forest Park sangat tinggi.

Tabel 1.1. Data Pengunjung Mojosemi Forest Park 2023

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2022	42.730
2	2023	166.567

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Magetan (2024)

Peningkatan jumlah pengunjung di Mojosemi Forest Park pasca pandemi COVID-19 disebabkan oleh beberapa faktor. Setelah pandemi COVID-19, banyak wisatawan mencari tempat-tempat yang menawarkan lingkungan yang aman dan nyaman. Mojosemi Forest Park, dengan suasana alam yang tenang dan langkah-langkah protokol kesehatan yang diterapkan, menjadi pilihan menarik bagi pengunjung yang ingin berlibur dengan aman. Peningkatan promosi melalui berbagai media, termasuk media sosial, serta strategi pemasaran yang efektif telah berkontribusi pada kenaikan jumlah pengunjung di Mojosemi Forest Park. Foto dan video pemandangan indah Mojosemi Forest Park sering dibagikan di platform seperti *Instagram* dan Facebook, sehingga hal ini menarik perhatian calon pengunjung. Investasi dalam peningkatan fasilitas dan infrastruktur di Mojosemi Forest Park, seperti perbaikan jalur hiking, penambahan fasilitas umum, dan pengembangan area baru untuk kegiatan wisata, juga memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik wisata dan menarik lebih banyak pengunjung untuk datang berkunjung. Penyelenggaraan berbagai kegiatan dan event spesial,

seperti festival alam, lomba hiking, dan event komunitas juga turut menambah daya tarik Mojosemi Forest Park sebagai destinasi wisata.

Perilaku konsumen berperan krusial dalam peningkatan jumlah pengunjung suatu destinasi wisata, dimana minat konsumen untuk berkunjung akan mempengaruhi keputusan dalam melakukan kunjungan. Dalam pemasaran, konsep minat berkunjung wisatawan erat kaitannya dengan konsep minat beli konsumen. Satria (2017) menjelaskan bahwa minat beli konsumen diukur berdasarkan beberapa indikator seperti tingkat kesadaran konsumen (*awareness*), tingkat pengetahuan terhadap produk, tingkat kesukaan konsumen terhadap produk, preferensi, dan tingkat keyakinan untuk membeli produk. Minat beli wisatawan terhadap produk dan jasa wisata juga diukur berdasarkan indikator tersebut (Fuady et al., 2020). Adapun minat berkunjung wisatawan diukur berdasarkan indikator diantaranya yaitu keaktifan wisatawan mencari informasi terkait produk, kemantapan untuk berkunjung, serta keputusan untuk berkunjung (Ramadoni & Rumorong, 2019).

Jumlah pengunjung yang meningkat dapat menjadi indikator meningkatnya minat berkunjung di Mojosemi Forest Park. Semakin banyak orang yang datang, semakin tinggi minat mereka terhadap suatu tempat atau acara. Namun, perlu diingat bahwa jumlah pengunjung hanya satu dari beberapa faktor yang dapat menggambarkan minat berkunjung. Faktor lainnya mungkin melibatkan promosi, fasilitas, dan kualitas pengalaman yang

ditawarkan. E-WOM dan daya tarik juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat berkunjung terhadap suatu objek wisata (Purwanto et al., 2021).

Mojosemi Forest Park memiliki fasilitas yang lengkap sehingga menjadi keunikan sendiri dibandingkan dengan onjek wisata lainnya yang berada di Kabupaten Magetan terutama di Kecamatan Plaosan, dengan mengusung konsep wisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan yang datang yaitu disediakan Mojosemi Dinosaurus Park, *Camping Ground*, *Dinosaurus Show*, *Jeep Lawu Tor*, Berkuda, Mandi Bola, *Advanture*, *Hightrope*, *Selfie deck*, *Lowrope*, *Paintball*, *Airsoft Gun* dan fasilitas pendukung lainnya sehingga wisatawan bisa berlibur dan menikmati beberapa fasilitas dalam satu lokasi. Hal ini yang menjadikan para wisatawan pun ingin mencoba objek wisata dengan konsep dan fasilitas yang baik wisata dan rekreasi yang menarik. Adapun data pembandingan fasilitas Mojosemi Forest Park dengan wisata lainnya yang berada di sekitar wilayah Magetan.

Tabel 1.2 Data Pembandingan Wisata Di Kabupaten Magetan

No	Fasilitas	Mojosemi Forest Park	The Lawu Park	Sarangan	Taman Geni Langit
1	Area Parkir	✓	✓	✓	✓
2	Rest Area	✓	✓	✓	-
3	Tempat Beribadah	✓	✓	✓	-
4	Fasilitas Kuliner	✓	✓	✓	✓
5	Spot Foto	✓	✓	✓	✓
6	Taman Bermain Anak	✓	✓	✓	✓
7	Kios Souvenir	✓	✓	✓	-
8	Kamar Mandi	✓	✓	✓	✓
9	Penginapan	✓	✓	✓	-

Sumber : hasil Observasi (2024)

Keputusan berkunjung adalah tindakan nyata seseorang untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Keputusan berkunjung dapat diukur melalui 3 indikator (Hariadi, 2013) yaitu salah satunya minat berkunjung dikarenakan adanya kebutuhan atau keinginan. Pengunjung ingin menikmati suasana dingin dan pemandangan indah di Mojosemi Forest Park, keputusan berkunjung atas dasar informasi dan sumber-sumber yang berkaitan. Pengunjung memutuskan berkunjung ke Mojosemi Forest Park karena melihat review yang baik di media sosial dan keputusan berkunjung setelah melakukan penilaian dan seleksi terhadap berbagai alternatif. Pengunjung memutuskan berkunjung ke Mojosemi Forest Park setelah menyeleksi beberapa destinasi wisata lain yang ada di sekitar lereng Gunung Lawu.

*Electronic word of mouth* (E-WOM) adalah pemasaran menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut untuk mendukung usaha dan tujuan pemasaran (Kotler et al., 2016). Penyampaian E-WOM melalui media sosial (medsos) lebih efektif karena media sosial dengan berbagai macamnya banyak digunakan masyarakat sebagai media penyampaian ide, gagasan, pendapat, opini, dan cerita kepada masyarakat. Menurut Hennig-Thurau et al., dalam (Sari, 2012) *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berisi tentang pernyataan positif atau negatif yang dilakukan pelanggan potensial, pelanggan maupun mantan pelanggan tentang suatu produk atau perusahaan, yang tersedia bagi banyak orang atau lembaga melalui media internet.

Variabel *electronic word of mouth* dapat diukur melalui empat indikator (Abubakar et al., 2017), yakni review konsumen pernyataan negatif dapat dilihat di website Mojosemi Forest Park seperti kurangnya dalam hal pelayanan, Harga tiket masuk maupun harga penginapan tidak sesuai, , pernyataan positifnya seperti fasilitas wisatanya sangat menarik, rekomendasi online dapat dilihat melalui iklan media sosial seperti *instagram*, *facebook*, informasi positif dari ulasan mengenai Mojosemi Forest Park yang terdapat pada portal media sosial, dan keyakinan atas review online ulasan berupa pernyataan meyakinkan atas review yang diutarakan. Review konsumen lain ialah pernyataan negatif maupun positif yang diutarakan oleh konsumen lain tentang Mojosemi Forest Park. Rekomendasi online ialah pernyataan oleh konsumen lain untuk menganjurkan pengunjung lain berkunjung ke Mojosemi Forest Park. Informasi positif dari ulasan online ialah informasi positif mengenai Mojosemi Forest Park yang terdapat pada portal media sosial. Keyakinan atas review online ialah merupakan ulasan berupa pernyataan meyakinkan atas review tentang Mojosemi Forest Park yang telah ada sebelumnya. E-WOM tentang Mojosemi Forest Park salah satunya dapat ditemukan melalui *Instagram*. Ulasan tentang destinasi wisata Mojosemi Forest Park di *Instagram* menunjukkan kualitas yang baik atau positif, seperti pada *Instagram* yang memberi ulasan tiket terjangkau, suasana sejuk dan asri, parkir luas, tempat bersih, wisata edukasi cocok untuk anak – anak. Pada 29 April 2024, Mojosemi Forest park telah memperoleh ulasan sebanyak 6.248 ulasan dengan rating penilaian 4,4 dari skala 5. Beberapa ulasan positif

tentang Mojosemi Forest Park dapat dilihat dari media sosial *Instagram*, hal ini didukung dengan adanya pilihan tanda *share* pada *feeds Instagram* yang menunjukkan bahwa banyak pengunjung yang merekomendasikan objek wisata Mojosemi Forest Park pada orang lain.

Salah satu aspek penting yang berkontribusi terhadap meningkatnya minat berkunjung adalah ulasan yang diberikan oleh pengunjung sebelumnya di platform seperti *Instagram*. Ulasan yang menyoroti harga tiket masuk yang terjangkau dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Mojosemi Forest Park. Ketika pengunjung sebelumnya memuji harga tiket yang ramah anggaran, ini menjadi faktor pendorong bagi wisatawan yang mencari destinasi dengan biaya rendah namun menawarkan pengalaman berkualitas. Ulasan positif mengenai harga yang terjangkau membuat Mojosemi Forest Park lebih menarik bagi berbagai kalangan pengunjung, termasuk keluarga dan kelompok dengan anggaran terbatas. Pengunjung sering menyebutkan suasana sejuk dan asri dari Mojosemi Forest Park dalam ulasan mereka. Deskripsi tentang udara sejuk, pepohonan hijau, dan pemandangan alam yang menenangkan memberikan daya tarik emosional kepada calon pengunjung. Ketika banyak ulasan positif menekankan ketenangan dan keindahan alam, hal ini dapat meningkatkan daya tarik destinasi sebagai tempat pelarian dari kehidupan sehari-hari yang sibuk dan stres. Fasilitas parkir yang luas adalah elemen penting yang sering disebutkan dalam ulasan positif. Pengunjung yang merasa nyaman dengan fasilitas parkir yang memadai dan mudah diakses cenderung meninggalkan ulasan yang baik.

Ulasan ini membantu calon pengunjung merasa lebih yakin bahwa mereka tidak akan menghadapi kesulitan saat mencari tempat parkir, yang berkontribusi pada keputusan mereka untuk mengunjungi tempat tersebut. Kebersihan adalah faktor kunci dalam penilaian kualitas destinasi wisata. Ulasan yang memuji kebersihan tempat menunjukkan bahwa pengelola Mojosemi Forest Park menjaga standar kebersihan yang tinggi, yang memberikan rasa nyaman dan aman bagi pengunjung. Pengunjung yang merasa bahwa tempat tersebut bersih dan terawat akan lebih cenderung merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Beberapa ulasan menyoroti aspek wisata edukasi di Mojosemi Forest Park, yang membuatnya menjadi pilihan ideal untuk keluarga dengan anak-anak. Aktivitas yang mendidik dan area yang dirancang khusus untuk anak-anak menambah nilai tambah bagi pengunjung yang mencari pengalaman yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga bermanfaat untuk perkembangan anak-anak mereka. Didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Setianingsih & Setiawan, 2023). Dengan judul “Pengaruh Daya Tarik dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Pasae Pundensari Wilayah Madiun”.

Minat pengunjung terhadap suatu destinasi wisata juga dipengaruhi oleh daya tarik dari obyek wisata tersebut. Dalam penelitian Kurniawan dkk (2020), yang menyatakan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung ulang wisatawan. Daya tarik wisata dapat

dijelaskan sebagai segala sesuatu yang unik, serta memiliki unsur keindahan dari kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia (Marpaung, 2019). Daya tarik wisata dibedakan berdasarkan jenisnya yaitu daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, serta daya tarik wisata hasil buatan manusia (Kristiana & Liana, 2019). Daya tarik wisata alam bersumber dari keunikan dan keindahan lingkungan alam. Daya tarik wisata budaya bersumber dari hasil olah cipta rasa, dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Sedangkan daya tarik wisata hasil buatan manusia bersumber dari kreasi artifisial manusia. Daya tarik wisata Mojosemi Forest Park ada 2, yaitu daya tarik wisata alam dan daya tarik wisata hasil buatan manusia. Daya tarik wisata alam Mojosemi Forest Park antara lain suasana dingin pegunungan, pemandangan indah Gunung Lawu, dan didukung oleh adanya fasilitas yang lengkap, sedangkan daya tarik wisata hasil buatan manusia yang ada antara lain *camping ground* dan Taman Dinosaur (*Dinosaur Park*), salah satunya mengadakan dino *show* yang dilakukan setiap hari libur dan *weekend* pada jam 11.000 WIB – 17.00 WIB. Didalam dino show tersebut terdapat berbagai acara salah satunya pentas seni tari dan inti pertunjukannya yaitu replika dinosaurus.

Minat berkunjung kembali merupakan hasil dari pengalaman atau nilai yang dirasakan konsumen yang menghasilkan kepuasan. Minat berkunjung dan keputusan berkunjung oleh konsumen dalam konteks pariwisata memiliki keterkaitan yang menarik. Minat berkunjung mengacu pada ketertarikan seseorang terhadap suatu destinasi atau objek wisata. Hal ini merupakan

dorongan internal yang mendorong seseorang untuk mempertimbangkan mengunjungi suatu tempat. Jika informasi dari *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) tentang sebuah destinasi wisata yang berkembang di masyarakat positif dan daya tarik destinasi tersebut menarik, kemungkinan keputusan berkunjung oleh konsumen akan lebih tinggi. Berdasarkan penelitian terdahulu, E-WOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Aini, 2021). Variabel daya tarik wisata dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung, dimana variabel *Electronic word of Mouth* memiliki pengaruh paling besar (Anwar, 2023). Hasil penelitian Purwanto et al. (2021) mengungkapkan bahwa daya tarik dan E-WOM memengaruhi keputusan berkunjung dan dimediasi oleh minat berkunjung.

Berdasarkan uraian diatas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung dengan Minat Berkunjung sebagai Variabel Intervening.”**

## **B. Batasan Masalah**

Penelitian ini membatasi fokus pada destinasi wisata Mojosemi Forest Park di Kabupaten Magetan. *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) yang diamati pada penelitian ini dibatasi pada penggunaan *Facebook* dan *Instagram*.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung di Mojosemi Forest Park?
2. Apakah Daya Tarik destinasi wisata berpengaruh terhadap minat Berkunjung di Mojosemi Forest Park?
3. Apakah *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park?
4. Apakah Daya Tarik destinasi wisata berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park?
5. Apakah Minat Berkunjung berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park?
6. Apakah *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park melalui Minat Berkunjung sebagai variabel intervening?
7. Apakah Daya Tarik destinasi wisata berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park melalui Minat Berkunjung sebagai variabel intervening?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Berkunjung di Mojosemi Forest Park.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh Daya Tarik destinasi wisata terhadap Minat Berkunjung di Mojosemi Forest Park.

3. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh Daya Tarik destinasi wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh Minat Berkunjung terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park?
6. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park melalui Minat Berkunjung sebagai variabel intervening.
7. Untuk mengetahui adanya pengaruh Daya Tarik destinasi wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Mojosemi Forest Park melalui Minat Berkunjung sebagai variabel intervening.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada berbagai pihak, Adapun beberapa manfaat yang diharapkan yaitu :

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Akademik

Penelitian ini akan menambah wawasan maupun pengetahuan khususnya di bidang pariwisata.

- b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan pembanding bagi peneliti sejenis dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini hendaknya menambah pengetahuan tentang pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik, Keputusan Berkunjung, dan Minat Berkunjung terhadap objek Mojosemi Forest Park.

b. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa hendaknya menggunakan temuan penelitian ini untuk memberikan informasi dan meningkatkan pemahaman tentang pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik, Keputusan Berkunjung, dan Minat Berkunjung terhadap objek Mojosemi Forest Park.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai sarana informasi dan referensi atas segala hal yang mempengaruhi minat berkunjung terhadap keputusan berkunjung.