

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan industri masif yang saling terkait dengan industri lain yang memberikan kontribusi manfaat sosial ekonomi bagi para pemangku kepentingannya. Pariwisata adalah kegiatan modern dengan konsekuensi ekonomi yang signifikan bagi pemerintah, masyarakat lokal dan bisnis dan juga memiliki dampak penting pada sosial, budaya dan lingkungan (Abror, 2018). Selanjutnya, Menurut *World Travel and Tourism Council* (2017), pada akhir tahun 2016, perjalanan dan pariwisata akan memberikan kontribusi US\$7,8 triliun atau sekitar 10% dari total PDB. Kedatangan wisatawan internasional di Indonesia menurut Menparakraf jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2022 mencapai 3,92 juta kunjungan.

Pariwisata menjadi sektor yang memberikan kontribusi positif bagi Indonesia. Dampak positif dari pariwisata adalah meningkatkan pendapatan daerah, meningkatkan jumlah lapangan kerja dan kesempatan berusaha, mengurangi jumlah pengangguran, meningkatkan infrastruktur daerah, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Ivo, 2021).

Potensi besar yang dimiliki pariwisata Indonesia tidak terlepas dari peran pariwisata Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki pemandangan alam yang indah, dimana hal tersebut dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung dan menikmati wisata alam tersebut, sehingga dilansir dari sumber badan statistic (2020), jumlah pengunjung pada tahun 2020 yaitu sebesar 8.041.868 juta jiwa, tampak pada tabel pertumbuhan wisatawan nusantara dibawah ini:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Wisatawan Nusantara di Sumatera Barat

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara
2017	7.783.876
2018	8.073.070
2019	8.169.147
2020	8.041.868

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Salah satu destinasi wisata yang dikunjungi wisatawan di Sumatera Barat adalah kawasan Taman Wisata *GeoPark* Silokek Sijunjung. Kabupaten Sijunjung adalah salah satu daerah yang mempunyai beragam wisata bernuansa alam begitu mempesona. Kabupaten Sijunjung memiliki letak yang cukup strategis karena terletak berdekatan dengan provinsi tetangga dan dilalui oleh Jalan Lintas Sumatera yang merupakan jalur utama di Pulau Sumatera, yang berbatasan dengan Kab. Tanah Datar di sebelah utara, Kab. Dharmasraya di sebelah selatan, Kab. Solok dan Kota Sawahlunto di sebelah barat, dan Kab. Kuantan Singingi Prop. Riau di sebelah timur.

Salah satu destinasi wisata yang diandalkan di Kabupaten Sijunjung ialah Taman *GeoPark* Silokek yang terletak di Muaro Silokek, Kecamatan Sijunjung, Kabupaten Sijunjung, Sumatera Barat. Potensi wisata yang terdapat di Kawasan wisata Geopark Silokek yakni objek wisata alam, keindahan panorama alam dan peninggalan sejarah yang masih terjaga di Kawasan ini. Di kawasan wisata *Geopark* Silokek terdapat berbagai wisata ngalau seperti Ngalau Basurek, Ngalau Talago, Ngalau Cigak. Terdapat juga Air terjun yang menjadi tempat wisata yang bernama air terjun palukahan dan terdapat pantai kecil yang bernama Pasir Putih serta wisata peninggalan sejarah yakni lokomotif uap sisa peninggalan Jepang.

Dalam rangka mendukung pengembangan pariwisata *Geopark* Silokek, maka dibentuklah Peraturan Bupati Sijunjung Nomor 10 Tahun 2019. Penjelasan mengenai pembentukan Peraturan Bupati Sijunjung Nomor 10 Tahun 2019 relevan karena relevan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Pengelolaan dan Perlindungan Lingkungan Hidup. Karena *Geopark* Silokek sudah menjadi *Geopark* Nasional oleh karena itu, dibentuklah Manajemen Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang Silokek yang ditandai melalui SK Bupati Sijunjung (Nomor: 188.45/404/KPTS-BPT-2018), yaitu pada tanggal 20 September

2018. Dikutip dari (Jurnal, Sumbar 2019) bahwa Gubernur Sumbar, Bapak Irwan Prayitno meresmikan pusat informasi *Geopark* Nasional Silokek di simpang tugu Muaro Sijunjung, Kabupaten Sijunjung pada Kamis, 25 April 2019.

Program dan kegiatan dirancang dan yang dilakukan oleh Badan Pengelola *Geopark* Ranah Minang Silokek sudah memiliki aturan yang jelas yang mengatur tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2019. Kabupaten Sijunjung bekerjasama dengan Bappeda Kabupaten Sijunjung yang menetapkan masterplan pengembangan Kawasan *Geopark* Silokek yaitu kawasan Silokek dan perkampungan adat. Disparpora Kabupaten Sijunjung memiliki fokus dalam pengembangan pariwisata dan peningkatan SDM sesuai arahan *masterplan*.

Renstra dari Disparpora ini bertujuan sebagai sumber peningkatan pendapatan asli daerah Kabupaten Sijunjung, sebagai sumber peningkatan perekonomian masyarakat dan kesejahteraan masyarakat yang bersangkutan dengan pariwisata serta meningkatkan kepedulian masyarakat untuk terus melestarikan secara berkelanjutan tentang budaya daerah, biologi dan geologi agar dapat dikelola dengan baik. Waktu demi waktu berlalu, terjadi perkembangan

pembangunan pariwisata di *Geopark* Silokek. Sesuai dengan program dari Disparpora dan Badan Pengelola Geopark Ranah Minang Silokek yaitu dengan melakukan kegiatan konservasi, kegiatan edukasi serta peningkatan perekonomian masyarakat. jumlah pengunjung wisatawan nusantara ke Sijunjung tampak pada tabel pertumbuhan wisatawan nusantara dibawah ini:

Tabel 1.2 Pertumbuhan Wisatawan Nusantara dan domestik ke sijunjung

Tahun	Jumlah Wisatawan ke Sijunjung	Wisatawan domestik	Wisatawan asing
2017	9.920	8.861	359
2018	12.718	12.466	252
2019	13.000	12.900	100
2020	300	300	-
2021	15.000	14.500	500

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Dari tabel diatas pengunjung wisatawan yang berkunjung ke *Geopark Silokek* yang di dominasikan oleh warga lokal dan asing di tahun 2020 mengalami penurunan wisatawan itu

dikarenakan dengan adanya virus Covid-19 yang menyebabkan industri wisata dihentikan sementara dan pada tahun 2021 jumlah wisatawan yang masuk ke Siloek mengalami peningkatan menjadi 15.000 orang yang terdiri dari 14.500 orang wisatawan domestik dan 500 wisatawan asing. (badan pusat statistik 2022).

Penurunan jumlah wisatawan nusantara ke Kabupaten Sijunjung diduga karena adanya virus *disease 19* atau yang bisa kita sebut dengan Covid 19 yang melanda di seluruh dunia. Arlene (2020) dan Rahma & Arvianti (2020) menyatakan bahwa dampak yang ditimbulkan seperti pembatasan kunjungan wisatawan, pembatalan kunjungan wisatawan, penurunan jumlah wisatawan, hotel dan objek wisata tutup sementara, penurunan pendapatan, serta pengurangan karyawan akan membawa pariwisata Taman *GeoPark* Siloek ke titik stagnasi dan juga akan berdampak pada perubahan perilaku wisatawan (Guridno & Guridno, 2020).

Oleh karena itu penting untuk pariwisata Taman *GeoPark* Siloek mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung kembali ke pariwisata Taman *GeoPark* Siloek. Penelitian ini berfokus pada variabel *electronic word of mouth*, *destination image*, dan *tourist attitude*.

Variabel penentu yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan adalah *E-WOM*. Semua industri pariwisata, seperti Taman *GeoPark* Siloek menggunakan internet sebagai alat dalam mempromosikan keindahan wisatanya. Pada saat yang sama, wisatawan sangat bergantung pada informasi yang disediakan di internet yang berkaitan dengan produk dan layanan yang disediakan oleh industri pariwisata ini. Dorongan besar pariwisata terkait dengan penggunaan teknologi internet secara substansial oleh pelanggan ketika mereka membuat perencanaan berwisata dan memberi tahu orang lain tentang pengalaman berwisata mereka. Saat ini, lebih banyak wisatawan yang suka menulis komentar *online* melalui internet tentang pengalaman perjalanan mereka, hal ini dilakukan karena mereka merasa puas dengan produk dan layanan

pariwisata atau sebaliknya mereka merasa kecewa. Komentar *online* ini akan menjadi referensi bagi wisatawan lain ketika mereka merencanakan perjalanan mereka. Biasanya wisatawan memposting perjalanannya di media sosial online untuk mengungkapkan pengalaman perjalanannya, misalnya bercerita melalui *blog*, memposting gambar di *blog*, berbagi pengalaman melalui *facebook* dan yang lainnya, yang kemudian disebut *electronic word of mouth*.

Electronic word of mouth (EWOM) dapat didefinisikan sebagai semua saluran komunikasi informal yang direncanakan untuk konsumen melalui internet yang berhubungan dengan karakteristik produk dan jasa (Thurau et.al., 2017). Kegiatan atau pengalaman wisata yang dibagikan melalui internet merupakan bagian dari *Electronic word of mouth (EWOM)* yang merupakan komunikasi yang independen, objektif dan tidak dipengaruhi oleh kepentingan tertentu. Wisatawan dapat membaca ulasan online wisatawan lain untuk memahami situasi tempat wisata yang indah. Sehingga *Electronic word of mouth (EWOM)* dapat mempengaruhi pengambilan keputusan perjalanan wisatawan (Sindunata, 2018). Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa *e-WOM* merupakan komunikasi *word of mouth* yang berjalan di dunia virtual melalui aplikasi *chatting* atau forum *online* antar konsumen dimana para konsumen saling berbagi informasi/ulasan mengenai pengalaman pribadi mereka dalam menggunakan produk/jasa yang bersangkutan. Sebagian konsumen mempertimbangkan beberapa aspek dalam pemilihan tempat menginap, mereka akan memilih tempat yang dekat dengan pusat kota, tujuan wisata dan harga yang terjangkau. Informasi tersebut bisa didapatkan melalui internet. (Ali Hasan, 2015)

Selain *E-WOM*, salah satunya variabel yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan adalah *destination image*. Prayag (2019) menyatakan bahwa *destination image* adalah konstruksi terkuat yang mendefinisikan keterikatan tempat sehingga menunjukkan bahwa wisatawan mampu mengembangkan lebih banyak keterikatan emosional daripada keterikatan

fungsional. Gambaran tujuan keseluruhan dari *destination image* yaitu atraksi, aksesibilitas, akomodasi, fasilitas, aktivitas, komunitas lokal, dan belanja. Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa *destination image* merupakan salah satu antecedent keputusan berkunjung kembali wisatawan (Jani & Han, 2014; Liat, Mansori, & Huei, 2014).

Namun menurut Fathi & Esfahani (2017) pengaruh *destination image* terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan tidak signifikan. Karena terdapat perbedaan hasil penelitian, penting untuk mengkaji hubungan antara *destination image* dan keputusan berkunjung kembali wisatawan dalam industri pariwisata, khususnya di Taman *Geo Park* Silokek. Selain itu, *destination image* juga merupakan variabel penting yang menentukan bagaimana konsumen berperilaku untuk melihat keputusan berkunjung kembali wisatawan (Lien, Wen, Huang, & Wu, 2015). Penting bagi sebuah bisnis pariwisata khususnya sebuah destinasi wisata dalam membentuk reputasi atau *destination image* yang baik untuk membangun persepsi konsumen yang lebih baik (Mmutle & Shonhe, 2017; Yaputra & Sudibyo, 2019).

Variabel terakhir yaitu *tourist attitude*. Sikap adalah sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian berupa senang atau kurang senangnya dalam mengevaluasi perilaku. Dalam pariwisata, sikap wisatawan terhadap destinasi dianggap sebagai perasaan wisatawan dalam berwisata dan layanan pariwisata dari destinasi tersebut, yang didasarkan pada persepsi terhadap layanan pariwisata dan atribut dari destinasi tersebut (Castillo-Canalejo, 2015). Sikap dianggap memiliki peran utama dalam perilaku konsumen wisatawan, karena terbentuk berdasarkan pengalaman sebelumnya dan mengacu pada kecenderungan untuk menyukai atau tidak menyukai rangsangan tertentu, yang mencakup tindakan, ide, dan objek. Penelitian Na, Onn, & Meng, (2016) dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa sikap dapat menjadi antecedent keputusan wisatawan untuk berwisata ke suatu tempat. Sikap wisatawan

terhadap destinasi adalah hal yang diciptakan untuk pembelajaran dan pengalaman dalam berwisata, untuk merespon dengan cara yang konsisten terhadap sesuatu.

Berdasarkan hal tersebut, penulis menganggap *electronic word of mouth*, *destination image*, dan *tourist attitude* sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan berkunjung kembali wisatawan. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth*, *destination image*, dan *tourist attitude* terhadap *Revisit intention* wisatawan. Sehingga penelitian ini diberi judul, “**Pengaruh**

Electronic Word Of Mouth, destination image Dan Tourist Attitude Terhadap Revisit intention Taman Wisata GeoPark Silokek Sijunjung”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *destination image* pada taman wisata GeoPark Silokek?
2. Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *Touris Attitude* di taman wisata GeoPark Silokek?
3. Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* pada *Revisit intention GeoPark Silokek* ?
4. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *Revisit intention GeoPark Silokek* ?
5. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *tourist attitude* di taman wisata *GeoPark Silokek*?
6. Bagaimana pengaruh *tourist attitude* terhadap keputusan *Revisit intention GeoPark Silokek*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan medel penelitian ini adalah: Dari latar belakang serta perumusan masalah maka tujuan dan kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *destination image* *GeoPark* Silokek.
2. Untuk mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *Revisit intention* ke *GeoPark* Silokek.
3. Untuk mengetahui pengaruh *tourist attitude* terhadap *Revisit intention* ke *GeoPark* Silokek
4. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth*, *destination image*, dan *tourist attitude* terhadap *Revisit intention* *GeoPark* Silokek.
5. Untuk mengetahui pengaruh *tourist attitude* terhadap keputusan *Revisit intention* *GeoPark* Silokek
6. Untuk mengetahui pengaruh *destination image* berpengaruh terhadap *tourist attitude*

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Akademik
 - a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi sebuah bahan informasi dan sebagai referensi tambahan yang berkaitan dengan variabel di dalam penelitian yaitu pengaruh antara *electronic*

word of mouth, *destination image*, dan *tourist attitude* terhadap *Revisit intention* wisatawan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini akan memberikan manfaat kepada Pemerintah Kabupaten Sijunjung khususnya Dinas Pariwisata untuk mengetahui pengaruh antara *electronic word of mouth*, *destination image*, dan *tourist attitude* terhadap *Revisit intention* wisatawan, hal ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk meningkatkan kunjungan wisatawan pada *GeoPark* Silokek.

b. Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Sijunjung dapat menjadi patokan serta pertimbangan agar lebih meningkatkan analisis pengaruh antara *electronic word of mouth*, *destination image*, dan *tourist attitude* terhadap *Revisit intention* *GeoPark* Silokek Sijunjung sehingga wisatawan akan meningkat di tiap tahunnya untuk berwisata ke Kabupaten Sijunjung.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti hanya akan fokus pada pengaruh antara pengaruh antara *electronic word of mouth*, *destination image*, dan *tourist attitude* terhadap *Revisit intention* wisatawan.

Secara khusus, penelitian ini difokuskan pada wisata *GeoPark* Silokek saja.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi penjelasan terdiri dari masing-masing bab, seluruh penulisan disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Dalam bab ini dibahas tentang landasan teori yang digunakan sebagai acuan perbandingan untuk masalah yang diangkat berdasarkan teori-teori yang ada. Penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran yang akan di pedomani pada tahap pengolahan data.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas tentang desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, serta metode analisis data yang digunakan untuk pembuktian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahas tentang hasil proses penyebaran kuesioner penelitian, deskriptif umum responden, dan analisis data yang digumakan untuk pembuktian hipotesis.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini dibahas tentang kesimpulan yang diperoleh berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran

