

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan bagian dari indikator makro ekonomi yang menjadi perhatian bagi suatu Negara. Pertumbuhan ekonomi Negara yang tinggi tentu didukung oleh berbagai sektor salah satunya sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi perhatian dalam beberapa dekade terakhir karena berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan ekspor. Adanya dampak positif tersebut membuktikan bahwa sektor pariwisata mampu berkembang pesat di dunia.¹

Indonesia merupakan Negara yang memiliki keanekaragaman sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Industri pariwisata di Indonesia kian berkembang pesat dan menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu penyumbang devisa Negara. Diantara sektor ekonomi lain, pariwisata telah menunjukkan perkembangan yang cenderung meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2015, kondisi kepariwisataan secara makro menunjukan perkembangan dan kontribusi yang meningkat secara signifikan terhadap PDB nasional, devisa dan penyerapan tenaga kerja. Pada kondisi mikro, terlihat pada pertumbuhan kunjungan wisatawan, baik wisatawan

¹Alfiah Mudrikah, dkk., “*Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap GDP Indonesia Tahun 2004-2009*” dalam *Jurnal Economics Development Analysys* Vol. 3 No. 2 Tahun 2014, Universitas Negeri Semarang, hlm.363.

mancanegara maupun wisatawan nusantara.² Selama lima tahun terakhir (2014-2018) pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 14% per tahun dengan jumlah 15,81 juta orang pada tahun 2018.³

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai kota budaya juga memiliki potensi wisata. Berbagai macam daya tarik wisata terdapat di provinsi ini baik itu alam, budaya maupun minat khusus sehingga DIY menjadi destinasi tujuan wisatawan lokal maupun asing.⁴ Jumlah obyek wisata di DIY berdasarkan data Dinas Pariwisata DIY tahun 2017 mencapai 131 objek wisata yang meliputi wisata alam, wisata budaya, wisata buatan dan desa wisata. Kunjungan wisatawan ke berbagai objek wisata DIY juga kian meningkat. Pada tahun 2009 hingga 2012 terdapat kecenderungan peningkatan wisatawan mancanegara datang ke Yogyakarta yang berjumlah 139.492 dengan presentase 8,42% kemudian meningkat menjadi 197.751 dengan presentase 16,62%. Adapun keistimewaan pariwisata di DIY adalah kekayaan budaya dan keindahan alamnya sehingga mampu menjadikan destinasi wisata kedua setelah Bali di Indonesia. Adanya

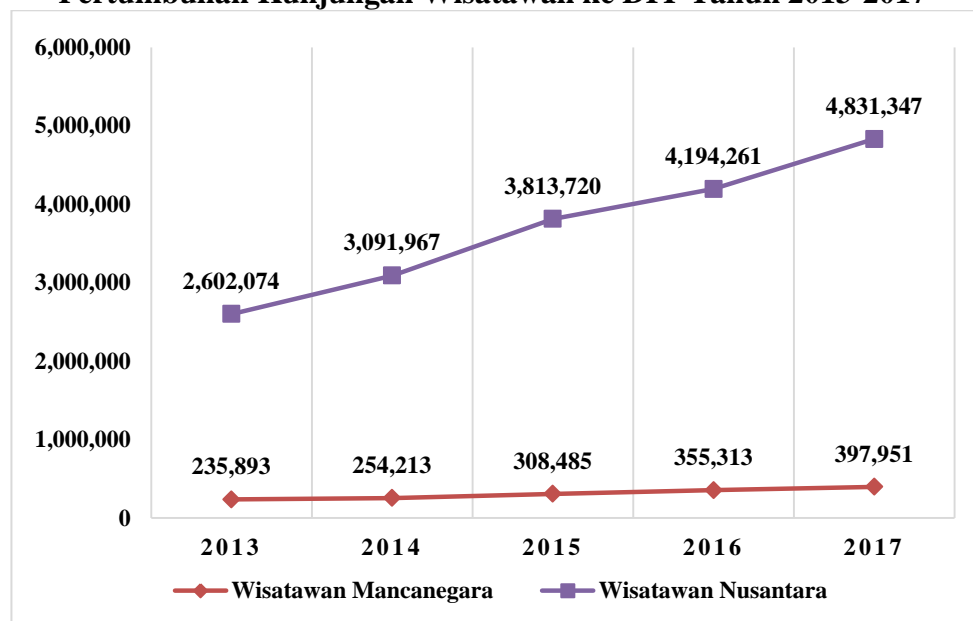
²Syakdiah, “*Dinamika Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*”, dalam Artikel Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Widya Mataram Yogyakarta, 2017, hlm. 226.

³ Hari Widowati, “5 Tahun Terakhir Rerata Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Mancanegara 14%” diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/17/5-tahun-terakhir-rerata-pertumbuhan-kunjungan-wisatawan-mancanegara-14>

⁴ Wardiyanta, dkk., “*Studi Eksploratif Mengenai Yogyakarta Sebagai Pengirim Wisatawan Keluarga*” dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 20 no. 1 Juli 2016, hlm. 87.

peningkatan kunjungan wisata ini menunjukkan bahwa wisata DIY semakin berkembang dan memiliki daya tarik untuk dikunjungi.⁵

Grafik 1.1
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY Tahun 2013-2017



Sumber : Buku Statistik Kepariwisata DIY tahun 2013-2017 diakses dari <http://visitjogja.com/downloads/Buku-Statistik-Kepariwisata>

Dilihat pada grafik 1.1 tentang pertumbuhan wisatawan ke DIY tahun 2013-2017 mengalami peningkatan yang signifikan pada wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Pertumbuhan selanjutnya, pada tahun 2018 kunjungan wisatawan ke DIY mengalami peningkatan dari bulan Januari sampai Juni. Pada Januari 2018 tercatat total wisatawan mancanegara 11.718 dan wisatawan nusantara 249.434 sehingga total kunjungan wisatawan adalah 261.153, sedangkan pada Juni 2018 total kunjungan wisatawan mencapai 1.859.888

⁵Machya Astute Dewi Dan Sri Issundari , “Desa Wisata Sebagai Asset Soft Power Indonesia” dalam Jurnal Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik Vol. 29 No. 2 Tahun 2016, Universitas Pembangunan Nasional (UPN), Hal. 65

yang terdiri dari wisatawan mancanegara 113.993 dan wisatawan nusantara 1.745.895.⁶

Kabupaten Kulon Progo sering disebut sebagai *The Jewel of Java* merupakan salah satu bagian dari Provinsi DIY yang memiliki potensi wisata yang beranekaragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata religi, desa wisata dan wisata kuliner. Keanekaragaman potensi wisata ini menjadi daya tarik minat wisatawan dari berbagai daerah untuk berkunjung ke Kulon Progo. Salah satu destinasi wisata yang terkenal di Kulon Progo yang menyajikan keindahan alam adalah Kalibiru.

Kalibiru semakin dikenal wisatawan karena keindahan alamnya. Lokasi wisata alam Kalibiru berada di perbukitan Menoreh dengan ketinggian 450 m dpl. Daya tarik kawasan wisata alam ini adalah pemandangan alamnya yang indah. Perpaduan antara hijaunya hutan dengan hamparan berbukit yang dipandang dari ketinggian menjadikan pemandangan alamnya begitu indah. Selain keindahan alamnya, keistimewaan wisata ini didukung dari segi sosial budaya masyarakat yang memiliki adat yang bernilai positif. Dari segi sosial, masyarakat dikenal ramah, santun dan memiliki rasa kekeluargaan, sedangkan dari segi budaya, masyarakat masih mempertahankan beranekaragam seni budaya tradisional yang menjadi adat istiadatnya. Keindahan wisata Kalibiru menjadikan kunjungan wisatawan mengalami peningkatan setiap tahunnya.

⁶Karni Narendra, "Kunjungan Wisatawan ke Jogja Meningkatkan Signifikan" diakses dari <http://gudeg.net/read/11235/kunjungan-wisatawan-ke-jogja-meningkat-signifikan.html> pada hari Rabu, 10 Juli 2019 pukul 20.48 WIB.

Tabel 1.1
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Wisata Kalibiru
Tahun 2013-2017

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Ket.
2013	-	19.762	19.762	12 bulan
2014	-	79.137	79.137	12 bulan
2015	-	309.541	309.541	12 bulan
2016	4.547	438.523	443.070	12 bulan
2017	9.796	312.275	322.071	12 bulan

Sumber : Buku Statistik Kepariwisata DIY Tahun 2013-2017 diakses dari <http://visitjogja.com/downloads/Buku-Statistik-Kepariwisata>

Wisata Kalibiru populer dengan spot foto yang *instagramable*, salah satunya *selfie spot* berupa sebuah platform kayu yang ditempatkan pada pohon pinus. Melalui spot foto tersebut, para wisatawan dapat mengabadikan momennya dan berbagi pengalaman di akun media sosialnya dengan unggahan foto beserta ulasan objek wisata ini.

Wisata Kalibiru yang terkenal dengan keindahan destinasiya kini semakin dikenal wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal ini bersumber dari perkembangan teknologi saat ini khususnya internet. Karakteristik internet yang memudahkan penggunanya mendapatkan dan berbagi informasi dengan cepat menjadikan media ini sebagai sumber utama pengumpulan informasi. Adanya postingan foto berisi objek wisata maupun rekomendasi dari teman *online* di media sosial sehingga mempengaruhi minat berkunjung seseorang ke objek wisata tersebut.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat kunjungan wisata seseorang, seperti adanya postingan-postingan tentang objek wisata di media sosial, blog, website atau adanya *review* atau ulasan dari wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo melalui media elektronik. Hal ini biasa disebut dengan istilah *electronic word of mouth*. *Electronic word of mouth* dapat diartikan sebagai komunikasi antara dua atau lebih individu untuk mencari dan berbagi informasi produk menggunakan media internet.

Selain *electronic word of mouth*, fasilitas yang ditawarkan objek wisata tersebut juga menjadi faktor penting dalam pertimbangan minat wisatawan untuk berkunjung. Fasilitas adalah sarana yang mendukung operasional objek wisata guna membantu kebutuhan wisatawan. Kalibiru sendiri menawarkan fasilitas yang cukup lengkap dan sesuai dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh wisatawan. Fasilitas yang disediakan pihak pengelola diantaranya *homestay*, pendopo, warung makan, toilet, mushola, area parkir, *camping ground*, arena outbond, jalur *tracking*, gardu pandang dan spot foto yang unik, diantaranya spot flower, spot panggung, spot oval, spot bundar, kano terbang dan *sky bike*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, untuk mempermudah dalam mengenali masalah, maka peneliti hanya mencakup pengunjung Wisata Alam Kalibiru Kabupaten Kulon Progo. Adapun identifikasi masalah yang akan digunakan sebagai bahan penelitian yaitu :

1. Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat berkunjung ke Objek Wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo.
2. Pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ke Objek Wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo.
3. Pengaruh secara simultan *electronic word of mouth* dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ke Objek Wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah berkaitan dengan penelitian yaitu:

1. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Kalibiru ?
2. Apakah fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Kalibiru?
3. Apakah *electronic word of mouth* dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Kalibiru ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Kalibiru.
2. Untuk mengetahui apakah fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Kalibiru.
3. Untuk mengetahui apakah *electronic word of mouth* dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Kalibiru.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengelola Objek Wisata Kalibiru

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak pengelola Wisata Alam Kalibiru dalam menerapkan strategi bisnis yang tepat dengan mempertimbangkan aspek fasilitas dan mampu menerapkan komunikasi pemasaran melalui *electronic word of mouth* sehingga minat berkunjung wisatawan meningkat.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bacaan ilmiah, tambahan informasi dan wawasan bagi kemajuan akademisi.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini merupakan proses belajar dalam rangka untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta mengimplementasikan teori yang telah dipelajari mengenai strategi berbisnis.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dalam penelitian sejenis selanjutnya.