

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata sudah diakui dunia sebagai salah satu sektor terbesar ketiga penyumbang devisa negara setelah ekspor minyak dan gas. Pertumbuhan dan perkembangan pariwisata yang cukup pesat memberikan pengaruh besar bagi kemajuan suatu negara salah satunya sektor pariwisata mampu menghidupkan perekonomian masyarakat, baik dalam sektor jasa maupun industri barang-barang kerajinan dan meningkatnya pendapatan bagi negara yang mengelola sektor pariwisata. Keuntungan yang diperoleh dari kemajuan sektor pariwisata membuat banyak negara membangun dan mengembangkan dengan cepat industri pariwisata termasuk negara Indonesia.

Indonesia terdapat banyak potensi kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata. Sektor pariwisata merupakan sektor yang tidak pernah mati karena itu wisata yang dimiliki setiap daerah di Indonesia juga dikelola oleh masing – masing daerah dengan memanfaatkan potensi yang ada akan mendongkrak sektor yang lain, seperti kunjungan wisatawan, mendorong serta meningkatkan kegiatan pembangunan, membuka peluang usaha baru, membuka lapangan pekerjaan serta dapat meningkatkan pendapatan asli daerah dan masyarakat. Banyaknya keuntungan dari kemajuan industri wisata dan diikuti dengan meningkatnya minat berkunjung wisatawan menyebabkan banyaknya daerah-daerah di Indonesia mulai mengembangkan sektor wisata disetiap daerah di Indonesia yang dapat menarik serta meningkatkan kunjungan wisatawan. Pembangunan pariwisata harus dilakukan secara menyeluruh dan terpadu, dengan menggabungkan sektor pembangunan lainnya melalui usaha pariwisata yang kecil, menengah, hingga besar tidak terkecuali Provinsi Lampung yang sedang berbenah dalam mengembangkan dan membangun sektor wisata yang ada di Provinsi Lampung.

Provinsi Lampung kini menjadi salah satu desinasi wisata nasional yang sedang naik daun, beberapa objek wisata yang kini menjadi favorit diantaranya Pulau Pahawang, Teluk Kiluan, Tanjung Putus, Taman Nasional Way Kambas, Puncak Mas, hingga Gunung Anak Kerakatau. Banyaknya destinasi pariwisata unggulan di Provinsi Lampung membuat dinas pariwisata Provinsi Lampung menargetkan kunjungan wisatawan pada tahun 2019 tembus hingga 14,8 juta kunjungan wisatawan, jumlah tersebut terdiri dari 14,5 juta wisatawan nusantara dan 300 ribu wisatawan mancanegara. Dimana target yang ditetapkan lebih tinggi dari pencapaian kunjungan wisatawan pada tahun – tahun sebelumnya yang dijelaskan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Provinsi Lampung

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
2014	4,32 Juta	95 Ribu
2015	5,37 Juta	114 Ribu
2016	7,38 Juta	155 Ribu
2017	11,39 Juta	245 Ribu
2018	13,93 Juta	274 Ribu
2019	14,5 Juta	300 Ribu

Sumber : <https://www.kupastuntas.co/2019/08/22/jumlah-wisatawan>

Dapat dilihat dari tabel 1.1 kunjungan wisatawan di Provinsi Lampung di setiap tahunnya mengalami kenaikan baik jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan juga wisatawan mancanegara pada objek wisata yang ada di Provinsi Lampung dari mulai tahun 2014 sampai dengan tahun 2019 .

Pariwisata dianggap sebagai salah satu aset yang strategis untuk mendorong pembangunan pada wilayah-wilayah tertentu yang mempunyai potensi objek wisata. Selain itu masyarakat disekitar objek wisata juga dapat memperoleh

keuntungan, karena terciptanya lapangan pekerjaan sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal.

Selain Provinsi Lampung, kota Bandar Lampung yang juga merupakan Ibu Kota dari Provinsi Lampung mulai berbenah untuk meningkatkan fasilitas pembangunan, mengembangkan dan memanfaatkan sumberdaya lokal yang optimal pada sektor industri pariwisata. Pembangunan pada sektor wisata ini juga berdampak positif untuk daerah pariwisata dan juga dapat menarik investor untuk berinvestasi. Berikut adalah objek destinasi wisata di Bandar Lampung dijelaskan pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Objek Wisata Bandar Lampung

Jenis Wisata	Objek Wisata	Daya Tarik
Wisata Alam	Teluk Lampung	Wisata Bahari
	Puncak Mas	Pemandangan Kota
	Hutan Raya Wan	Kekayaan Tanaman Hutan
	Abdurahman	Panorama Alam, Outbond, dan
	Lembah Hijau	Waterbom
	Wira Garden	Panorama Alam
	Pantai Puri Gading	Panorama Alam Pantai
	Pantai Tirtayasa	Panorana Alam Pantai
Wisata Budaya	Museum Lampung	Museum Dengan Koleksi Hasil
		Kebudayaan Lampung
	Pura Way Lunik	Bangunan Peribadatan Hindu
	Kelenteng Vihara Thay Hin Bio	Bangunan peribadatan Budha
	Gereja Marturia	Peninggalan Belanda
	Anjungan Lampung	Replika Rumah Adat Lampung

Tabel 1.2 (Lanjutan)

Wisata	Taman Kupu-Kupu	Tempat Penangkaran Kupu-Kupu
Buatan	Water Boom Citra Garden	Kolam Renang

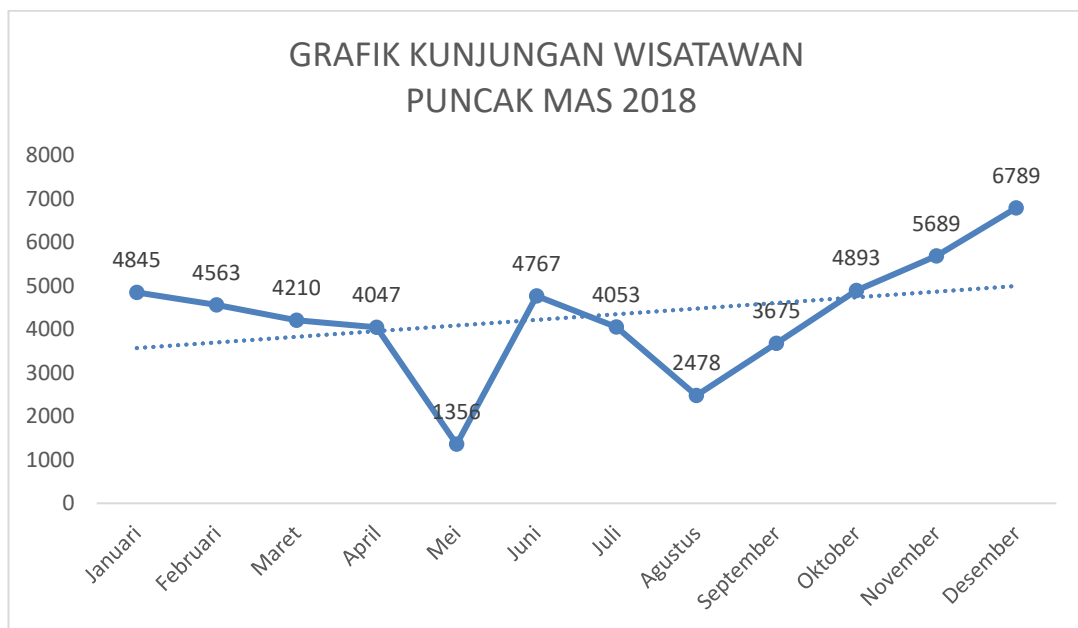
Sumber : <https://pariwisatalampung.com/listing-location/kota-bandar-lampung/>

Tabel 1.2 menjelaskan objek – objek wisata yang ada di Bandar Lampung mulai dari wisata alam, wisata buatan, dan wisata budaya yang ada di Bandar Lampung. Dari beberapa objek wisata yang ada di Bandar Lampung wisata Puncak Mas Sukadanaham menjadi salah satu destinasi wisata alam favorit di Bandar Lampung.

Puncak Mas merupakan salah satu destinasi wisata di Bandar Lampung yang menyuguhkan panorama keindahan pemandangan kota, pegunungan dan juga laut dari ketinggian 403 meter dari atas permukaan laut, wisata Puncak Mas masih terbilang baru karena secara resmi baru dibuka pada 2017 yang didirikan oleh Ir. Hj Thomas Aziz Riska S.H berlokasi di Jalan Haji Hamim RJP, Desa Sukadaham, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung yang pada awalnya wisata Puncak Mas hanya berupa kebun durian. Bagi wisatawan yang akan mengunjungi wisata Puncak Mas dengan biaya masuk sebesar Rp 20.000,00 per orang tidak termasuk biaya jika ingin menaiki wahana sepeda gantung dan minganap. Wisata Puncak Mas Bandar Lampung selain menawarkan pemandangan alam, juga menyediakan tempat – tempat unik dan menarik sebagai objek untuk berfoto dan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Keputusan berkunjung yaitu sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Banyaknya keputusan berkunjung yang dilakukan wisatawan di wisata Puncak Mas Bandar Lampung tidak terlepas dari promosi yang dilakukan pihak pengelola Puncak Mas baik secara digital maupun *konvensional*. Berikut adalah grafik jumlah kunjungan wisatawan di pariwisata Puncak Mas Bandar Lampung Pada 2018 dijelaskan pada gambar 1.1.



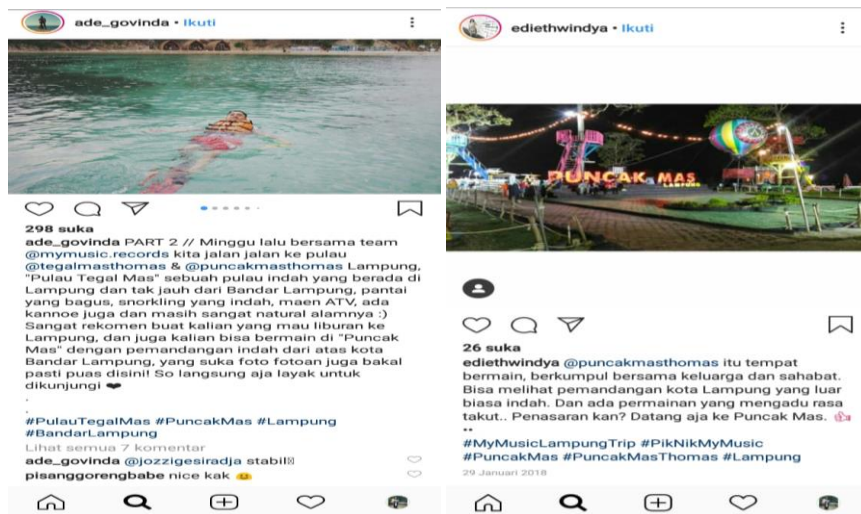
Sumber : Data Puncak Mas Bandar Lampung 2018

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisatawan 2018

Gambar 1.1 menjelaskan tentang data grafik jumlah kunjungan wisatawan di wisata Puncak Mas Bandar Lampung pada tahun 2018 dari bulan Januari yaitu sebanyak 4845 orang dan bulan Desember 2018 sebanyak 6789 orang dengan total pengunjung Puncak Mas Bandar Lampung sebanyak 51.347 orang. Sedangkan pada tahun 2017 jumlah pengunjung pada wisata Puncak Mas Bandar Lampung mencapai 108.066 orang dalam penelitian Wiro (2018) tentang pengaruh promosi di instagram, dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di pariwisata Puncak Mas Bandar Lampung .

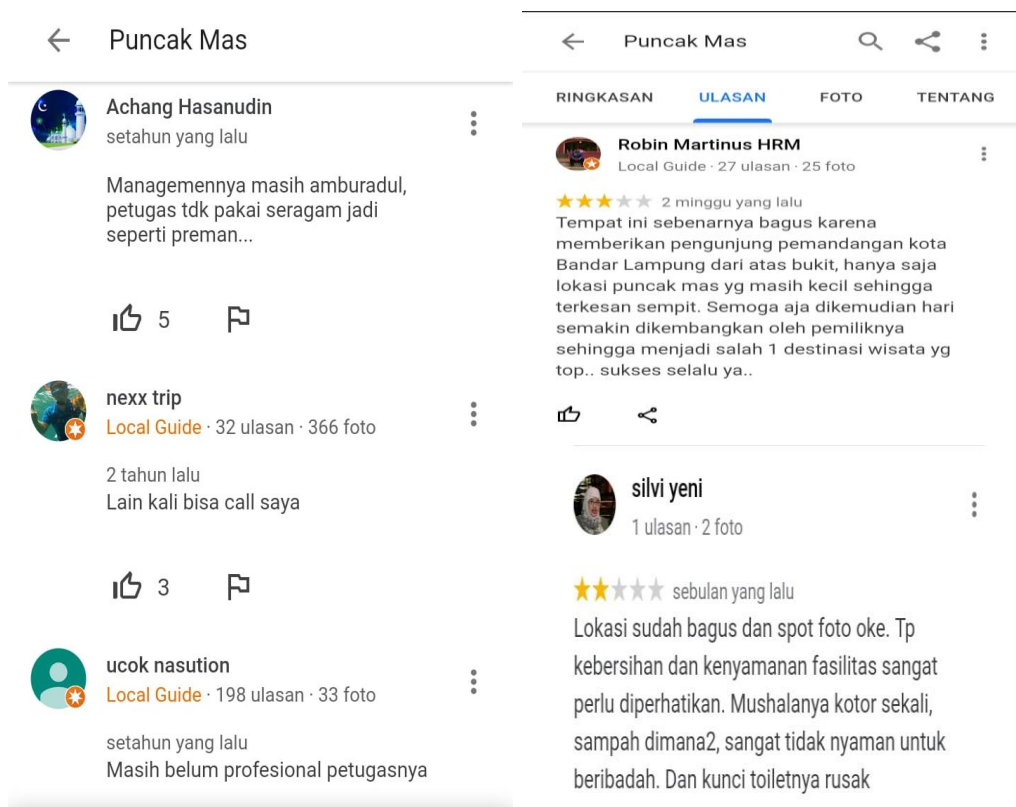
Tingginya kunjungan wisatawan bukan hanya dari informasi yang diberikan oleh pihak pengelola kepada masyarakat. Komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth* (WOM) yang dilakukan oleh wisatawan yang merasa puas dalam membeli atau memakai jasa atau produk cenderung akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain khususnya kepada orang terdekatnya. Saluran komunikasi secara personal ini menjadikan metode promosi yang efektif karena secara tidak langsung dapat menjadi saluran komunikasi bagi wisata dalam memberikan informasi. Di era digitalisasi saat ini WOM sudah berubah menjadi eWOM (*electronic word of mouth*) menyampaikan informasi yang dilakukan dengan menggunakan internet sebagai media prantara. Informasi yang dengan mudahnya menyebar melalui media komunikasi menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Data yang dilansir oleh *We are Social* (2019) sebuah agensi digital marketing menyebutkan tentang perkembangan penggunaan media sosial mencapai 56% dari jumlah total penduduk Indonesia. Media internet yang banyak digunakan sebagai media promosi objek wisata antara lain facebook dan instagram.

Melalui akun instagram @puncakmasthomas wisatawan bukan hanya dapat mengetahui tentang informasi seputar objek wisata Puncak Mas, pengguna lain juga dapat membagikan atau memberi tanggapan tentang *postingan* foto dan video yang ada di instagram Puncak Mas. Informasi yang dibagikan oleh wisatawan yang pernah berkunjung dapat memberikan nilai tambah yang cukup besar bagi wisata dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Keterlibatan wisatawan yang pernah berkunjung di tempat wisata dalam memberikan respon melalui komentar atau unggahan akun media sosial dapat digunakan sebagai sarana dalam pertukaran informasi yang dimaksud dengan *electronic word of mouth* yang dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Berikut adalah akun milik wisatawan yang pernah berkunjung dan membagikan pengalamannya selama berkunjung ke wisata Puncak Mas pada gambar 1.2 dan gambar 1.3.



Sumber : Instagram Puncak Mas Bandar Lampung 2020

Gambar 1.2 Pernyataan Positif Wisatawan



Sumber : https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g297722-d12902394-Reviews-Puncak_Mas-Bandar_Lampung_Lampung_Sumatra.html

Gambar : 1.3 Pernyataan Negatif Wisatawan

Pada gambar 1.2 menjelaskan pernyataan positif yang diberikan wisatawan yang pernah berkunjung di wisata Puncak Mas Bandar Lampung yang diunggah melalui media sosial instagram milik wisatawan. Dilihat dari instagram milik Puncak Mas masih sedikit wisatawan yang membagikan pengalamannya saat berkunjung di wisata Puncak Mas dengan jumlah keseluruhan postingan @puncakmasthomas dari 2016 sampai Februari 2020 sebanyak 968 postingan. Dengan jumlah postingan pada tahun 2016 sebanyak 110 postingan, tahun 2017 sebanyak 467 postingan, pada 2018 sebanyak 238 postingan, tahun 2019 sebanyak 144 postingan dan pada tahun 2020 sampai dengan Februari sebanyak 9 postingan. Sedangkan pada gambar 1.3 menjelaskan pernyataan negatif wisatawan yang pernah berkunjung di wisata Puncak Mas Bandar Lampung dilihat dari web milik Puncak Mas terdapat 190 ulasan yang dituliskan wisatawan yang pernah berkunjung di wisata Puncak Mas Bandar Lampung.

Melalui wawancara peneliti pada 8 Januari 2020 kepada Rudi Sabli selaku *public relation* Puncak Mas menyatakan bahwa masih sedikitnya respon wisatawan yang pernah berkunjung baik pernyataan positif ataupun pernyataan negatif yang dibagikan wisatawan pada akun media sosial pribadi wisatawan ataupun mengomentari unggahan foto dan video di akun @puncakmasthomas dalam membagikan pengalaman wisatawan selama berkunjung di wisata Puncak Mas kebanyakan dari unggahan wisatawan hanya menandai lokasi dengan *caption* yang beragam.

Kunjungan wisatawan yang terus meningkat juga tentu saja tidak terlepas dari daya tarik yang dimiliki wisata itu sendiri, misalnya cukupnya fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pengelola wisata. Daya tarik wisata menjadi fokus utama penggerak wisata di sebuah destinasi yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Berikut adalah fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh wisata Puncak Mas Bandar Lampung pada tabel 1.3.

Tabel 1.3 Fasilitas Dan Layanan Di Puncak Mas Bandar Lampung.

Fasilitas dan Layanan	Tarif (Rp)	Keterangan
Area Parkir	2.000 (Motor) 10.000 (Mobil)	Per kendaraan. Kendaraan roda dua dan mobil tarif parkirnya berbeda.
Landasan Heli	Gratis	
<i>Food Court</i>	Mulai dari 8.000	Di wisata puncak mas terdapat 15 <i>food court</i> .
Mushola	Gratis	
Toilet	Gratis	
Arena Permainan Anak	Gratis	
Spot Foto	Gratis	
Live Music		Termasuk dalam paket wedding atau penyewaan altar dan untuk hari – hari biasa gratis.
Pondokan	Gratis	
Pondokan Pohon	Gratis	Kapasitas 4 – 6 orang per pondokan.
Rumah Kayu	600.000 - 700.000	Per kamar dalam satu malam.
Rumah Putih	2.000.000 – 2.500.000	Penginapan per malam.
Paket Pre-Wedding	500.000	
Paket Wedding	25.000.000 – 40.000.000	
<i>Camping Grond</i>	5.000.0000	Per malam maksimal 200 orang.
<i>Outbond</i>	100.000 – 150.000	Per orang
Penyewaan Altar	Mulai dari 2.500.000	Durasi pemakaaian maksimal 5 jam.

Sumber : Manajemen Puncak Mas 2020

Pada tabel 1.3 menjelaskan pengelola wisata Puncak Mas Bandar Lampung menyediakan berbagai fasilitas yang beragam yang bisa digunakan oleh wisatawan seperti mushola, area parkir, toilet, *food court*, *live Music*, area bermain anak, spot foto, sepeda gantung, pondokan, balon udara, rumah kayu, rumah putih dan yang terbaru pihak Puncak Mas menambahkan fasilitas landasan heli yang dapat menjadi daya tarik wisata.

Berdasarkan pra survei peneliti kepada 10 orang wisatawan yang sedang mengunjungi objek wisata Puncak Mas Bandar Lampung, 70% pengunjung mengatakan bahwa objek taman bermain untuk anak – anak yang masih kurang terawat dengan baik dan kurang safety karna tidak adanya pagar pembatas, 50% pengunjung mengatakan aksesibilitas jalan menuju objek wisata Puncak Mas yang cukup sulit untuk dilalui oleh pengunjung dikarenakan banyaknya jalan yang sudah rusak, 40% pengunjung mengatakan bahwa masih terlalu sedikitnya pondokan, dan 80% mengatakan masih kurangnya toko oleh – oleh atau cendra mata di wisata Puncak Mas Bandar Lampung.

Berdasarkan penjelasan yang telah di kemukakan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian tentang **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PARIWISATA PUNCAK MAS BANDAR LAMPUNG ”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung ?
2. Apakah pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung?
3. Apakah pengaruh *electronic word of mouth*, daya tarik wisata secara simultan terhadap keputusan berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah wisatawan Puncak Mas Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah *electronic word of mouth*, daya tarik wisata dan keputusan berkunjung di wisata Puncak Mas Bandar Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat penelitian ini adalah wisata Puncak Mas Bandar Lampung yang terletak di Jalan Haji Hamim RJP, Desa Sukadaham, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang di tentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yaitu dari bulan oktober 2019 sampai bulan Maret 2020.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Electronic word of mouth, daya tarik wisata dan keputusan berkunjung.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Puncak Mas Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisatawan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Puncak Mas Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui *electronic word of mouth*, daya tarik wisata secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Puncak Mas Bandar Lampung.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman ilmu pengetahuan bagi peneliti khususnya tentang manajemen pemasaran dalam kegiatan promosi *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung. Dan untuk mengimplementasikan penerapann teori yang diperoleh peneliti selama mengikuti perkuliahan.

2. Bagi Insitusi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran serta dapat menambah dan memperlengkap referensi perpustakaan IIB Darmajaya.

3. Bagi Wisata Puncak Mas

Diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai resferensi yang dapat membantu dalam pengembangan objek wisata Puncak Mas melaui *electronic word of mouth*, dan daya tarik wisata dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan manfaat penelitian dan sistematika penulisan tentang pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di wisata Puncak Mas Bandar Lampung.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori dalam penelitian, kerangka pikir dan hipotesis yang membahas tentang pengaruh *electronic word of mouth*, daya

tarik wisata, dan keputusan berkunjung sebagai kerangka pikir dan hipotesis dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup objek penelitian, alat dan bahan, metode pengumpulan data, prosedur penelitian, pengukuran variabel dan metode analisis (metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dipakai dan metode analisis data) tentang pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di Puncak Mas Bandar Lampung.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

Bab ini berisi hasil analisis terhadap data yang telah di peroleh dari pelaksanaan penelitian, berupa pengujian model dan pengujian hipotesis untuk penelitian lapangan hasil dapat berupa data (kualitatif maupun kuantitatif). Analisis dan pembahasan berupa hasil pengolahan data tentang pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di pariwisata Puncak Mas Bandar Lampung.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran kepada pihak-pihak yang berkaitan dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka menjelaskan mengenai sumber informasi yang dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini.

LAMPIRAN

Pada lampiran menjelaskan mengenai data yang memperjelas dan mendukung pembahasan pada penelitian ini.