

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era saat ini pariwisata di Indonesia didorong untuk menjadi salah satu sektor yang memberikan andil besar dalam pengembangan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berpotensi dalam meningkatkan perekonomian suatu Negara, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat juga sumber pendapatan daerah. Dengan adanya hal ini sektor pariwisata perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah pusat, daerah maupun masyarakat sekitar untuk dikembangkan agar mendapatkan dampak yang positif dalam berbagai aspek baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun budaya. Pariwisata termasuk dalam program pembangunan nasional di Indonesia dan di arahkan sebagai salah satu sektor pembangunan ekonomi. Dari sektor pariwisata ini diharapkan mampu meningkatkan pendapatan devisa, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan penduduk di tempat obyek wisata tersebut, dan merangsang pertumbuhan industry pariwisata di berbagai wilayah-wilayah tertentu yang mempunyai potensi obyek wisata.²

² Indayati, et. All., “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Kunjungan Wisata Madiun Ngumbul Square”, (Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, Vol. 5, No. 1, 2016), hal. 1-2

Pariwisata menurut UU No. 9 Tahun 1990 Pasal 1 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, meliputi pengusaha obyek dan daya tarik wisata serta usaha yang berkaitan dengan penyelenggara pariwisata.³ Kegiatan yang dimaksud dalam pengertian pariwisata tersebut meliputi semua kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan wisata baik sebelum maupun selama perjalanan menuju tempat wisata hingga kembali ke tempat asal.

Kabupaten Tulungagung mempunyai fisiografi lahan dengan dataran tinggi hingga sedang. Kondisi alam Kabupaten Tulungagung memiliki kenampakan khas pegunungan karst, yang merupakan bagian dari pegunungan kidul yang membentang dibagian selatan pulau jawa. Pegunungan Karst dan dataran pantai terdapat dibagian selatan Kabupaten Tulungagung. Bagian utara (barat daya) Kabupaten Tulungagung merupakan bagian dari pegunungan Wilis yang relative subur. Bagian tengah Kabupaten Tulungagung merupakan wilayah yang dialiri sungai Brantas dan kali Ngrowo (Parit Agung) dan menjadi bagian wilayah dataran rendah (<500 m dpl). Melihat dari potensi alam yang dimiliki Kabupaten Tulungagung dari wilayah berkontur pegunungan hingga pantai menunjukkan potensi pengembangan lokasi-lokasi sebagai objek wisata.⁴ Selain itu Tulungagung juga memiliki banyak sekali objek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan, dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

³ Oka A. Yoeti, *“Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Cetakan Ketiga”*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2016), hal. 334

⁴ Laras Saraswati, *“Strategi Perumusan City Branding Kabupaten Tulungagung The Beginning of Life”*, Tesis (Malang: Universitas Brawijaya, 2018), hal. 66

Tabel 1.1
Potensi Pariwisata Kabupaten Tulungagung

NO	DESTINASI WISATA	JUMLAH
1.	Wisata Alam	21
2.	Wisata Buatan	7
3.	Wisata Budaya	6
4.	Wisata Sejarah	5

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Pada tingkat daerah, sektor ini diperkirakan akan menjadi penunjang pendapatan daerah yang kontribusinya di masa mendatang memiliki prospek yang menguntungkan. Pariwisata di Kabupaten Tulungagung sangat beragam mulai dari wisata alam, budaya dan religi, kuliner dan wisata buatan.

Agrowisata merupakan sebuah bentuk pariwisata di mana pengunjung dapat menikmati wisata sekaligus pembelajaran mengenai pertanian atau perkebunan. Agrowisata adalah sebuah aktivitas, usaha atau bisnis yang mengkombinasikan unsur dan ciri-ciri utama pertanian dan pariwisata yang menyediakan sebuah pengalaman kepada pengunjung sehingga mendorong aktivitas ekonomi yang berdampak pada usaha pertanian serta pendapatan masyarakat. Agrowisata pada umumnya bertujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian dan perkebunan.⁵

Salah satu daya tarik wisata potensial yang ada di Kabupaten Tulungagung adalah Agrowisata Belimbing Mulyono yang terletak di Dusun Pacet, Desa Moyoketen, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Daya tarik wisata

⁵ Ismayanti, "Pengantar Pariwisata", (Jakarta: PT Grasindo, 2010), hal. 157

tersebut adalah memperlihatkan keindahan alam perkebunan dan wisata edukasi seputar buah belimbing dari sejarahnya sampai dengan penyebarannya di Indonesia. Selain itu Agrowisata Belimbing juga menawarkan wisata petik buah belimbing dan hasil olahan berbagai macam produk yang berbahan dasar belimbing. Dengan kondisi demikian, wisata tersebut sangat potensial untuk dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar. Kampung Tani, Kampung Susu Dinasty dan Agrowisata Belimbing Mulyono merupakan salah satu contoh wisata buatan yang dijadikan sebagai pengelola daya tarik wisata edukasi. Agrowisata Belimbing Mulyono menyadari bahwa pengambilan keputusan berkunjung oleh wisatawan tentunya berbeda-beda, tergantung pada jenis keputusan berkunjung produk pariwisata yang diinginkan. Pada dasarnya wisatawan memiliki perilaku berkunjung yang cukup rumit dengan adanya berbagai perbedaan yang terdapat pada produk dengan jenis yang sama, terlebih jika memiliki produk pariwisata. Dalam melakukan keputusan berkunjung, tentu dibutuhkan keyakinan yang kuat dari diri wisatawan.

Atribut produk wisata merupakan salah satu satrategi untuk mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Menurut Yoeti dalam Rofina, atribut produk wisata diantaranya yaitu daya tarik (*attraction*), akses (*accessibility*), dan fasilitas (*facility*).⁶ Agrowisata Belimbing Mulyono telah memiliki ketiga atribut produk

⁶ Rofina Fitria Malisti, et. All., “Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyubiru”, (Jurnal EMA - Ekonomi Manajemen Akuntansi – Vol. 4, No. 1, 2019), hal. 24

wisata tersebut, namun belum bisa terjawab seberapa besar atribut produk wisata tersebut dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.

Selain itu, wisatawan tertarik berkunjung ke Agrowisata Belimbing Mulyono karena mendapatkan informasi dari rekomendasi orang lain maupun komunikasi melalui media sosial. Informasi mengenai keberadaan dan panorama Agrowisata Belimbing Mulyono ini dengan cepat menyebar melalui media komunikasi tersebut. Salah satu hal yang dapat mendorong keputusan berkunjung ke tempat wisata adalah pengaruh orang di sekitarnya yang mengkomunikasikan kualitas dari tempat tertentu.

Kegiatan masyarakat dalam membagi pengalaman mereka melalui media sosial yang secara tidak sadar telah membentuk suatu istilah baru dalam kegiatan pemasaran yang disebut dengan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*. Awalnya istilah ini dikenal dengan *Word Of Mouth* yaitu sebagai pendapat dan rekomendasi yang di buat oleh konsumen tentang pengalaman *service*, dilakukan secara tatap muka antar individu yang satu dengan lainnya yang tentunya hal tersebut mempunyai pengaruh kuat terhadap keputusan konsumen atau perilaku pembelian.⁷

Electronic word of mouth menjadi sebuah tempat yang sangat penting untuk konsumen memberikan opininya dan dianggap lebih efektif dibandingkan

⁷ Heni Susilawati, “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Di *Sindu Kusuma Edupark*”, (Jurnal Khasanah Ilmu, Vol. 8 No. 2, 2017), hal. 32

word of mouth sebab tingkat aksebilitas dan jangkauannya yang lebih luas.⁸ Unggahan foto yang menarik pada akun media sosial seseorang cenderung menimbulkan komentar dan ulasan dari pengguna lain terlebih bila foto yang diunggah tersebut merupakan foto daya tarik wisata tertentu. Foto daya tarik wisata yang diunggah di media sosial dengan komentar dan ulasan yang baik, cenderung akan menarik minat pengguna lain untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Hal ini menunjukkan kekuatan *Electronic word of mouth* sangat berpengaruh terhadap minat dan keputusan berkunjung wisatawan.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah terkait dengan variabel penelitian yaitu Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan penerapan indikator variabel dari atribut produk wisata dan *electronic word of maouth* yang harus sesuai dan sejalan

⁸ Adrian Gae Lomi , et. all., “*Pengaruh E-WOM (Electronic Word Of Mouth) Pada Media Sosial Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Tebing Bar & Cafe)*”, (Journal Of Management (SME’s) Vol. 2, No.1, 2016), hal. 30

sehingga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan dalam jangka waktu tertentu.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, maka perumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu:

1. Apakah atribut produk wisata dan *electronic word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung?
2. Apakah atribut produk wisata dan *electronic word of mouth* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah atribut produk wisata dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung.
2. Untuk mengetahui apakah atribut produk wisata dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Bagi pengelola daya tarik Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan objektif berupa penelitian mengenai permasalahan actual yang terjadi khususnya permasalahan yang berkaitan dengan pengaruh atribut produk wisata dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung.
2. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana pengembangan wawasan dan pengembangan kemampuan analisis tentang pengaruh atribut produk wisata dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan, referensi, serta informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian
 - a. Ruang Lingkup Materi

Pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu mengarah pada pengaruh atribut produk wisata yang mencakup beberapa indikator berupa daya tarik, akses dan fasilitas. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan pada permasalahan *electronic word of mouth* pada sosial media terhadap

keputusan berkunjung wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung.

b. Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian juga membahas tentang karakteristik subjek digunakan dalam penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah wisatawan atau pengunjung Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung yang mempunyai sosial media aktif.

2. Keterbatasan Penelitian

- a Data yang digunakan dalam penelitian hanya menggunakan kuesioner yang disebar kepada pengunjung atau wisatawan Agrowisata Belimbing Mulyono yang mempunyai media sosial aktif dengan sampel 100 responden.
- b Penelitian ini hanya terbatas pada variabel atribut produk wisata (X1), *electronic word of mouth* (X2) dan keputusan berkunjung wisatawan (Y).

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini perlu adanya penegasan istilah dari judul yang telah diangkat supaya tidak terjadi perbedaan pemahaman dalam penelitian karya ilmiah skripsi ini. Oleh karena itu, penulis akan memberikan penegasan istilah mengenai judul yang telah diangkat tersebut sebagai berikut:

1. Definisi Konspetual

a. Atribut Produk Wisata adalah pelayanan yang diperoleh atau dirasakan oleh wisatawan. Indikatornya adalah:

- 1) Kemenarikan bentuk taman perkebunan belimbing di Agrowisata Belimbing Mulyono.
- 2) Keindahan panorama wisata buatan berupa tanaman belimbing di Agrowisata Belimbing Mulyono.
- 3) Kemudahan untuk menikmati dan memetik buah belimbing serta mendapatkan cenderamata di Agrowisata Belimbing Mulyono.
- 4) Kenyamanan fasilitas umum di Agrowisata Belimbing Mulyono.
- 5) Kemudahan akses untuk mencapai Agrowisata Belimbing Mulyono.

b. *Electronic Word of Mouth* adalah media komunikasi antara pengguna media sosial dengan memberikan komentar atau ulasan dari suatu foto yang diunggah atau dilakukan melalui media elektronik. Indikatornya adalah:

- 1) *Advice Seeking* (mencari alasan). Meminta informasi untuk berkunjung ke Agrowisata Belimbing Mulyono.
- 2) *Concern for Others* (kepedulian terhadap orang lain). Kemudahan untuk mendapat informasi dan rekomendasi dari media sosial untuk berkunjung ke Agrowisata Belimbing Mulyono.
- 3) *Expressing Positive Feeling* (mengungkapkan perasaan positif). Merasakan kesan yang sama dengan orang lain yang pernah berkunjung ke Agrowisata Belimbing Mulyono.

- 4) *Platform Assitance* (bantuan media sosial). Merasakan keuntungan media sosial untuk menemukan Agrowisata Belimbing Mulyono.
 - 5) *Helping the Company* (membantu perusahaan). Membantu Agrowisata Belimbing Mulyono dalam melakukan promosi dari media sosial.
- c. Keputusan berkunjung adalah keyakinan wisatawan untuk menentukan pilihannya dan melakukan kunjungan di objek wisata. Indikatornya adalah:
- 1) Kebutuhan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.
 - 2) Pencarian informasi.
 - 3) Keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.
 - 4) Persiapan untuk melakukan perjalanan wisata.
 - 5) Evaluasi kepuasan perjalanan wisata.
2. Definisi Operasional

Definisi operasional yang dimaksudkan dalam penelitian ini menjabarkan permasalahan-permasalahan tertentu yang timbul dari suatu penelitian untuk menghindari kesalahpahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan judul penelitian nantinya. Secara operasional, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Agrowisata Belimbing Mulyono Tulungagung. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari Atribut

Produk Wisata (X1) dan *Electronic Word of Mouth* (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Berkunjung (Y).

G. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan memberikan gambaran yang jelas mengenai skripsi penelitian ini, maka susunan sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum untuk memberikan wawasan tentang arah penelitian. Terdapat latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi mengenai kerangka teori yang membahas terkait variabel dan sub variabel penelitian yang digunakan, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini pada dasarnya menjelaskan langkah-langkah yang diambil oleh peneliti untuk mengumpulkan data untuk diolah dan dianalisis secara ilmiah. Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, *sampling* dan sampel, sumber data, variabel data dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat keterkaitan pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori sebelumnya, serta intepretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

BAB VI PENUTUP

Berisi kesimpulan berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, keterbatasan peneliti dan saran dari hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak tertentu.