

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki 17.499 pulau dengan total luas wilayah Indonesia sekitar 7,81 juta km². Dengan luas lautan 3,25 juta km² dan 2,55 juta km² adalah zona ekonomi eksklusif. Sedangkan luas daratan hanya sekitar 2,01 juta km², menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan. Karena wilayah Indonesia sebagian besar adalah lautan dan perairan, maka bisa disimpulkan banyak sekali pantai yang ada di Indonesia yang dijadikan tempat wisata.

Wilayah Jawa Timur terutama Kabupaten Pacitan sendiri pemerintahnya sedang gencar mempromosikan obyek wisata alam yang dimiliki. Pacitan dikenal dengan nama kota pariwisata atau yang paling sering terdengar adalah kota 1001 goa, tidak hanya populer dengan banyaknya goa-goa yang ada di Pacitan, karena Pacitan merupakan kabupaten yang berada di bagian selatan Barat Daya, dengan bentang pesisir sepanjang 70 km Pacitan juga dikenal dengan banyaknya wisata pantai. Akhir-akhir ini ada salah satu pantai baru di Pacitan yaitu pantai Pangasan yang berada di desa Kalipelus, Kecamatan Kebonagung. Untuk menuju pantai Pangasan ini membutuhkan waktu sekitar 30 sampai 40 menit dari pusat kota Pacitan. Kondisi jalan menuju pantai yang tidak terlalu lebar, dan penuh dengan belokan serta turunan. Dengan pemandangan sepanjang jalan yang masih banyak pepohonan di kanan kiri jalan. Keindahan pantai Pangasan ini terdapat tebing tinggi di kedua sisi pantai yang berada di sisi timur dan barat dengan laut yang membiru.

Di sisi barat memiliki ciri khas hamparan bebatuan karang dengan berbagai ukuran yang berada di bibir pantai. Terbing yang berada di sisi sebelah barat bernama gunung Lanang. Selain itu juga terdapat batu besar yang berada di sebelah barat pantai, batu besar ini merupakan landmarknya pantai Pangasan. Di tambah lagi dengan pemandangan area persawahan menuju pantai Pangasan yang dapat di nikmati dengan berjalan kaki beberapa menit . Pantai Pangasan ini juga sangat cocok sekali untuk menenangkan diri, karena keadaan pantainya yang tidak terlalu ramai.

Sedangkan di sisi timur pantai memiliki ciri khas yang berbeda dengan sisi sebelah barat yaitu, hamparan pasir yang berwarna kehitaman. Warga sekitar menamai pantai ini dengan julukan pantai Sangklehan. Tebing yang berada di sisi timur dinamai dengan gunung Ganjuran. Pemandangan menuju pantai di sisi timur ini sama seperti di sisi barat yang juga di suguhkan dengan keindahan pemandangan area persawahan yang dapat di nikmati dengan berjalan kaki.

Pantai Pangasan ini juga sering di gunakan untuk kegiatan camping. Terdapat area camping di dekat area persawahan yang bisa digunakan untuk mendirikan tenda. Dengan pemandangan yang disuguhkan langsung menghadap pantai dapat memikat para wisatawan yang berkunjung ke pantai Pangasan.

Pariwisata adalah perlajanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu, menurut Spillane dalam Wahid

(2015). Di era saat ini kegiatan berwisata sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, berwisata sudah menjadi kegiatan rutin orang-orang ketika sudah memasuki musim liburan. Proses pengambilan keputusan berwisata menurut Mathieson dan Wall dalam Pitana dan Gayatri (2015) terdapat lima fase, yang pertama keinginan atau kebutuhan untuk melakukan perjalanan, yang kedua pencarian dan penilaian informasi terbaik, yang ketiga keputusan melakukan perjalanan wisata, yang keempat persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, dan yang terakhir evaluasi kepuasan perjalanan wisata. Pada dasarnya Keputusan berwisata adalah keputusan untuk memilih objek wisata yang dapat diartikan juga dengan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2016) Keputusan berkunjung merupakan hasil dimana wisatawan benar-benar memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata yang disukai dari berbagai macam alternatif destinasi yang ada.

Dalam melakukan keputusan berwisata tentunya terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan, salah satunya yaitu *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*. Hennig – Thureau et al (dalam Puspa Ratnaningrum et al. 2016), mengemukakan bahwa *electronic word of mouth (E-WOM)* adalah pernyataan positif ataupun negatif yang dilakukan oleh pelanggan potensial ataupun mantan pelanggan tentang produk atau perusahaan, yang ditujukan untuk banyak orang atau lembaga via internet. Gruen (2006), mendefinisikan *E-WOM* sebagai sebuah media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi antar konsumen yang tidak saling mengenal dan bertemu sebelumnya. Menurut Hennig-Thureau dan Walsh (2010), Internet menyediakan banyak cara untuk mendapatkan

informasi terkait produk atau layanan dari konsumen lain. Jones (2010) mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai media publik dimana pengguna dapat menulis, menyimpan, dan mempublikasikan informasi secara online. Goldsmith dan Horowitz (2006) menunjukkan bahwa pengguna internet telah mengubah cara konsumen berkomunikasi dan berbagi pendapat atau ulasan tentang produk atau layanan yang telah dikonsumsi.

Banyak orang-orang merekomendasikan berbagai tempat wisata melalui komentar atau ulasan di internet, selain dipengaruhi oleh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, keputusan berwisata juga dapat dipengaruhi oleh faktor *destination image* atau citra destinasi. *Destination image* merupakan keyakinan, kesan dan pikiran emosional individu maupun kelompok terhadap tempat wisata tertentu, menurut Loi, So, Lo & Fong (2017); Lopes, (2011). Menurut Coban (2012), terbentuknya *destination image* dari gabungan berbagai faktor yang ada pada destinasi seperti cuaca, pemandangan alam, keamanan, keramah-tamahan dan lain sebagainya. Ketika seorang wisatawan akan membuat suatu keputusan maka citra adalah kenyataan yang diandalkan dalam mengunjungi suatu objek wisata, karena wisatawan cenderung memilih produk terkenal atau yang telah digunakan oleh banyak orang dibandingkan mengunjungi suatu objek wisata yang mereka tidak tahu sebelumnya, menurut Rahayu & Hendro (2015).

Selain dipengaruhi oleh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan juga *Destination Image* keputusan berwisata dapat dipengaruhi oleh faktor media sosial. Menurut Arum (2017), media sosial merupakan media untuk bersosialisasi dengan satu sama lain dan dilakukan secara online yang

memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Social media merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri, Nasrullah (2015).

Penelitian ini dilakukan pada pengunjung Pantai Pangasan yang berusia 16 tahun ke atas dan aktif menggunakan media sosial. Alasan peneliti menggunakan obyek tersebut adalah berdasarkan hasil observasi sederhana yang dilakukan oleh peneliti dimana ditemukan beberapa masalah terkait keputusan berwisata di pantai pangasan, permasalahan tersebut meliputi apakah *E-WOM*, *Destination Image*, dan Media Sosial berpengaruh terhadap keputusan berwisata secara simultan dan parsial.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *e-WOM* (*Electronic Word Of Mouth*), *DESTINATION IMAGE*, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERWISATA DI PANTAI PANGASAN PACITAN”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalahnya, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah *e-WOM* (*Electronic Word Of Mouth*) berpengaruh terhadap Keputusan Berwisata di Pantai Pangasan Pacitan?

2. Apakah *Destination Image* berpengaruh terhadap Keputusan Berwisata di Pantai Pangasan Pacitan?
3. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Berwisata di Pantai Pangasan Pacitan?
4. Apakah *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)*, *Destination Image*, dan Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berwisata di Pantai Pangasan Pacitan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)* terhadap Keputusan Berwisata di Pantai Pangasan Pacitan.
2. Mengetahui pengaruh *Destination Image* terhadap Keputusan Berwisata di Pantai Pangasan Pacitan.
3. Mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berwisata di Pantai Pangasan Pacitan.
4. Mengetahui pengaruh *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)*, *Destination Image*, dan Media Sosial secara simultan terhadap Keputusan Berwisata di Pantai Pangasan Pacitan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat seperti berikut :

1. Bagi Mahasiswa

- a. Digunakan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang didapat dalam perkuliahan dan membandingkan dengan keadaan di lapangan.
- b. Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan penulis bagi penelitian selanjutnya pada bidang pemasaran.

2. Bagi Instansi

Sebagai referensi atau tambahan literatur informasi karya ilmiah yang dapat digunakan untuk melakukan kajian dan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Tempat Penelitian

Sebagai informasi dan perbaikan perkembangan prosomi di Pantai Pangasan Pacitan.

