

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara kaya akan sumber daya alam yang melimpah dan memiliki banyak wilayah perairan yang luas, membuatnya menjadi negara maritim. Negara ini memiliki potensi pariwisata yang beragam, baik alam maupun buatan, dan industri pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi yang menjanjikan. Sektor pariwisata di Indonesia memberikan kontribusi besar dalam peningkatan devisa dan menciptakan lapangan kerja, serta menjadi salah satu sumber pendapatan utama bagi negara dan daerah (Krisdiyasyah, 2022). Organisasi internasional seperti PBB, Bank Dunia, dan *World Tourism Organization* sepakat bahwa pariwisata memiliki dampak yang besar dalam aktivitas ekonomi dan sosial. Indonesia sangat memperhatikan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber potensial dan berperan penting dalam pembangunan negara. Kontribusi penting industri pariwisata terlihat dari sumbangan devisa negara dan pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam membantu mengurangi angka pengangguran di Indonesia (Komalasari, 2023).

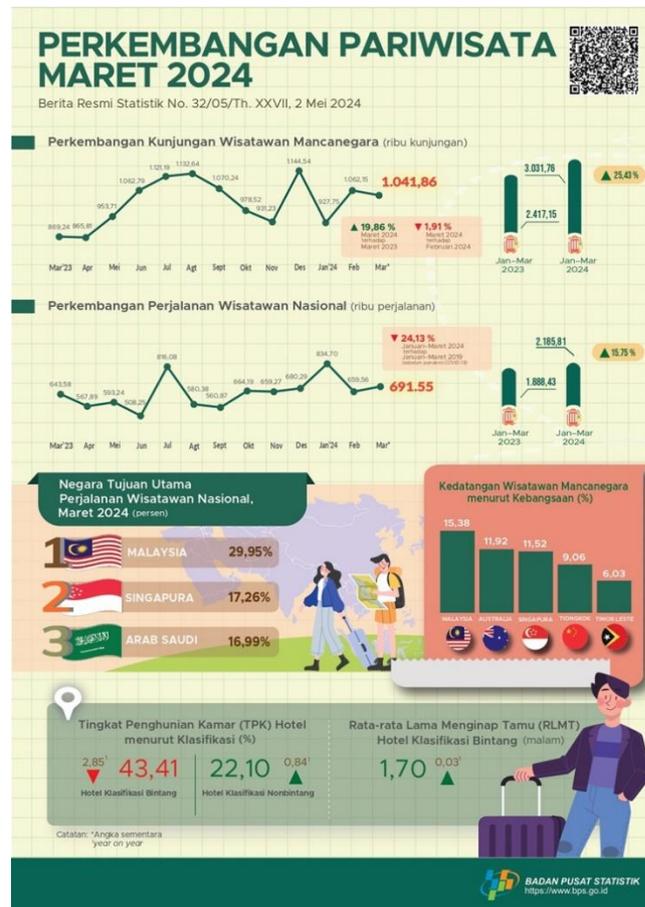
Menurut Sari (2018), perkembangan pariwisata disebabkan oleh ketertarikan manusia dalam mencari hal baru, eksplorasi wilayah yang belum dikenal, perubahan suasana, atau pengalaman perjalanan yang berbeda. Fenomena pariwisata terjadi karena adanya wisatawan, dan salah

satu indikator pertumbuhan pariwisata suatu negara adalah jumlah wisatawan asing yang datang. Kedatangan wisatawan asing ini mendorong pembangunan infrastruktur pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung (Niemah, 2014).

Menurut Sari (2018), pariwisata di Indonesia berkembang pesat karena Indonesia memiliki beragam kekayaan budaya dan alam yang sangat potensial untuk dikelola sebagai sumber daya pariwisata. Indonesia, sebagai salah satu negara di Asia Tenggara, memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata terkemuka di dunia. Dengan lokasinya yang strategis, Indonesia menjadi pilihan favorit para wisatawan yang ingin berkunjung ke tempat-tempat wisata terbaik di dunia. Menurut *Global Tourism Index* pariwisata Indonesia meraih peringkat yang lebih baik. Berdasarkan data yang dirilis oleh *World Economic Forum* pada Mei 2022, Pariwisata Indonesia telah mencapai kemajuan signifikan dengan naik ke peringkat 32 dari sebelumnya berada di peringkat 44 dalam *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) 2021*<sup>1</sup>. Perkembangan pariwisata Indonesia pada bulan Mei 2024 adalah sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2024



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024

### GAMBAR 1.1

#### Perkembangan Pariwisata Indonesia Bulan Mei 2024

Pada Gambar 1.1, dapat diketahui bahwa Pada bulan Maret 2024, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 1,04 juta kunjungan, mengalami penurunan 1,91 persen dibandingkan bulan sebelumnya dan kenaikan 19,86 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Wisatawan mancanegara terbanyak berasal dari Malaysia, Australia, dan

Singapura. Selama Januari hingga Maret 2024, terjadi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara, terutama di bandara Ngurah Rai-Bali dan Soekarno Hatta-Banten. Sedangkan jumlah perjalanan wisatawan nasional pada bulan Maret 2024 mencapai 691,55 ribu perjalanan, meningkat 4,85 persen dibandingkan bulan sebelumnya dan 7,45 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Malaysia menjadi negara tujuan utama wisatawan nasional, diikuti oleh Singapura, Arab Saudi, dan Thailand. Tingkat penghunian kamar di hotel bintang pada bulan Maret 2024 turun 2,85 poin dibandingkan tahun sebelumnya, sedangkan di hotel nonbintang naik 0,84 poin. Rata-rata lama menginap tamu di hotel berbintang mengalami peningkatan menjadi 1,70 malam. Dalam hal tersebut, dapat disimpulkan perkembangan pariwisata Indonesia menuju ke arah yang positif

Di Indonesia pariwisata sudah menjadi gaya hidup manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut Abraham Maslow kebutuhan yang ingin dipenuhi manusia dibagi menjadi lima kategori yaitu kebutuhan fisik (*pyshcal needs*), kebutuhan rasa aman (*safety needs*), kebutuhan sosial (*social needs*), kebutuhan penghargaan (*esteem needs*), dan kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization*) (Herman & Wirdati, 2022). Salah satu kebutuhan yang harus diperhatikan pemenuhanya merupakan berlibur atau berwisata. Dengan berbagai jenis kesibukan dan pola hidup yang kompleks, diperlukan sedikit waktu untuk berlibur. Berlibur adalah cara untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi diri dan mendapatkan kepuasan diri.

Pariwisata bisa dijadikan sebagai perwujudan adanya HAM (Hak Asasi Manusia) karena pada dasarnya manusia memiliki hak kebebasan dan hak untuk mendapatkan waktu istirahat dengan memanfaatkan waktu luang untuk pergi berlibur. Dengan berwisata diharapkan untuk menyegarkan pikiran dan memberikan aura positif pada tubuh manusia dari kepenatan rutinitas dan pekerjaan sehari-hari yang melelahkan. Menurut Islam berwisata adalah salah satu hal yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam untuk dilakukan oleh setiap orang Muslim dengan harapan dapat mengambil pelajaran dan peringatan dari-Nya. Hal ini disebutkan dalam QS Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهَا وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS Al-Mulk ayat 15)

Jika kita berwisata sesuai dengan ajaran Islam, kita akan mendapatkan banyak keuntungan. Sebuah riwayat yang didendangkan oleh Imam Syafi'i mengatakan bahwa setidaknya lima manfaat yang dapat diperoleh dari berwisata: “Tinggalkan negeri untuk meraih kejayaan dan berwisatalah karena di sana ada lima manfaat, yaitu mengenyahkan gelisah, meraih kehidupan, ilmu, adab, dan pertemanan dengan yang jaya. Kalau ada yang berkata: Dalam bepergian, ada kehinaan dan cobaan atau kesulitan menempuh jalan dan memikul beban, maka ketahuilah bahwa kematian

lebih baik dari pada kehidupan di satu negeri yang hina di antara pembohong dan pengiri.”<sup>2</sup>

Menurut Spillene, pariwisata didefinisikan sebagai perjalanan singkat dari satu tempat ke tempat lain, baik secara individu maupun kelompok, dalam upaya untuk mencapai keseimbangan dan keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, dan alam (Mudrikah et al., 2014). Sedangkan menurut Pasal 1 UU No. 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan rekreasi dan didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dalam pengembangan pariwisata, peran pemerintah sangat penting karena mereka memiliki wewenang untuk mengatur, menyediakan, dan menyewa berbagai infrastruktur yang berkaitan dengan pariwisata.<sup>3</sup> Indonesia tidak hanya memiliki banyak pulau yang indah, tetapi juga terkenal karena banyaknya situs sejarah yang menarik dan karakteristik daerah yang dapat mengundang wisatawan untuk berkunjung (Ariyanto, 2018). Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak daya tarik wisata, termasuk wisata alam, wisata kuliner, wisata sejarah, wisata religius, dan wisata budaya adalah Provinsi Jawa Tengah. Provinsi Jawa Tengah terdiri dari 29 kabupaten dan 6 kota.

---

<sup>2</sup> Republika.co.id, 2023

<sup>3</sup> Sekretariat Jenderal DPR RI, 2016

Kebumen merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki beberapa tempat tujuan wisata yang masih alami dengan keindahan alamnya yang menakjubkan. Kebumen memiliki wilayah pesisir pantai yang luas, mencapai 36,6 km<sup>2</sup> dengan garis pantai sepanjang 57,5 km, terletak di ujung selatan Pulau Jawa dan berbatasan langsung dengan Samudera Hindia. Kondisi geografis ini menjadikan Kebumen memiliki pantai yang panjang dan indah yang bisa dijadikan pengembangan sektor pariwisata. Beberapa destinasi wisata pantai yang terkenal di Kebumen antara lain.

**TABEL 1. 1**

Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata Pantai di Kabupaten Kebumen (Jiwa)

No	Obyek Wisata	2019	2020	2021
1	Pantai Karangbolong	31,279	17,864	15,55
2	Pantai Logending	87,087	34,543	27,099
3	Pantai Menganti	437,84	286,21	484,455
4	Pantai Suwuk	193,778	86,27	81,819
5	Pantai Petanahan	128,623	58,245	47,793

Sumber: Disparbud Kabupaten Kebumen, 2023

Pada Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung ke berbagai objek wisata di Kabupaten Kebumen pada tahun 2019 mencatat angka tinggi di setiap destinasi. Namun, pada tahun 2020 jumlah pengunjung objek wisata mengalami penurunan dalam kunjungan pariwisata akibat pandemi covid-19, yang mengakibatkan penutupan

sejumlah tempat wisata<sup>4</sup>. Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, Pantai Menganti menjadi objek wisata yang paling diminati dengan jumlah pengunjung tertinggi dibandingkan dengan obyek wisata lainnya.

Jumlah kedatangan wisatawan berdampak langsung pada pendapatan objek wisata, oleh karena itu penting bagi pengelola untuk memahami bagaimana para pengunjung atau konsumen membuat keputusan untuk berkunjung. Proses pengambilan keputusan ini dapat dilihat sebagai langkah-langkah yang diambil oleh konsumen dalam memilih produk atau layanan saat mereka membuat keputusan untuk melakukan pembelian(Eryani et al., 2014).

Menurut Tina Rahmadayanti & Kholid Murtadlo (2020), keputusan berkunjung merupakan tindakan yang diambil oleh seseorang yang ingin pergi ke suatu tujuan wisata tertentu untuk berlibur. Pemilihan objek wisata yang dipilih oleh pengunjung pada dasarnya merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan. Sedangkan menurut Paul & Olson, keputusan berkunjung adalah langkah-langkah di mana seseorang mengumpulkan informasi, mengevaluasi berbagai pilihan alternatif, dan memilih satu di antaranya (Rifansyah & Sihombing, 2022). Mathieson dan Wall menjelaskan bahwa proses keputusan berkunjung terdiri dari lima tahapan, yaitu adanya kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan, pencarian dan penilaian informasi, pengambilan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata, persiapan perjalanan dan pengalaman wisata,

---

<sup>4</sup> Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kebumen, 2023

serta evaluasi kepuasan perjalanan wisata sebagai tahapan terakhir (Komalasari, 2023).

Menurut Rifansyah & Sihombing (2022), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih untuk berkunjung termasuk informasi dari mulut ke mulut melalui media elektronik (*electronic word of mouth*), daya tarik objek wisata itu sendiri, fasilitas yang tersedia, harga, citra destinasi, lokasi, kemudahan akses, promosi media, ketersediaan transportasi, dan juga kebersihan lingkungan di sekitar objek wisata. Sedangkan dalam penelitian Krisdiyasyah (2022), daya tarik, citra destinasi, dan *word of mouth* (WOM) adalah faktor-faktor yang memengaruhi keputusan untuk berkunjung, sehingga proses pengambilan keputusan ini bisa disamakan dengan aktivitas konsumen dalam memilih produk atau layanan ketika melakukan pembelian. Dari berbagai penelitian diatas, dapat diidentifikasi tiga faktor utama yang memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan, yaitu daya tarik objek wisata itu sendiri, *electronic word of mouth*, dan lokasi dari setiap objek wisata.

Untuk mengembangkan dan menetapkan suatu wilayah sebagai destinasi wisata yang sukses, beberapa faktor harus dipertimbangkan, dan salah satunya adalah daya tarik dari obyek wisata itu sendiri. Daya tarik wisata adalah inti dari dorongan pariwisata di suatu destinasi, yang menjadi faktor utama yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat (Junaida, 2019).

Terdapat tiga jenis atraksi wisata. Pertama, atraksi alam (*natural attraction*), yang melibatkan daya tarik alam seperti pemandangan. Kedua, atraksi budaya (*cultural attraction*), yang berhubungan dengan kegiatan manusia seperti seni dan museum. Dan ketiga, jenis atraksi khusus lainnya (*special types of attraction*), yang merupakan hasil karya manusia (Komalasari, 2023). Atraksi alam (*natural attraction*), yang melibatkan daya tarik alam seperti pemandangan sama seperti obyek wisata Pantai Menganti.

Pantai Menganti, yang terletak di Desa Karang Duwur, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, merupakan salah satu destinasi pantai selatan yang menakjubkan. Desa Karang Duwur, yang memiliki luas wilayah sekitar 415,2320 hektar, berada di antara hutan, desa, dan garis pantai selatan. Desa ini kaya akan potensi pariwisata baharinya. Pantai Menganti dahulunya hanya dikenal sebagai tempat para nelayan mencari ikan. Namun, seiring berjalannya waktu, pantai ini berkembang menjadi kawasan wisata yang menjanjikan. Semuanya dimulai dari inisiatif masyarakat setempat yang ingin mengembangkan potensi pantai di daerah mereka. Pada tahun 2011, secara resmi Pantai Menganti dibuka sebagai kawasan wisata. Sejak itu, pantai ini telah menjadi tuan rumah berbagai acara, termasuk turnamen surfing yang diikuti oleh peselancar dari berbagai daerah, mulai dari Sukabumi hingga Pulau Bali. Keindahan alam Pantai Menganti memukau, ditambah lagi dengan ombaknya yang sangat cocok bagi para pecinta selancar. Tidak hanya itu,

pantai ini juga menawarkan daya tarik lain yang membuatnya unggul dibandingkan pantai-pantai lain di sekitarnya. Pasir putihnya yang lembut, pemandangan indah dari atas tebing, serta spot untuk menyaksikan matahari terbit dan terbenam menjadikannya tempat yang sempurna untuk bersantai dan menikmati keindahan alam. Pantai Menganti juga menyediakan area kemah dan banyak lokasi yang ideal untuk berfoto, seperti jembatan merah dan bukit-bukit yang menawan<sup>5</sup>.

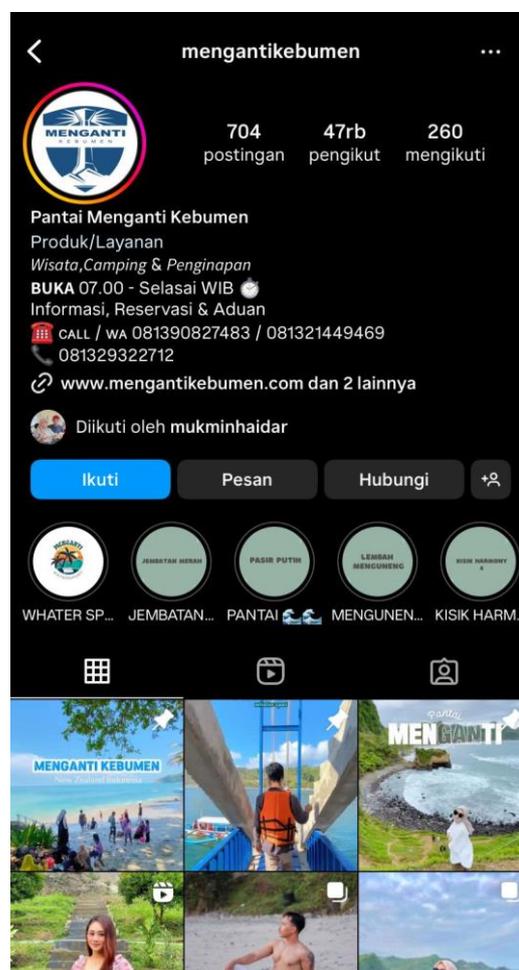
Menurut Hennig-Thurau et al. (2004), salah satu metode pemasaran yang efektif untuk mempengaruhi calon wisatawan dalam membuat keputusan untuk mengunjungi suatu tempat adalah melalui komunikasi *word of mouth*. Namun, dengan kemajuan teknologi dan internet saat ini, cara ini telah berkembang menjadi *electronic word of mouth* yang lebih modern. *Electronic word of mouth* menjadi sarana promosi yang efektif dan efisien dalam industri pariwisata, dimana informasi positif atau negatif disampaikan oleh konsumen melalui media sosial dan internet. E-WOM dapat dilakukan melalui berbagai platform media sosial dan situs web populer seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan lainnya. Kemajuan teknologi internet telah memungkinkan meningkatnya jumlah pengunjung dan memudahkan akses informasi serta transaksi online bagi pengguna.

Menurut Zakiyah & Sudarmin (2022) kehadiran platform media sosial merupakan hasil positif dari kemajuan teknologi informasi dan

---

<sup>5</sup> Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen, 2023

komunikasi. Untuk memudahkan wisatawan dalam mencari informasi tentang objek wisata, saat ini Pantai Menganti telah memiliki akun media sosial yang populer di kalangan generasi muda, yaitu *instagram*. Dengan memanfaatkan media sosial *instagram*, dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi industri pariwisata dalam mempromosikan objek wisata. Berikut adalah akun *instagram* Pantai Menganti:



Sumber: *Instagram.com*

## GAMBAR 1. 2

Akun Instagram Pantai Menganti

Selain itu, bentuk lain dari *electronic word of mouth* adalah ulasan pelanggan online, di mana calon pembeli dapat membaca pendapat dan pengalaman konsumen yang telah menggunakan produk tersebut. Saat ini, ulasan pelanggan online sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam perencanaan kunjungan wisata. Ketika wisatawan merasakan pengalaman positif atau negatif saat berkunjung ke destinasi wisata, mereka cenderung berbagi pengalaman mereka di media sosial untuk memberikan informasi kepada orang lain (Mahgpiroh, 2017). Berikut adalah ulasan positif dari pengunjung Pantai Menganti melalui platform *Google Reviews*:



Sumber: Ulasan google Pantai Menganti

### GAMBAR 1.3

*Rivew* Pengunjung Pantai Menganti

Testimoni positif dari pengunjung dapat meningkatkan popularitas Pantai Menganti dan memengaruhi minat orang untuk berkunjung. Ulasan di *Google* juga bisa memberikan informasi tentang kepuasan wisatawan terhadap berbagai aspek Pantai Menganti, seperti daya tarik, fasilitas, harga, dan lokasi. Dengan membaca ulasan ini, calon wisatawan dapat lebih memahami apa yang ditawarkan oleh Pantai Menganti dan dapat mempertimbangkan keputusan untuk berkunjung.

Faktor lain yang memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan, yaitu lokasi. Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan dengan cermat untuk memastikan efisiensi, kenyamanan, dan kecepatan layanan yang efektif. Lokasi merujuk pada posisi geografis suatu tempat, objek, atau fenomena di permukaan bumi (Maryani, 2020). Lokasi Pantai Menganti cukup jauh dari Kota Kebumen, dengan jarak sekitar 40 kilometer dan waktu tempuh sekitar 60 menit. Akses jalan menuju Pantai Menganti dianggap sulit karena sebagian besar wilayah sekitarnya berupa perbukitan dan jalannya sempit. Ketersediaan akomodasi umum untuk mencapai kawasan pantai juga terbatas, sementara kondisi jalan masih perlu diperbaiki. Hal ini menentukan kelangsungan dan jumlah wisatawan yang berkunjung di sebuah destinasi wisata

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Krisdiyasyah (2022) menjelaskan bahwa hasil penelitian menunjukkan daya tarik objek wisata, citra destinasi, dan *word of mouth* memiliki dampak positif dan signifikan

terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Penelitian Sari (2018) juga mengungkapkan bahwa variabel citra destinasi, daya tarik wisata, dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Sedangkan disisi lain menurut penelitian Anggraini et al. (2019), daya tarik objek wisata tidak berdampak pada keputusan untuk berkunjung.

Berdasarkan uraian diatas, terdapat kesenjangan penelitian yang menarik untuk dikaji lebih lanjut mengenai pengaruh daya tarik wisata, *electronic word of mouth*, lokasi dan fasilitas Pantai Menganti terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Hal ini membuat penelitian ini menjadi relevan dan penting untuk dilakukan guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan dalam memilih berkunjung ke Pantai Menganti. Dengan demikian peneliti mengambil judul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, *Electronic Word of Mouth*, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen?
2. Bagaimana pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan berkunjung di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen?

3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan berkunjung di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen.
4. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur sekaligus menjadi referensi bagi penelitian berikutnya dengan tema serupa.

2. Hasil penelitian ini dapat acuan dan saran dalam merancang strategi pemasaran dan program-program untuk mengembangkan destinasi wisata Pantai Menganti.