

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wisata kuliner dapat diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan makanan sebagai subjek atau media, yang bertujuan untuk mencicipi makanan di restoran-restoran, festival makanan, ataupun mencoba makanan pada saat melakukan perjalanan wisata.¹ Wisata kuliner telah menjadi salah satu sektor industri pariwisata yang terus berkembang dengan pesat. Berbagai pandangan dan motivasi wisatawan terhadap tujuan wisata kuliner menjadi faktor utama dalam meningkatnya minat mereka. Ini merupakan peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan sektor pariwisata, mengingat kekayaan kuliner yang tersebar di seluruh tanah air.

Salah satu provinsi yang terkenal akan wisata kulinernya dan diakui dunia yaitu Sumatra Barat, yang mana memiliki ragam hidangan yang kaya akan cita rasa, salah satu masakan khas Minangkabau yang terkenal yaitu rendang didukung pernyataan CNN Travel juga mengatakan bahwasanya rendang makanan terenak di dunia yang menduduki posisi pertama dari 50 (lima puluh) makanan terenak di dunia.² Rendang mempunyai rasa gurih dengan berbahan dasar daging sapi juga rempah rempah dan santan. Beberapa makanan khas Sumatra Barat lainnya yang tidak kalah dengan rendang yaitu Sate Padang, yang membedakan sate padang dengan sate

¹ C. M. Hall et al., *Food Tourism Around the World: Development, Management, and Markets* (Oxford: Butterworth Heinemann., 2003).

² CNN Tim Cheung, "Your Pick: World's 50 Best Foods," CNN Travel, 2017, <https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-foods-readers-choice/index.html>.

lainnya sate padang menggunakan kuah kuning khas padang. Adapun makanan lainnya makanan Gulai Cubadak, Soto Padang, Ampiang Dadih, Palai Rinuak, dan Balado Udang khas Padang³. Dari beberapa makanan khas dari Sumatra Barat tersebut dapat disimpulkan bahwasanya di Sumatra Barat, kaya dengan ragam wisata kuliner tradisionalnya serta kaya akan cita rasa dan keunikan yang menarik perhatian dunia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatra Barat terhadap jumlah kunjungan wisatawan menurut Kabupaten/Kota sebagai berikut :

Tabel 1. 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan menurut Kabupaten/Kota di Sumatra Barat 2019-2023

Kabupaten/Kota	Jumlah Kunjungan Wisatawan				
	2019	2020	2021	2022	2023
Kab. Kepulauan Mentawai	994.655	122.793	318	5	14
Kab. Pesisir Selatan	971.989	177.017	354.297	212.881	1.316.340
Kab. Solok	601.244	703.649	703.300	555.943	1.669.161
Kab. Sijunjung	12.434	149.889	60.533	121.613	241.236
Kab. Tanah Datar	627.057	527.635	340.363	642.717	1.108.151
Kab. Padang Pariaman	307.316	261.615	100.144	243.283	227.131
Kab. Agam	756.750	664.318	509.428	82.254	58.410
Kab. Lima Puluh Kota	639.840	654.334	624.155	749.034	630.226
Kab. Pasaman	101.141	747	11.812	20.175	13.875
Kab. Solok Selatan	68.084	41.809	61.199	151.909	93.521
Kab. Dharmasraya	9.745	11.676	54.908	126.596	178.499
Kab. Pasaman	28.603	2.486	23.503	433.405	391.999

³ Fauzaki Aulia, "Terkenal Akan Cita Rasanya, Berikut 7 Makanan Khas Sumatera Barat," Padangrayanews.com, 2024, <https://padangraya.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-3578050101/terkenal-akan-cita-rasanya-berikut-7-makanan-khas-sumatera-barat?page=all>.

Barat					
Kota Padang	843.296	2.621.929	376.534	286.093	1.199.833
Kota Solok	120.411	134.450	181.154	100.373	217.252
Kota Sawahlunto	237.490	101.649	91.027	140.986	254.396
Kota Padang Panjang	166.364	107.642	215.073	261.044	254.985
Kota Bukittinggi	933.609	1.471.542	748.074	1.231.306	1.161.812
Kota Payakumbuh	298.479	46.930	77.747	48.384	35.181
Kota Pariaman	450.640	239.758	252.317	209.003	2.182.157
Sumatera Barat	8.169.147	8.041.868	4.785.886	5.617.004	11.234.179

Sumber data : Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatra Barat⁴

Berdasarkan Data Pusat Statistik Provinsi Sumatra Barat, Kota Padang Panjang pada tahun 2019 berada pada posisi 13 dengan jumlah berkunjung terbanyak di Sumatra Barat, pada tahun 2020 berada pada posisi 13 di Sumatra Barat, sementara pada tahun 2021 peringkat jumlah kunjungan naik pada posisi 9 di Sumatra Barat, pada tahun 2022 peringkat jumlah kunjungan naik pada posisi 7 di Sumatra Barat, pada tahun 2023 peringkat jumlah kunjungan turun pada posisi 9 di Sumatra Barat. Selanjutnya, jumlah kunjungan Kota Padang Panjang mengalami peningkatan setelah covid-19 tiap tahunnya. Dengan adanya peningkatan tiap tahunnya maka kemungkinan besar pada tahun selanjutnya peningkatan kembali dari pengujung baru maupun mengunjungi kembali bagi pengunjung lama ke Kota Padang Panjang.

Kota Padang Panjang merupakan salah satu kota dengan luas wilayah terkecil yang ada di Provinsi Sumatra Barat. Kota ini memiliki julukan

⁴ Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatra Barat, "Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Kabupaten/Kota Di Provinsi Sumatra Barat (Orang), 2019-2023," n.d., <https://sumbar.bps.go.id/indicator/16/765/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-nusantara-kabupaten-kota-di-provinsi-sumatera-barat.html>.

sebagai Kota Serambi Mekkah dan juga dikenal sebagai Mesir van Andalas (*Egypte van Andalas*). Selain itu, Kota ini juga merupakan tempat persinggahan strategis dahulunya sampai sekarang. Selanjutnya Kota Padang Panjang dikenal dengan salah satu Kota dengan kekayaan budaya dan kuliner yang melimpah. Salah satu wisata kuliner yang eksis di Kota Padang Panjang adalah Pasar Kuliner Kota Padang Panjang. Selanjutnya Ketua Persatuan Pedagang Pasar Kuliner Kota Padang panjang, yaitu Yandra Yane mengatakan bahwa sejak dibuka pada awal tahun 2016, pengunjung Pasar Kuliner Kota Padang Panjang terus mengalami peningkatan.⁵ Hal yang membuat minat berkunjung maupun minat berkunjung kembali wisatawan ke Pasar Kuliner Kota Padang Panjang rame dikunjungi oleh wisatawan adalah untuk mencicipi beraneka ragam makanan. Berdasarkan data dan berita dari Kompasiana beberapa kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang panjang yang menjadi rekomendasi yaitu, Ampera Tanpa Nama dan Roti Tenong.⁶ Selain itu juga dari berita Hari Haluan di warung – warung atau rumah makan di Pasar Kuliner Kota Padang panjang ini ada beberapa makanan yang khas Minangkabau atau Sumatra Barat seperti Pangek Ikan Gurami, Kalio Babek, Tambusu, Dendeng Masiak, Ayam Gulai, Ayam Bakar, dan lainnya.⁷ Selanjutnya Radio Republik Indonesia ragam kuliner di

⁵ KhazMinang, “Solusi Kebutuhan Lambung Masyarakat Lokal Dan Pendetang,” 9 Maret 2022, 2022, <https://epaper.khazminang.id/download.php?file=769.pdf>.

⁶ Muhammad Rafi Abdillah, “Mengenal Pasar Kuliner Padang Panjang, Objek Wisata Kuliner Lengkap Dan Murah Di Padang Panjang,” 2023, <https://www.kompasiana.com/rafiabdillah/647a169d08a8b5070b7a21e3/mengenal-pasar-kuliner-padang-panjang-objek-wisata-kuliner-lengkap-dan-murah-di-padang-panjang>.

⁷ Abdillah.

Pasar Kuliner Padang Panjang, diantaranya Sate Padang, Nasi Ampera, Aneka Bakso, dan Aneka Roti.⁸

Revisit Intention ke suatu wisata merupakan hal penting karena mencerminkan kepuasan pengunjung terhadap pengalaman yang mereka dapatkan ditempat tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi reputasi dan keberlanjutan wisata tersebut dalam jangka panjang. Didukung oleh teori tentang minat berkunjung kembali berdasarkan teori Pratiwi dan Prakosa dimana minat berkunjung kembali ialah perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata yang sama dengan munculnya beberapa alasan atau faktor utama yang menentukan minat seseorang untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi wisata ialah fasilitas yang memadai, adanya event tertentu, dan proses penyebaran informasi di media sosial juga menjadi elemen penting dalam mendorong minat berkunjung kembali.⁹

Salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya *Revisit Intention* yaitu *Electronic Word Of Mouth*. Dimana *Electronic Word Of Mouth* adalah komunikasi secara online tentang ulasan dari suatu produk, layanan dan merek yang dilakukan di platform digital seperti media sosial dan situs ulasan. Dengan demikian, *Electronic Word Of Mouth* merupakan penyampaian pesan mulut ke mulut melalui internet dengan ini pesan akan cepat tersampaikan. Jadi, *Electronic Word Of Mouth* akan mendorong

⁸ Diniya Khairani, "Menikmati Kelezatan Kuliner Di Pasar Kuliner Padang Panjang, Kota Hujan Di Sumatera Barat," 2024, <https://rri.co.id/index.php/kuliner/655367/menikmati-kelezatan-kuliner-di-pasar-kuliner-padang-panjang-kota-hujan-di-sumatera-barat>.

⁹ Zulanda Pratiwi and Adhi Prakosa, "Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo," *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 11, no. 1 (2021): 74, <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>.

keinginan wisatawan terhadap sebuah destinasi wisata, dengan kata lain *Electronic Word Of Mouth* dapat memudahkan wisatawan untuk mengunjungi ke tempat wisata yang pernah dikunjungi sebelumnya.¹⁰

Fenomena *Electronic Word Of Mouth* telah mengubah cara orang mencari informasi dan membuat keputusan. Dalam konteks kuliner, ulasan dan rekomendasi dari pengguna lainnya di platform online seperti ; Instagram, Tiktok, dan Facebook dapat memiliki dampak besar terhadap persepsi dan minat wisatawan untuk mencoba makanan ataupun berkunjung kembali di suatu tempat tertentu. Berdasarkan hal tersebut, dari hasil ulasan video Tiktok Rijal atau sering di panggil Da Lambuang bahwasanya Pasar Kuliner Kota Padang panjang terdapat banyak makanan yang enak yang telah direview dan coba oleh Da Lambuang, seperti Sate Madura dimana berdasarkan reviewnya rasa Sate Madura terasa enak, lezat dan gurih, selanjutnya Onde – Onde dimana onde – onde di lapiisi parutan kelapa yang di dalamnya terdapat isian gula aren, selain itu varian makanan lainnya yaitu Serabi dimana kuahnya di campur dengan Kolak. Makanan lainnya yaitu Risoles Kamboja, Gorengan pergedel jagung dan tahu isi, selanjutnya Donat Bobo menjual donat dimana mempunyai varian rasa yang beragam yaitu ; rasa coklat, stawberry, bluberry, cappucino, green tea, juga tiramisu, selain itu di tempat penjual donat ada juga Kue Pancuang. Secara keseluruhan Food Vloger Da Lambuang menyukai makanan – makanan di Pasar Kuliner

¹⁰ Putu Yudi Setiawan, “The Effect of E-WOM on Destination Image, Satisfaction and Loyalty,” *International Journal of Business and Management Invention ISSN (Online 3*, no. 1 (2014).

Kota Padang Panjang serta merekomendasikan *follower* nya dan masyarakat untuk mencobanya.

Selanjutnya, Food Vlogger yang berasal dari Korea Selatan juga mereview makanan – makanan di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang dari Instagram yaitu selebgram Noona Rosa mencicipi makanan di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang yang menggiurkan diantaranya, Roti Tenong yang enak juga manis, Kerupuk Mie memiliki ukuran kecil, sedang juga besar, Singkong Meledak mempunyai rasa balado, barbeque, dengan topping saus sambal, Tahu Brontak dengan isian bakso, telur juga tahu, Tempe Goreng merupakan makanan terenak menurutnya, Manisan Kedondong memiliki rasa asam dan manis. Secara keseluruhan Food Vlogger Noona Rosa merekomendasikan *follower* nya dimana makanan – makanan di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang menawarkan makanan yang enak. Selain itu, dari salah satu pengguna Facebook yaitu Zulkifli Mhd Nasir, menceritakan perjalanannya di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang membeli makanan serta mereview yang ada seperti, Onde – Onde, Manisan Kedondong, Donat Bobo, Kue Pancong, Ampera Tanpa Nama dimana menyediakan menu yang cukup beragam seperti ; Rendang, Gulai Cubadak, Pangek Ikan Gurami, Kalio Babek, Tambusu, Dendeng Masiak, Ayam Gulai dan lainnya, Pentol Kuah Arumi yang enak juga menggiurkan, Jamur Crispy dimana jamur yang dibalut dengan adonan tepung berbumbu dengan rasa yang gurih dan tekstur yang renyah, selanjutnya Ketan Durian dimana diatas ketanya di lapisai parutan kelapa. Dengan demikian, pengguna Facebook Zulkifli Mhd Nasir

menyukai makanan – makanan di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang serta merekomendasikan pengguna Facebook lainnya untuk mencobanya. Terdapat ulasan positif yang mana ini dapat memikat wisatawan untuk mengunjungi ataupun berkunjung kembali ke Pasar Kuliner Kota Padang Panjang.

Selain dari *Electronic Word Of Mouth*, *Revisit Intention* juga dipengaruhi oleh *Halal Destination Image*. Jika image suatu objek wisata bagus tentunya wisatawan akan melakukan kunjungan kembali. Bagi sebagian besar wisatawan Muslim, aspek kehalalan makanan menjadi pertimbangan utama dalam memilih destinasi wisata kuliner. Kota Padang Panjang, dengan tradisi kuliner yang kuat dan keberagaman menu yang halal, menarik banyak wisatawan Muslim dari dalam dan luar negeri. Citra destinasi halal ini dibangun melalui upaya promosi yang menyuarakan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal dalam setiap aspek penyediaan makanan di Kota Padang Panjang. Selain itu dengan makanan halal yang terdapat di objek wisata kuliner, fasilitas-fasilitas untuk mendukung ibadah umat muslim juga factor penentu lainnya seperti tersedianya tempat sholat dan berwudhu hal ini akan mempengaruhi *Revisit Intention* wisatawan.¹¹

Pada umumnya Pasar Kuliner Kota Padang Panjang banyak dikunjungi pada malam hari disebabkan beberapa alasan. Pertama, pada malam hari suhu lebih sejuk dari pada siang hari, oleh karena itu pengunjung lebih nyaman untuk makan dan beraktivitas di luar ruangan. Kedua, banyak orang

¹¹ Lalu Edy Herman, Handry Sudiarta Athar, and Muhammad Mujahid Dakwah, "The Effect of Halal Destination Image and Tourist Motivation on Revisit Intention: The Role of Halal Experience Satisfaction," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 8, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v8i1.3471>.

yang baru selesai dengan kegiatan sehari – hari mereka, seperti pekerja, mahasiswa maupun anak – anak sekolah, sehingga mereka mencari tempat untuk makan dan bersantai di malam hari. Ketiga, pasar kuliner merupakan tempat yang ideal untuk bersosialisasi sambil menikmati makanan karena malam hari sering kali menjadi waktu untuk berkumpul bersama keluarga dan teman.

Riset atau penelitian ini membahas mengenai *Rivisit Intention* wisatawan ke wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang, dimana hal ini dilatar belakangi oleh 3 unsur pokok. Pertama, wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang merupakan salah satu wisata kuliner yang terkenal di Sumatra Barat. Kedua, berdasarkan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Padang Panjang jumlah kunjungan wisatawan Kota Padang Panjang mengalami peningkatan dalam beberapa tahun. Ketiga, keberagaman wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang membuat masyarakat berminat untuk berkunjung kembali hal ini juga di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya E – WOM dan *Halal Destination Image*.

Berdasarkan data dan fenomena tersebut di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Electronic Word Of Mouth* dan *Halal Destination Image* mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke wisata kuliner di Kota Padang Panjang yang memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada peneliti hal-hal yang mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke wisata kuliner di Kota Padang Panjang, Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang diberi judul

“Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Revisit Intention Wistawan Ke Wisata Kuliner Di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang Di Mediasi Halal Destination Image”

B. Rumusan Masalah

Agar penelitian ini dapat tersistematis dan hasil penelitian lebih fokus pada pembahasan yang dituju, maka perlunya ada rumusan masalah berdasarkan latar belakang batasan masalah diatas rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang ?
2. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *halal destination image* pada objek wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang ?
3. Apakah *halal destination image* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang ?
4. Apakah *electronic word of mouth* melalui *halal destination image* sebagai variabel mediasi berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang ?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan dapat terarah dan tidak menyimpang dari pembahasan yang dimaksud, maka penulis memberikan batasan masalah pada penelitian ini dimana batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Wisatawan yang telah pernah berkunjung ke wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang minimal 1 kali kunjungan.
2. Wisatawan yang pernah berkunjung berasal dari Provinsi Sumatra Barat.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang.
- b. Untuk mengetahui *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *halal destination image* pada objek wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang.
- c. Untuk mengetahui *halal destination image* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang.
- d. Untuk mengetahui *electronic word of mouth* melalui *halal destination image* sebagai variabel mediasi berpengaruh terhadap

revisit intention pada objek wisata kuliner di Pasar Kuliner Kota Padang Panjang.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dapat memberikan kontribusi bagi pemikiran untuk memperluas cakrawala berfikir dan Sebagai suatu tambahan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pariwisata Halal.

b. Manfaat Praktis

Memberikan informasi kepada pengelola objek wisata maupun Dinas Pariwisata setempat akan pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *revisit intention* wisatawan ke destinasi wisata kuliner yang di mediasi *halal destination image*.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang di uraikan sebagai berikut :

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisi pendahuluan yang mencakup beberapa unsur, seperti latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, serta tujuan dan manfaat melakukan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Mencakup evaluasi literatur komprehensif yang menggabungkan teori-teori terkait sebagai sumber penulisan, termasuk teori-teori yang berkaitan dengan subjek yang dibahas serta penelitian dan hipotesis.

BAB III: Metodologi Penelitian

Berisi tentang penjelasan metodologi penelitian yang penulis gunakan yang berhubungan dengan permasalahan untuk pemecahan masalah yang dibahas dan digunakan sebagai pedoman serta alat analisis.

BAB IV: Pembahasan

Pada bagian ini memuat tentang hasil dari penelitian dan hasil dari pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB V: Penutupan

Berisi tentang kesimpulan dan saran sebagai penutup dari sebuah skripsi, supaya pembaca dapat melihat kesimpulan dan skripsi ini.