

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Provinsi Sumatera Barat ialah salah satu tempat destinasi unggulan yang ada di Indonesia. Pemerintah telah menetapkan Provinsi ini sebagai salah satu tujuan wisata utama di tanah air ini. Keindahan alamnya yang memukau serta kekayaan budayanya menjadikan Sumatera Barat memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai kawasan pariwisata. Beragam jenis wisata dapat ditemukan di Provinsi ini, mulai dari wisata gunung, danau, sungai dan perbukitan, Salah satu objek wisata yang paling menarik ialah objek wisata perbukitan yang ada di kabupaten solok.

Kabupaten Solok memiliki beragam daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi. Dengan Luas wilayah ini sekitar 3.738 km², wilayah ini menyajikan panorama alam yang indah dan memukau. Beberapa destinasi wisata yang terkenal di Kabupaten Solok antara lain Pemandian Air Panas Bukik Gadang, Panorama Puncak Gobah, danau kembar dan Puncak Bukit Cambai. Berdasarkan data dari badan statistic Sumatera Barat terhadap kunjungan wisatawan di kabupaten solok sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Kunjungan Wisatawan Pada Daya Tarik (DWT) Di Kabupaten Solok

No	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
1	2019	601.244
2	2020	703.649
3	2021	703.300
4	2022	555.943
5	2023	1.669.161

Sumber data :Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat¹

Berdasarkan data menurut badan pusat statistic Provinsi Sumatera Barat tentang jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Solok, jumlah pengunjung setiap tahunnya ada yang mengalami kenaikan dan juga ada yang mengalami penurunan.

Bukit cambai merupakan destinasi wisata tersembunyi di Kabupaten Solok yang memiliki keindahan yang luar biasa. Dari puncaknya, wisatawan bisa melihat panorama tiga danau dan empat gunung yang menjadi daya tarik utama ditempat ini. Pesona alam yang ditawarkan Bukit Cambai sangat unik dan tidak ditemukan di wilayah lain. tiga Danau yang terlihat dari Puncak Bukit Cambai ini yakni Danau Atas, Danau Bawah, Danau Talang. Sementara empat Gunung

¹<https://sumbar.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzEyIzI=/kunjungan-wisatawan-pada-daya-tarik-wisata-dtw-berbayar-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-sumatera-barat-.html>” diakses pada 3 september 2024

yakni Gunung Talang, Gunung Singgalang, gunung Merapi, dan Gunung Kerinci. Selain itu di bukit cambai juga terdapat beberapa fasilitas yang mendukung seperti fasilitas toilet, café yang menyediakan makanan dan minuman, wahana bermain dan tempat penginapan yang bagus. Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil observasi terhadap kunjungan wisatawan ke bukit cambai sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Bukit Cambai Di Solok (2024)

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	2.500
2	Februari	2.750
3	Maret	1000
4	April	10.000
5	Mei	5.000
6	Juni	3.500
7	Juli	4.000
8	Agustus	6.000
9	September	6.500
10	Oktober	6.750

Sumber data: Wawancara Manager Wisata Bukit Cambai

Berdasarkan pada data pengunjung wisatawan pada wisata bukit cambai diatas menjelaskan bahwa pada bulan januari jumlah pengunjung sebanyak 2.500 orang, bulan februari jumlah pengunjung bertambah sebanyak 2.750 orang, bulan maret jumlah pengunjung menurun sebanyak 1.000 orang, bulan april jumlah pengunjung bertambah sebanyak 10.000 orang, bulan mei jumlah pengunjung menurun sebanyak 5.000 orang, bulan juni jumlah pengunjung menurun kembali sebanyak 3.500 orang, pada bulan juli jumlah pengunjung bertambah sebanyak 4.000 orang, bulan agustus jumlah pengunjung bertambah sebanyak 6.000 orang, bulan September jumlah pengunjung bertambah sebanyak 6.500 orang, sementara pada bulan oktober jumlah pengunjung meningkat kembali sebanyak 6.750 orang, sehingga terjadinya ketidakstabilan jumlah pengunjung pada tahun 2024.

Berdasarkan studi literatur terkait dengan keputusan berkunjung, menurut Muhammad Zidan Arrizki, dkk menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, sedangkan E-Wom, brand image dan fasilitas tidak berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung². Menurut Affifah, Cholid menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh negative terhadap keputusan berkunjung, sementara WOM dan Lokasi

² Muhammad Zidan Arrizki, M. Trihudiatmanto, and Heri Purwanto, "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Brand Image, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung(Studi Pada Wisata Alam Posong Di Kabupaten Temanggung)," *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 3, no. 5 (2023): 19.

berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung³. Menurut Claudya dwi pradita makawoka, dkk menyatakan bahwa daya tarik wisata, citra destinasi dan E-wom berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung⁴. Menurut hari purwanto, dkk menyatakan bahwa daya tarik dan E-Wom berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung⁵. Dengan adanya perbedaan hasil yang didapatkan oleh peneliti terdahulu penulis dapat meneliti kembali untuk mendapatkan hasil yang relevan

Keputusan berkunjung dalam konteks pariwisata merupakan keputusan seorang wisatawan untuk mengunjungi suatu objek/destinasi wisata. Keputusan memilih destinasi wisata pada hakikatnya ialah keputusan pembelian, yaitu terjadinya transaksi untuk memperoleh kepuasan⁶. Tahap-tahap dari keputusan berkunjung menentukan kebutuhan konsumen, mengevaluasi alternatif, mengumpulkan informasi, dan membuat keputusan bagi seorang wisatawan yang berkunjung. Keputusan wisatawan ketika memutuskan destinasi wisata yang akan dituju didasarkan pada penilaian wisatawan terhadap destinasi wisata itu

³ Affifah Febilistyawati Maulin and Choliq Sabana, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, WORD OF MOUTH, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG: DI KOLAM RENANG TIRTA ARUM BOJONG KABUPATEN PEKALONGAN," *Journal of Accounting and Management's Student* 1, no. 2 (2024).

⁴ Claudya Dwi Pradita Makawoka, Djurwati Soepeno, and Sjendry S.R Loindong, "Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi," *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 3 (2022): 817, <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40645>.

⁵ Hari Purwanto, Dian Citaningtyas Ari Kadi, and Galuh Rismawati, "Pengaruh Daya Tarik Dan E-WOM Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening," *Management and Business Review* 5, no. 2 (2021): 251–64, <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5867>.

⁶ Reno Catelya Dira Oktavia et al., *The Influence of TikTok and Destination Image on the Decision to Visit Taman Impian Jaya Ancol Post-Pandemic and Visitor Satisfaction* (Atlantis Press International BV, 2023), https://doi.org/10.2991/978-94-6463-296-5_20.

sendiri. Wisatawan akan membuat keputusan kunjungan dengan banyak opsi atas informasi yang mereka dapatkan, oleh karena itu wisatawan membutuhkan informasi yang sangat mudah diperoleh untuk mencapai keputusan yang tepat⁷. Keputusan berkunjung ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain yaitu, E-WOM dan bagaimana pelayanan yang diterapkan oleh karyawan wisata halal bukit cambai.

Di era digital, pengaruh e-WOM ini sangat penting pada saat ini. Yang mana platform media sosial, forum perjalanan, dan situs ulasan online telah menjadi saluran yang kuat bagi generasi milenial untuk berbagi dan mengakses pengalaman, rekomendasi, dan kritik secara langsung. Wacana digital berperan sangat penting bagi kaum milenial perkotaan dalam mencari sebuah informasi yang otentik dan relevan tentang tempat wisata, yang kemudian mempengaruhi persepsi, kredibilitas, dan keputusan perjalanan mereka⁸. Electronic Word of Mouth (E-WOM) telah muncul sebagai peran yang kuat dalam langkah pengambilan keputusan. Karena di platform sosial media orang-orang memberikan pernyataan positif dan negatif mengenai wisata bukit cambai sehingga wisatawan dapat memutuskan untuk berkunjung ke wisata tersebut.

⁷ Gamma Bhakti Pradana, Puspo Dewi Dirgantari, and Agus Rahayu, "The Influence of Tourist Motivation on Tourist Visit Decision During Visit Keraton Cliffs Bandung," *Dinasti International Journal of Management Science* 4, no. 3 (2023): 483–88.

⁸ Anisa Zahwa Akbara and Yulita Suryantari, "Impact of Destination Images and E-WOM on Urban Millennial Decision to Visit Tourism Potential City," *Indonesian Journal of Tourism and Leisure* 5, no. 1 (2024): 37–50,

Kualitas pelayanan merupakan peran yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Sebuah keramahan, waktu yang tepat, fasilitas dan kebersihan yang dibutuhkan oleh wisatawan⁹. Oleh sebab itu apabila mereka menganggap dirinya mereka dilayani dengan sangat baik, maka akan timbul sebuah persepsi bagus pada pelayanan yang diberikan tempat tersebut, dan mereka merasa lebih percaya dan merasa nyaman untuk melakukan kunjungan ketempat tersebut, dan akan melakukan kunjungan kembali di masa yang akan datang. oleh karena itu baik, buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan¹⁰. Namun pelayanan yang diberikan oleh wisata bukit cambai belum terlalu efisien karena wisata ini masih terbilang masih baru dan jumlah karyawannya masih sedikit.

Berdasarkan data dan fenomena diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah E-Wom dan pelayanan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan pada Wisata Bukit Cambai yang memberikan yang memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada peneliti mengenai hal-hal yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Wasata Bukit Cambai. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang diberi judul

⁹ Wahid Nur Ramadhan, Dedy Mainanta, and Tika Parlina, "Pengaruh Media Sosial, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Musilum Di Wisata Susur Sungai Mahakam," *Bifej* 3, no. 2 (2023): 2023.

¹⁰ Heurnius Timotius and Bonifasius MH Nainggolan, "Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Ecopark Ancol," *Journal Human Capital Development* 10, no. 3 (2023): 1–15,

“Pengaruh E-Wom dan Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bukit Cambai Di Solok Yang Dimediasi Oleh Destination Image”

B. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan dapat terarah dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, maka penulis memberikan batasan masalah pada penelitian ini dimana penelitian ini berfokus kepada wisatawan. Wisatawan yang dimaksud ialah memiliki kriteria tertentu seperti umur wisatawan sudah sampai 18 tahun atau lebih, dan wisatawan tersebut mengunjungi wisata bukit cambai.

C. 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. Bagaimana *E-Wom* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok?
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok?
3. Bagaimana *E-Wom* berpengaruh terhadap Destination Image sebagai mediasi pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok?
4. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Destination Image sebagai mediasi pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok?

5. Bagaimana Destination Image berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok?
6. Bagaimana E-Wom berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung yang dimediasi oleh Destination Image pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok?
7. Bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung yang dimediasi oleh Destination Image pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah *E-Wom* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
- b. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
- c. Untuk mengetahui apakah *E-Wom* berpengaruh terhadap Destination Image sebagai mediasi pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
- d. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Destination Image sebagai mediasi pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok

- e. Untuk mengetahui apakah Destination Image berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
- f. Untuk mengetahui apakah E-Wom berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung yang dimediasi oleh Destination Image pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok
- g. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung yang dimediasi oleh Destination Image pada Wisata Bukit Cambai di Kabupaten Solok

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 bidang manajemen pariwisata.

b. Manfaat Praktis

Memberikan informasi kepada pengelola objek wisata maupun Dinas Pariwisata setempat akan pengaruh E-Wom dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan berkunjung.

E. Sistematik Penulisan

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

BAB I: Pendahuluan

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

BAB II: Tinjauan Pustaka

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

BAB III: Metode Penelitian

Berisi tentang penjelasan metodologi penelitian yang tertulis 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 dari skripsi ini.



UIN IMAM BONJOL
PADANG