

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu latar belakang peningkatan jumlah pengunjung pariwisata yaitu meningkatnya minat akan berwisata. Berwisata dianggap sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang dianggap dapat meningkatkan kualitas hidup, menghilangkan kejenuhan, relaksasi, serta menambah edukasi bagi wisatawan.

Peningkatan sektor pariwisata harus terhenti dimana ditahun 2020 terjadi pandemic Covid-19 salah satunya dampak paling parah terjadi pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Gambar 1 1.1 penurunan jumlah kunjungan wisman 2018-2020



Sumber : [egsageougma.ac.id](http://egsageougma.ac.id)

Menurut data BPS tahun 2021, jumlah penurunan wisatawan cukup signifikan. Total dari kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2020 sebesar 4,02 juta kunjungan turun sebesar 75.03 % dibandingkan dengan tahun 2019.

Selama 2020 devisa pariwisata Indonesia menurun 79,1% (Rp. 3,54 milyar) dimana tahun sebelumnya mencapai Rp. 14,5 milyar serta jumlah wisatawan turun hingga 75%, jumlah di tahun 2019 mencapai lebih dari 16 juta turun menjadi 4.08 juta ditahun 2020. (Cnbcindonesia, 2021). Banyak area wisata yang ditutup oleh pemerintah, yang mana berdampak pada penurunan jumlah pengunjung wisata, penurunan pada jumlah pembeli produk wisata, serta penurunan pendapatan pada industri yang berkaitan dengan pariwisata sehingga mengakibatkan banyak pengusaha merugi hingga menutup usahanya.

Pantai Tambakrejo merupakan salah satu wisata yang terdampak wabah covid -19. Hal yang serupa juga dialami oleh tempat wisata lain yang tidak jauh dari pantai Tambakrejo Blitar yaitu pantai pasir putih. Pemerintah kabupaten Blitar mencatat jumlah penurunan pengunjung dengan data penurunan sebagai berikut:

Tabel 1.1 jumlah kunjungan wisatawan

<b>Tahun</b>	<b>Pengunjung Pantai Tambak Rejo</b>	<b>Pengunjung Pantai Serang</b>
2016	127.602 kunjungan	18.469 kunjungan
2017	116.256 kunjungan	17.733 kunjungan
2018	161.028 kunjungan	59.179 kunjungan
2019	189,010 kunjungan	53.779 kunjungan
2020	135.699 kunjungan	35.884 kunjungan

Sumber : Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda Dan Olahraga, 2021

Berdasarkan sumber pada pencatatan laporan pengelola wisata, di tahun 2020 pantai tambak rejo mengalami penurunan jumlah pengunjung menjadi 135.699 kunjungan dari tahun sebelumnya yaitu 189,010 kunjungan. Penurunan jumlah kunjungang ini disebabkan berkurangnya minat berkunjung pada destinasi wisata pantai Tambakrejo. Pengelola wisata mengutarakan sepanjang masa pandemic Covid-19 mengalami tantangan karena diberlakukannya peraturan PSBB.

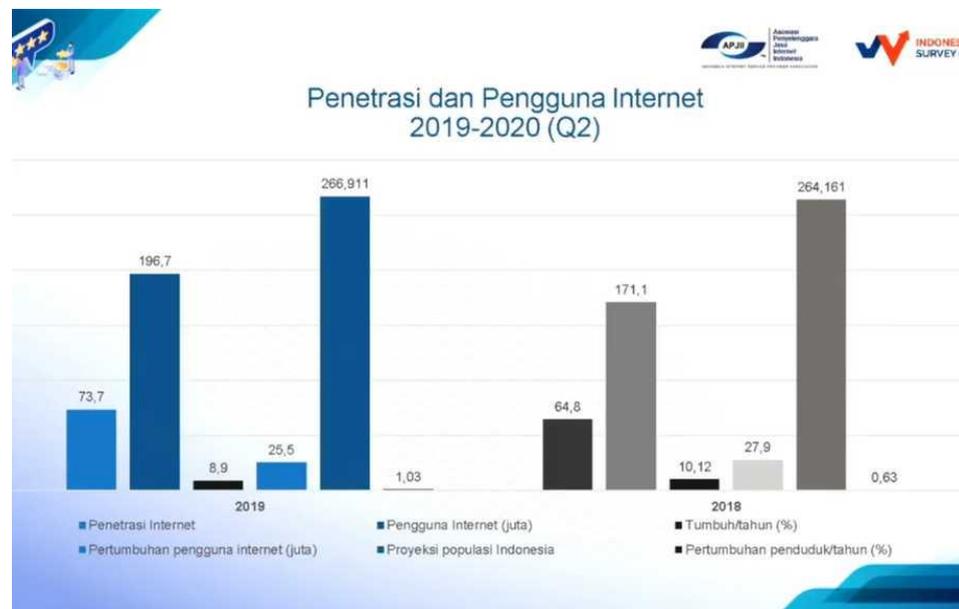
Dalam program pemulihan pariwisata pasca pandemic Covid-19 tentunya membutuhkan kerjasama, sinergi, serta inovasi dengan seluruh pihak yang terkait. Dalam memenuhi keinginan akan berwisata pemerintah kab. Blitar mewujudkan dengan membenahi berbagai fasilitas destinasi wisata yang dimiliki demi menumbuhkan minat berkunjung. Salah satu strategi yang dapat menumbuhkan niat / minat berkunjung yaitu dengan penyampaian citra destinasi yang baik.

Kita tahu bahwasanya pandemic masih berjalan, antusias masyarakat untuk berwisata masih berkurang, keamanan dan kenyamanan dalam berwisata di masa pandemic ini sangat penting. Rasa aman dan nyaman saat berwisata dapat diciptakan melalui presepsi. Penting untuk menciptakan presepsi / citra dari suatu destinasi dan mengelola citra dengan baik.

Citra destinasi adalah bagian dari ekspresi dari semua pengetahuan mengenai objek, prasangka, imajinasi, dan pikiran, emosional seseorang terhadap suatu destinasi wisata (Lopes, 2011). Dengan membangun citra destinasi wisata yang dapat menumbuhkan rasa kenyamanan dan keamanan

dalam berwisata, sehingga dengan adanya citra destinasi yang positif ini mampu mendorong terjadinya peningkatan minat berkunjung.

Penyampaian citra destinasi harus didukung dengan sarana dan strategi yang tepat. Salah satu langkah yang dapat digunakan dalam pemulihan pariwisata yaitu strategi promosi yang mana menggunakan media digital. Peran penting teknologi media digital diberbagai sektor mengakibatkan penggunaan internet di Indonesia terus bertumbuh. Berikut data pertumbuhan pada sektor pengguna internet :



Sumber : gambar 1.2 (beritasatu.com)

Dengan banyaknya pengguna dalam internet dan media digital maka penyebaran informasi melalui digital lebih cepat berkembang dan memungkinkan untuk menjadi viral lebih cepat. Setiap kegiatan yang diunggah dalam media digital dapat ditonton oleh semua pengguna, sehingga berbagai informasi dapat mengundang daya tarik tersendiri bagi pencari informasi dan diharapkan dapat menarik minat para pengguna lain untuk berkunjung.

Informasi yang didapat di media digital dapat mempengaruhi minat dan keputusan berkunjung, dimana terdapat berbagai ulasan yang sering disebut *electronic word of mouth*. Menurut Gustiani (2018) *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) merupakan komunikasi pemasaran yang berbasis online melalui media sosial internet yang memiliki pesan berisi tentang pernyataan positif atau negative yang dilakukan oleh konsumen potensial atau konsumen terdahulu.

Informasi media digital komunikasi dapat memungkinkan para pengguna untuk memberikan gambaran suatu destinasi wisata dan merekomendasikan kepada khalayak umum, serta memiliki dampak terhadap citra destinasi yang mana dapat mempengaruhi niat untuk berwisata.

Berdasarkan uraian diatas, dengan fenomena penurunan kunjungan wisatawan maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yang judul **“Pengaruh Citra Destinasi dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah Citra Destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung pada pantai Tambakrejo Blitar?
2. Apakah *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh terhadap minat berkunjung pada pantai Tambakrejo Blitar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Citra Destinasi terhadap minat berkunjung pada pantai Tambakrejo Blitar.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Citra Destinasi terhadap minat berkunjung pada pantai Tambakrejo Blitar.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Aspek Praktis
  - a. Bagi Lembaga Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menganalisis masalah yang terdapat pada sektor pariwisata, serta mengambil kebijakan dalam meningkatkan keputusan berkunjung pada destinasi wisata.
  - b. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi serta perbandingan dan penyempurnaan dalam pelaksanaan kebijakan dan strategi pemasaran dalam pariwisata.
  - c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan ilmu yang didapat, menjadikan sarana dalam mengimplementasikan ilmu yang dimiliki.

## 2. Aspek Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai citra destinasi, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan minat berkunjung.
- b. Dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan citra destinasi, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan minat berkunjung.