

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran pariwisata nasional semakin penting seiring dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia.

Salah satu daerah tujuan pariwisata di Indonesia adalah Maluku Utara. Pariwisata banyak tersebar di Daerah-daerah di Maluku Utara, salah satunya di Kota Ternate. Kota Ternate banyak terdapat wisata alam yang masih alami diantaranya ada danau, pantai, Pegunungan dan beberapa lainnya. Jumlah wisatawan domestik dan mancanegara di Kota Ternate pada tahun 2011 sampai pada tahun 2016 yang cenderung terus meningkat. Jumlah kunjungan tertinggi dalam kurung waktu 6 tahun pada tahun 2016 sebesar 300.006 dan yang paling terkecil pada tahun 2011 sebesar 93.216.

Tabel 1.2. Jumlah wisatawan Kota Ternate

Wisatawan	Jumlah Wisatawan					
	2016	2015	2014	2013	2012	2011
Wisatawan Domestik	294.780	1.678	1.029	998	911	831
Wisatawan Mancanegara	5.226	119.377	199.907	179.804	111.712	92.385
Total	300.006	121.055	200.936	180.802	112.623	93.216

Sumber: BPS Kota Ternate, diakses pada oktober 2020

Wisata Danau Tolire adalah salah satu wisata Danau di wilayah Kota Ternate. Di Ternate, memang banyak tempat wisata yang menawarkan keindahan alam yang menakjubkan, hanya saja Danau Tolire merupakan pilihan, lantaran tempat ini sangat ramai. Selain itu, danau Tolire merupakan salah satu objek wisata unggulan di Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara (Hilman idrus, 2020)

Perbedaan dan peningkatan kondisi sarana prasarana dari tahun ke tahun juga menjadi salah satu faktor pendorong meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, Kepala bidang pengembangan Industri pariwisata, ibu Selvi Nurlita kasim, SE, mengatakan *“Dari tahun ke tahun Dinas Pariwisata berusaha untuk mengembangkan dan meingkatkan berbagai sarana prasaran di berbagai tempat wisata di Kota Ternate, salah satunya di tempat wisata Danau tolire yang saat ini telah mempunyai fasilitas-fasilitas seperti WC umum, tempat parkir, dan Mushola yang telah di kembangkan dari 4 tahun kebelakang ini, saat ini bahkan sudah ada penambahan gazebo-gazebo di sekitar Danau Tolire untuk kenyamanan wisatawan yang berkunjung”* (Wawancara 15 januari 2021).

Wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Danau Tolire karena mendapatkan informasi dari mulut ke mulut maupun dari media elektronik. Informasi yang di temukan para wisatawan mengenai Danau Tolire ini menyebar dengan sangat cepat melalui internet. Salah satu hal yang bisa mendorong keputusan berkunjung wisatawan ke tempat wisata adalah informasi orang disekitarnya yang membahas tempat wisata tersebut.

Hasil survey globalwebindex pada pengguna internet di Indonesia dalam rentang usia 16-64 tahun, menunjukkan bahwa ada beberapa platform media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia. Platform tersebut terbagi dalam dua kategori media sosial, yaitu media jejaring sosial dan messenger.

Youtube menempati peringkat pertama dengan persentase penggunaan sebesar 43%, di peringkat ke dua Facebook dengan persentase penggunaan sebesar 41%, kemudian Whatsapp dengan persentase penggunaan sebesar 40%, dan Instagram dengan presentase penggunaan sebesar 38% (Databoks, 2018).

Studi yang dilakukan Firma SumAll yang menyatakan bahwa Instagram memiliki pengaruh besar dibanding Facebook dan Twitter. Pendapat tersebut berdasarkan dari 6.000 responden di Amerika Serikat yang menyatakan bahwa Instagram membuat suatu bisnis menjadi lebih cepat mencapai ROI (Return of Investment) dari promosi produk atau dalam penelitian ini adalah tempat wisata (Reska K. Nistanto, 2013).



Gambar 1.1 Ulasan tentang obyek wisata Danau Tolire di Instagram

Sumber: Instagram, diakses pada 28 September 2020

Berdasarkan Gambar 1.1. orang-orang saat ini suka mengupload foto di media sosial apalagi di Instagram yang khusus mengakses gambar, kemudian orang-orang yang tertarik akan saling mengomentari postingan yang menunjukkan komunikasi *word of mouth* bisa juga dilakukan melalui internet atau media elektronik yang sering disebut *electronic word of mouth*. Unggahan foto pada akun instagram pengguna dengan keterangan yang unik biasanya menimbulkan interaksi dari akun pengguna lain apalagi jika foto menunjukkan suatu obyek wisata yang menarik, hal itu akan menarik minat pengguna lain untuk datang berkunjung ke obyek wisata tersebut. Disinilah pengaruh *electronic word of mouth* dapat terlihat terhadap minat dan keputusan berkunjung wisatawan.

Selain kekuatan *electronic word of mouth* pada Instagram, daya tarik obyek wisata juga menjadi pertimbangan wisatawan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Irma Riantika, 2016). Daya tarik wisata Danau Tolire ini adalah Danau ini memiliki cerita legenda yang masih diceritakan masyarakat setempat sampai saat ini. Kepala bidang pemasaran Dinas pariwisata kota Ternate, Mohtar M. Ibrahim, menceritakan "*dulunya danau Tolire merupakan sebuah desa yang dikutuk karena seorang ayah yang menghamili anak gadisnya sendiri yang menyebabkan penguasa marah dan menenggelamkan desa tersebut*" (Wawancara, 15 Januari 2021). selain itu Danau Tolire ini memiliki dua danau yang terpisah tetapi masih berada pada lokasi yang sama yaitu, Danau Tolire besar dan Danau Tolire Kecil. Ketika anda mengunjungi Danau Tolire Besar anda akan melihat pemandangan dari tebing yang mengelilingi danau yang tingginya Dari

pinggir atas hingga ke permukaan air danau sekitar 50 meter dan luas danau sekitar 5 hektare dengan alam yang masih asri. Lalu, ketika anda mengunjungi Danau Tolire kecil anda akan melihat danau yang dibatasi dengan pasir pantai yang mengarah ke laut lepas yang cocok dinikmati ketika matahari tenggelam.

Danau Tolire berlokasi di Kelurahan Takome, Kecamatan Ternate Barat, Ternate, Maluku Utara. Lokasi tidak kalah pentingnya dengan *electronic word of mouth* dan daya tarik obyek wisata. Swastha dalam (C.F.K. Lebu, 2019) mengatakan, lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Terkait dengan lokasi maka faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah akses, lalu lintas, visibilitas, fasilitas, dan lingkungan. Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri. selain itu, Lokasi obyek wisata Danau Tolire Dapat dijangkau dengan mudah menggunakan transportasi darat.

Dalam beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai arahan untuk penelitian ini, ada beberapa kesamaan dan perbedaan yang di temukan. kesamaan penelitian-penelitian dengan penelitian ini adalah kesamaan beberapa variabel yang berkaitan dengan Keputusan berkunjung terkhususnya *Electronic Word of mouth*, Daya tarik dan Lokasi.

Perbedaan dari penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah obyek yang di teliti, waktu dan responden. Selain itu, Ada beberapa penelitian terdahulu yang variabelnya tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung seperti variabel Lokasi dalam penelitian Christy F.K Lebu, Silvy L. Mandey, R.S. Wenas (2019) yang berjudul "Pengaruh Lokasi, persepsi harga dan daya tarik wisata

terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Danau Linow”. Dan ada juga penelitian terdahulu yang variabel Daya tariknya berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung seperti dalam penelitian Irma Riantika (2016) yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya tarik dan lokasi terhadap keputusan berkunjung Wisatawan di curug Sidoharjo” sedangkan hampir semua penelitian terdahulu menunjukkan bahwa daya tarik dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Sehingga masih ada kemungkinan jika penelitian ini juga menghasilkan hasil yang berbeda.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana “**pengaruh *electronic word of mouth*, daya tarik, dan lokasi mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung di Danau Tolire**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka perumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu:

1. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Obyek wisata Danau Tolire?
2. Apakah daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Obyek wisata Danau Tolire?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Obyek wisata Danau Tolire?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Obyek wisata Danau Tolire.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Obyek wisata Danau Tolire.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Obyek wisata Danau Tolire.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. Bagi Pengelola Obyek Wisata

Sebagai bahan masukan bagi pengelola obyek wisata Danau Tolire dapat lebih memahami perilaku konsumen sehingga dapat menentukan strategi pemasaran seperti apa yang efektif digunakan dalam mengembangkan lagi obyek wisata Danau Tolire.

2. Bagi Konsumen

Sebagai bahan masukan bagi konsumen supaya lebih kreatif dalam mencari informasi terkait obyek wisata sehingga sebelum berkunjung konsumen sudah mengetahui informasi seputa obyek wisata.

3. Bagi Penulis

Diharapkan penulis dapat lebih memahami perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran sehingga ilmu yang diperoleh selama kuliah dapat dipraktekkan di dunia kerja.