

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata Sumenep termasuk pantai Slopeng yang berada di Kecamatan Dasuk kabupaten Sumenep. Desa Slopeng merupakan Desa yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat sekitarnya. Penduduk Desa Slopeng pada umumnya saling mengenal, hidup bergotong-royong, memiliki adat istiadat yang sama, dan mempunyai tata cara sendiri dalam mengatur kehidupan kemasyarakatannya. Di samping itu pada umumnya wilayah Desa Slopeng terdiri atas daerah pertanian, sehingga mata pencahariannya sebagian besar petani.

Desa Slopeng berada dibawah pemerintahan kabupaten, dalam pengelolaannya dibawah UPT.Dinas pariwisata. Menonjol dalam wisata yang menarik, Desa Slopeng Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep ternyata memiliki banyak tempat wisata yang menarik yang dapat dikunjungi ketika liburan salah satunya yaitu pantai Slopeng. Mulai dari pemandangannya yang indah dan lokasi pantai yang cukup nyaman bagi para pengunjung. Pantai Slopeng berada di tempat yang kurang strategis, sehingga para pengunjung semakin tahun semakin berkurang. Pengunjung juga kurang puas terhadap apa yang ada di pantai Slopeng .Komunikasi dalam pemasaran perlu dilakukan

dengan baik melalui komunikasi langsung maupun komunikasi dengan media, karena promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan dan kemudian memengaruhi kepada masyarakat untuk berkunjung ke tempat wisata. Menyadari adanya persaingan bisnis pariwisata yang semakin ketat ini, menanamkan persepsi positif terhadap wisatawan merupakan faktor penting dalam kesuksesan kemajuan dunia pariwisata melalui peningkatan minat kunjung wisatawan. Dengan adanya fenomena pada tempat wisata pantai Slopeng menjadi suatu tolak ukur dalam menentukan wisatawan untuk berkunjung.

Pada dasarnya dalam rangka peningkatan minat kunjung dapat diukur dalam keberhasilan suatu promosi wisata. Minat kunjung dapat diartikan sebagai dorongan seseorang untuk berperilaku tertentu berdasarkan motivasi yang ada dalam dirinya untuk bertindak positif akan suatu penawaran wisata.

Daya tarik adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual kepasar wisata. Juga menjadi faktor keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Tempat wisata yang memiliki keunikan atau berbeda dari yang lain, akan mempengaruhi seseorang dalam menentukan pilihan untuk berwisata karena daya tarik yang dimiliki.

Daya tarik mempunyai peran penting mengingat jenis usaha bergerak dibidang sektor jasa. Daya tarik yang diberikan bisa merupakan segala sesuatu yang memiliki keberagaman tempat wisata dan memiliki nilai tersendiri dimata

pengunjung. Daya tarik merupakan segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang terwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan.

Pengembangan daya tarik wisata merujuk pada keanekaragaman jenis tempat wisata yaitu seperti, pembangunan café dan kolam renang mini, bermain motor atv, naik kuda, kegiatan hari minggu (hari libur) diantaranya seperti, senam ibu-ibu PKK dan ibu kader, penampilan tari tradisional, music tong-tong dan lain sebagainya. Hal tersebut merupakan perkembangan inovasi suatu wahana baru dalam tempat wisata yang merupakan sektor jasa. Keberhasilan daya Tarik wisata yang dikelola dapat meningkatkan minat kunjung wisatawan seperti yang sudah pernah dilakukan sebelumnya.

Electronic word of mouth (E-WOM) adalah bentuk komunikasi pemasaran berisi tentang pernyataan positif ataupun negatif yang dilakukan oleh pelanggan potensial, pelanggan maupun mantan pelanggan tentang wisata yang tersedia bagi banyak orang melalui media internet. Bagi wisata pantai Slopeng, *word of mouth* merupakan salah satu media promosi karena komunikasi dari mulut ke mulut dinilai lebih meyakinkan didasari oleh seorang sumber yang menyampaikan informasi sebuah produk karena sumber tersebut puas terhadap kualitas produk tersebut. Selain itu *word of mouth* lebih muda dan tepat sasaran dibanding jenis promosi lain. Konsumen atau pengunjung yang merasa puas akan menyebarkan informasi tersebut kepada

konsumen lainnya sehingga menguntungkan pantai Slopeng dan juga bagi calon pengunjung.

Pada dasarnya *Word of mouth* dikenal sebagai alat yang kuat untuk memasarkan atau mempromosikan produk atau perusahaan tanpa biaya ataupun dengan biaya yang sangat kecil. *Electronic word of mouth* berasal dari *word of mouth* yang mendefinisikan berita dari mulut ke mulut (*word of mouth-WOM*) sebagai usaha pemasaran yang memicu pelanggan untuk membicarakan, mempromosikan, dan merekomendasikan.

Word of mouth dapat berpengaruh positif bagi pelaku bisnis ketika *word of mou*. Disisi lain *word of mouth* dapat memberikan dampak yang negative bagi pengelola ketika seorang individu tidak mau mengunjungi objek wisata yang disebabkan oleh pengalaman buruk yang didapatnya dari penyampai *word of mouth* tersebut. *Word of mouth* terjadi ketika konsumen merasa puas atau tidak puas terhadap suatu tempat wisata, dan menceritakan hal tersebut kepada orang lain.*th* dapat mempengaruhi individu untuk berkunjung ke wisata pantai Slpeng.

Berdasarkan fenomena tersebut diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth (E-wom) Terhadap Minat Kunjung Pada Pantai Slopeng Di Kabupaten Sumenep”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1..2.1 Apakah daya tarik berpengaruh terhadap minat kunjung di pantai Slopeng Kabupaten Sumenep?
- 1.2.2 Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat kunjung di pantai Slopeng Kabupaten Sumenep?
- 1.2.3 Adakah pengaruh daya Tarik dan *electronic word of mouth* terhadap minat kunjung secara simultan

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan dengan mengetahui unsur bebas terhadap unsur terikat dari penelitian diantara lain:

- 1.3.1 Untuk mengetahui Apakah daya tarik berpengaruh terhadap minat kunjung di pantai Slopeng Kabupaten Sumenep.
- 1.3.2 Untuk mengetahui Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat kunjung di pantai Slopeng Kabupaten Sumenep.
- 1.3.3 Untuk mengetahui Adakah pengaruh daya Tarik dan *electronic word of mouth* terhadap minat kunjung secara simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka diharapkan memperoleh bagi pihak yang terkait antara lain:

1.4.1. Kontribusi Teoritis

Menambah wawasan di bidang pemasaran pariwisata berdasarkan teori yang sudah didapatkan di bangku perkuliahan, serta menambah pengetahuan tentang daya Tarik dan *electronic word of mouth* di pantai Slopeng Kabupaten Sumenep.

1.4.2. Kontribusi Praktis

Diharapkan dapat menjadi referensi dan bermanfaat bagi pariwisata dalam menerapkan strategi pemasarannya dalam hal pengaruh tentang daya Tarik dan *electronic word of mouth* untuk mengembangkan pariwisata selanjutnya.

1.4.3. Kontribusi Kebijakan

Diharapkan akan menjadi referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penulis lain yang ingin melakukan penelitian tentang daya Tarik dan *electronic word of mouth*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini hanya membatasi pada pengaruh daya tarik dan *electronic word of mouth* secara simultan maupun secara parsial terhadap pariwisata di pantai Slopeng Kabupaten Suemeneq.

