

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata berawal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu pari yang bermakna berkeliling. Sementara kata wisata yang bermakna bepergian, perjalanan yang dalam hal bersinonim dengan travel. Dari sebagian pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa pariwisata merupakan perjalanan berkeliling atau perjalanan yang dilakukan dari suatu daerah ke daerah yang lain. Secara umum, pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilaksanakan oleh seseorang dalam kurun waktu tertentu dari suatu daerah ke daerah lain selain tempat tinggalnya, meninggalkan daerah semula dan sebelumnya telah melaksanakan persiapan. Maksud dari pariwisata ialah untuk rekreasi dan untuk kepentingan sehingga keinginannya dapat terpenuhi.¹

Kontribusi yang diberikan oleh pariwisata sangatlah banyak dalam menunjang luasnya lapangan pekerjaan, dengan berbagai sektor di dalamnya yang meliputi pengembangan dan pembangunan infrastruktur serta dapat merubah pola pikir sumber daya manusia untuk mengembangkan mata pencaharian.² Citra wisata atau sering disebut citra destinasi memiliki efek pada metode penentuan tujuan wisata dan keinginan mereka akan mengunjungi lagi destinasi wisata. Dalam situasi ini dirasakan citra wisata sebagai hal yang paling kuat dalam hal daya saing di pasar pariwisata. Demi adanya kompetisi yang bergerak maju dalam industri pariwisata, maka citra juga paling penting bagi pengelola tempat wisata untuk tetap membenahi dan mengembangkan rancangan pemasaran yang baik agar tetap bisa memperoleh dan menaikkan citra pariwisata yang baik untuk kesuksesan daerah tujuan wisata.³

Dapat dikatakan citra wisata yang memiliki kualitas eksplisit jika deskripsi kesan terbaik yang dimiliki wisatawan akan destinasi wisata tersebut baik, maka dalam pelaksanaannya wisatawan yang memiliki kesan baik terhadap destinasi wisata tersebut pada akhirnya

¹ Bachruddin Saleh Lutrlean, *et.al.*, *Strategi Bisnis Pariwisata*, (Bandung: HUMANIORA, 2019) Hal. 113-114

² Elvi Oktariani dan Syafrudin, *Pengaruh Service Quality dan Word of Mouth terhadap Revisit Intention yang Dimediasi Oleh Destination Image pada Wisata Pantan Terong Aceh Tengah*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol.4, No.2, Agustus 2019, Hal. 392

³ Firdha Mutia Maharani, *Pengaruh Destination Image Terhadap Destination Loyalty pada Kabupaten Malang Menurut Wisatawan Asal Surabaya*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol.6 No.2 (2017), Hal. 632

akan menciptakan kepercayaan pada publik mengenai destinasi wisata tersebut. Citra dalam destinasi wisata mampu membawa dan mengenalkan kepada wisatawan. Citra destinasi juga sebagai elemen penggerak akan manajemen pengelola wisata untuk menjadi semakin berkembang dan memperoleh kepercayaan dari wisatawan.⁴

Saat ini industri pariwisata di Kabupaten Kudus sangat pesat perkembangannya, ini dapat diamati dengan semakin besarnya tujuan wisata yang bertambah di berbagai daerah dengan daya tarik dan ciri khas tersendiri salah satunya yaitu Objek wisata Bukit Krobo'an yang terletak di Desa Soco Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.

Bapak H. Ngatono atau owner sekaligus manajer berperan di dalam pengembangan objek wisata untuk menarik minat wisatawan akan peluang agar konsumen berkunjung ke Objek Wisata Bukit Krobo'an. Pertama hal yang harus dilakukan oleh pengelola objek wisata selain mempunyai kualitas dan juga ciri khas dalam produk jasa wisatanya yaitu fokus pada rencana pemasaran khususnya dalam penentuan harga dan juga citra wisatanya sebab hal tersebut merupakan bagian bauran pemasaran yang memberikan penghasilan bagi perusahaan.

Berdasarkan riset yang peneliti lakukan pada tanggal 20 Maret 2022 di Bukit Krobo'an Desa Soco Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus, peneliti mendapatkan kepadatan pengunjung di wisata bukit krobo'an pada waktu *weekend*. Meskipun di sekitar wisata bukit krobo'an terdapat beberapa tempat wisata yang lainnya.

Mengetahui persoalan tersebut, peneliti merasa penasaran terhadap apa yang disediakan wisata bukit krobo'an yang mempengaruhi langkah calon wisatawan baru dalam berkunjung. Dan cara yang dianggap memiliki dampak positif terhadap keputusan berkunjung yaitu dengan mengaplikasikan *word of mouth*, citra wisata dan motivasi. *Word of mouth* yaitu komunikasi tentang produk atau jasa yang dituturkan oleh orang-orang. Komunikasi ini dapat berupa dialog atau testimoni. Sebagian besar gaya komunikasi yang dilakukan oleh individu yaitu komunikasi dari mulut ke mulut.⁵ Citra (image) pariwisata yaitu kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan

⁴ Mohammad Agusti, *et.al.*, *Analisis Pengaruh Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara (Studi pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonosobo di Bojonegoro)*, Jurnal Mitra Manajemen, Vol. 4 No. 5 Mei 2020. Hal. 805

⁵ Gogi Kurniawan, *Peran Word Of Mouth, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada Pengrajin Kampoeng Batik Jetik-Sidoarjo*, (Surabaya : Mitra Sumber Rejeki 2017) , Hal. 4

perihal produk atau jasa yang wisatawan bayar.⁶ Motivasi yaitu keinginan psikis maupun biologis yang menggerakkan juga menarik individu untuk berlaku.⁷ Dengan begitu penerapan strategi *word of mouth*, citra wisata dan motivasi akan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung dan memutuskan bukit krobo'an sebagai tempat wisata dituju dibandingkan sama tempat wisata lainnya.

Berdasarkan deskripsi diatas untuk mengobservasi lebih mendasar, maka peneliti berencana melaksanakan riset untuk mengetahui: **Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Wisata dan Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus.**

B. Rumusan Masalah

Judul yang dibuat peneliti bermaksud untuk memahami tentang Pengaruh *Word of Mouth*, Citra Wisata dan Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus. Berdasarkan deskripsi dari latar belakang diatas menghasilkan sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus?
2. Apakah citra wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus?
3. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dibuat peneliti menghasilkan tujuan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus
2. Untuk mengetahui pengaruh citra wisata terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus

⁶ Sabrina Ghaitsani & Apriatni Endang Prinatini, *Pengaruh Produk Wisata, Citra Destination dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung pada Pantai Bandengan Jepara (Studi pada Pengunjung Pantai Bandengan Jepara)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol IX No.III, Hal. 291

⁷ Christimulia Purnama Trimurti & I Gusti Bagus Rai Utama, *Model Pengembangan Destinasi Dalam Perspektif Motivasi Berwisata* (Yogyakarta:DEEPUBLISH, 2020), Hal.15

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan fungsi bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun efektif. Adapun manfaat-manfaatnya akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Wisata dan Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus. Serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat efektif

a. Bagi peneliti

Riset ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Wisata dan Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Riset ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan teori mengenai Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Wisata dan Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus.

c. Bagi Pelaku Usaha

Dengan adanya riset ini, manfaat bagi pelaku usaha adalah dapat mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Wisata dan Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Krobo'an Desa Soco Dawe Kudus. Untuk sebagai rujukan dalam meningkatkan pemasaran, citra wisata, dan juga memahami keinginan pengunjung di tempat wisata tersebut.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan peneliti nantinya akan dituangkan dalam laporan penelitian. Adapun sistematika dalam penulisan laporan sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian awal pada skripsi ini meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan lampiran.

2. Bagian Utama atau Isi

Pada bagian ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitisn, dan sistematikan penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi deskripsi teori, Penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi hasil penelitian dan deskripsi pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian akhir ini akan berisi daftar pustaka dari buku, jurnal, dan referensi lainnya.

