

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

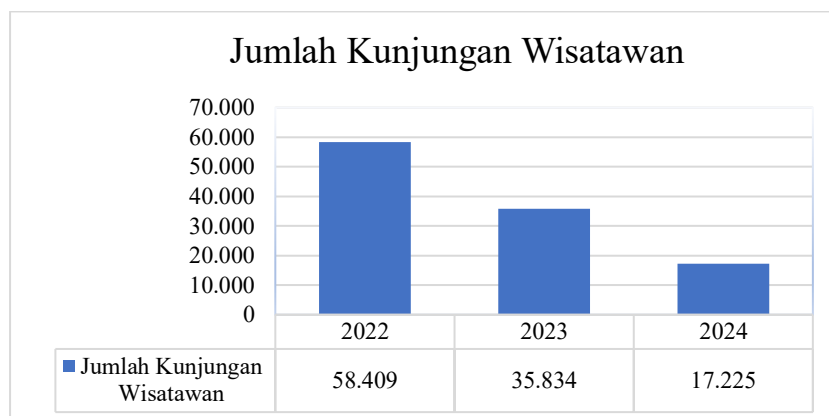
Sektor pariwisata memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional dan menjadi salah satu penyumbang utama devisa negara (Sugiarto et al., 2023). Perkembangan industri pariwisata terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata, baik domestik maupun internasional (Kristanto & Putri, 2021). Pengembangan pariwisata modern saat ini tidak hanya menitikberatkan pada destinasi buatan, tetapi juga memanfaatkan kekayaan alam seperti kawasan hutan sebagai daya tarik utama. Pengelolaan hutan yang berkelanjutan sangat penting karena hutan, sebagai sumber daya alam terbarukan, memiliki fungsi ekonomi, sosial, dan lingkungan yang perlu dipenuhi (Candra et al., 2024). Keberadaan hutan sebagai sumber daya alam mampu menarik wisatawan yang mencari sensasi berwisata di alam atau mengikuti kegiatan ekowisata (Mistriani, 2023).

Indonesia termasuk negara yang memiliki kawasan hutan yang luas, yaitu sekitar setengah dari total wilayahnya. Menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), pada tahun 2020 luas hutan di Indonesia mencapai 95,6 juta hektar, yang setara dengan sekitar 50 persen dari total luas daratan negara ini (Rahman & Zahra, 2022). Hutan Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai paru-paru dunia dan pelindung keanekaragaman hayati, tetapi juga berperan dalam menjaga ekosistem dan telah menjadi aset penting bagi pariwisata melalui pengembangan destinasi wisata alam. Pengelolaan hutan sebagai objek wisata menjadi strategi yang efektif untuk mengoptimalkan nilai ekonomi dan menjaga kelestarian lingkungan secara bersamaan (Kristanto & Putri, 2021).

Potensi besar hutan di tingkat nasional juga tercermin di wilayah Jawa Tengah, yang memiliki kawasan hutan luas dan beragam (Mistriani, 2023). Hutan di Jawa Tengah tidak hanya berfungsi sebagai kawasan konservasi dan perlindungan lingkungan, tetapi juga menjadi daya tarik wisata alam yang menarik

minat wisatawan. Beberapa kawasan hutan telah dikembangkan menjadi destinasi wisata berbasis ekowisata, dengan berbagai atraksi seperti trekking, pemandangan alam, dan kegiatan edukasi lingkungan. Salah satu daerah yang menonjol dalam pemanfaatan hutan untuk wisata adalah Kabupaten Cilacap. Menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap tahun 2023, luas hutan negara tercatat sebesar 32.907 hektar. Jenis hutan yang berpotensi tinggi untuk dikembangkan sebagai objek wisata adalah hutan pinus. Hutan pinus merupakan bagian dari kekayaan alam yang dalam perkembangannya telah banyak dikembangkan menjadi destinasi wisata (Hartono & Dimyati, 2023). Selain mendukung pelestarian melalui perawatan yang berkelanjutan, pembukaan kawasan wisata di hutan pinus juga dapat memberikan efek ganda terhadap pertumbuhan ekonomi dan sosial masyarakat sekitar (Sugiarto et al., 2023). Dengan demikian, Cilacap menjadi salah satu contoh nyata dari pengembangan wisata berbasis hutan yang berhasil.

Kemit *Forest Education* merupakan salah satu destinasi wisata berbasis hutan yang tengah berkembang di Cilacap. Destinasi ini berlokasi di Desa Karanggedang, Kecamatan Sidareja. Destinasi ini di inisiasi oleh pemuda setempat dan dikelola bersama Perhutani, LMDH Girimulia, dan CV. Masterbee Indonesia. Nama "Kemit" diambil dari nama sebuah bukit yang sudah ada yaitu bukit Kemit yang berada di kawasan hutan, sedangkan "*Education*" menandakan konsep wisata alam yang juga mengedepankan unsur edukasi. Destinasi wisata yang terkenal dengan berbagai spot foto dan atraksi yang dibangun di atas dataran tinggi serta merupakan salah satu destinasi wisata berbasis hutan pinus yang telah dikembangkan dengan pendekatan edukatif dan ramah lingkungan, sehingga berpotensi menjadi salah satu ikon wisata Cilacap yang dapat menarik banyak wisatawan melihat banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kemit *Forest Education* sebagaimana disajikan pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Kemit Forest Education 2022-2024

Sumber: Kemit Forest Education (2025)

Sebagai destinasi unggulan, Kemit Forest Education diharapkan mampu menarik banyak wisatawan. Namun, Gambar 1.1., menunjukkan tingkat kunjungan ke Kemit Forest Education pada dua tahun berturut-turut mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah meningkatnya persaingan dengan destinasi wisata lain yang lebih aktif dalam strategi pemasaran digital. Perkembangan teknologi digital telah mendorong pengelola destinasi wisata untuk menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial guna menarik lebih banyak wisatawan (Ullaeti et al., 2024). Di antara berbagai platform, instagram menjadi media promosi yang sangat efektif karena menawarkan pengalaman visual yang kuat dan fitur interaktif yang beragam. Instagram memungkinkan pengguna membagikan foto, video, dan cerita (*story*) tentang pengalaman wisata mereka secara real-time maupun setelah perjalanan selesai. Fitur-fitur seperti *feed*, *story*, *reels*, dan IGTV memudahkan wisatawan untuk mengunggah dokumentasi perjalanan, memberikan *review*, serta menandai lokasi dan akun destinasi wisata.

Kebiasaan masyarakat, terutama generasi muda, membagikan pengalaman wisata melalui foto dan video di instagram telah menjadi bagian penting dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan berwisata. Banyak orang mencari inspirasi destinasi, informasi fasilitas, hingga *review* pengalaman langsung dari unggahan pengguna lain, *influencer*, maupun akun resmi destinasi. Visualisasi yang

Hanum Refi Marisa, 2025

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI KEMIT FOREST EDUCATION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menarik dan testimoni otentik di instagram terbukti lebih dipercaya dibandingkan iklan konvensional, karena dianggap sebagai pengalaman nyata dan jujur dari pengguna (Putri & Sari, 2022). Selain itu, interaksi melalui komentar, *direct message*, dan *fitur share* memperkuat efek penyebaran informasi secara viral. Kemit Forest Education sendiri secara aktif memanfaatkan akun instagram @kemitforest_official untuk membagikan informasi kepada calon wisatawan baik melalui foto atau video. Akun instagram kemit forest education telah berjalan sejak tahun 2017, dengan jumlah pengikut sebanyak 21 ribu, dan jumlah postingan sebanyak 413 pada Desember 2024, ini menunjukkan bahwa Kemit Forest Education telah menggunakan Instagram sebagai sarana promosi guna menarik minat calon pengunjung. Meski demikian, penurunan kunjungan tetap terjadi, menandakan bahwa pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi belum sepenuhnya efektif dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Fenomena ini mendorong perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan berkunjung, salah satunya adalah peran *electronic word of mouth*. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Arrazi & Nugraha, 2021) mendapati salah satu faktor yang berpotensi memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan adalah *Electronic Word of Mouth*, yaitu rekomendasi dan ulasan yang disampaikan pengguna media sosial mengenai suatu destinasi wisata. Interaksi berupa *like*, komentar, serta ajakan yang disampaikan melalui media digital disebut sebagai "*Electronic Word of Mouth*" dan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang mampu memengaruhi minat serta keputusan kunjungan seseorang (Widyanto & Pangestuti, 2017). Teori eWOM menekankan bahwa kualitas, kuantitas, dan kredibilitas informasi yang dibagikan pengguna akan memengaruhi persepsi dan minat calon wisatawan untuk berkunjung (Goyette et al., 2010). Sejalan dengan pendapat (Silaban et al., 2023), informasi yang akurat dan bernilai dalam eWOM lebih sering dijadikan acuan oleh calon wisatawan, yang akhirnya berkontribusi pada tumbuhnya minat berkunjung ke destinasi tertentu. Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Munawi et al., 2023) dengan judul "Pengaruh *Electronic Word of*

Hanum Refi Marisa, 2025

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI KEMIT FOREST EDUCATION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Mouth di Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung ke Pemandian Air Panas Tirtagangga Cipanas Garut”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* melalui Instagram berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi Pemandian Air Panas Tirtagangga Cipanas Garut.

Maka dari itu, melihat tren penggunaan media sosial seperti Instagram yang mampu memperkuat *electronic word of mouth*, hal ini diyakini dapat mendorong minat wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu, peneliti menilai adanya peningkatan keputusan berkunjung yang dipengaruhi oleh *electronic word of mouth*, sebagaimana didukung oleh hasil penelitian dari (Riana et al., 2020) berjudul “Pengaruh *Electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di desa wisata cibeusi kabupaten subang”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif, dan hasilnya menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berperan penting dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Cibeusi. Akan tetapi, riset tersebut secara umum mengkaji dampak *electronic word of mouth* pada berbagai platform media sosial, seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, serta situs ulasan seperti *google review*.

Meskipun eWOM dapat terjadi di berbagai media digital tersebut, penelitian ini secara khusus berfokus pada pengaruh eWOM di *instagram* sebagai salah satu platform utama yang digunakan wisatawan untuk mencari informasi, berbagi pengalaman, dan memberikan rekomendasi terkait destinasi wisata. Selain itu, terdapat kekosongan kajian yang secara khusus meneliti peran *electronic word of mouth* di *instagram* pada destinasi wisata berbasis hutan seperti *kemit forest education*. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting mengingat adanya keterbaruan dan keunggulan dari segi urgensi dan objek yang dikaji, sehingga peneliti mengambil topik penelitian yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kemit Forest Education” dengan harapan dapat memberikan pemahaman empiris mengenai pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke *kemit forest education*, memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi wisata dalam

mengembangkan strategi promosi digital yang lebih efektif, serta menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang, rumusan masalah yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *Intensity* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kemit Forest Education?
2. Seberapa besar pengaruh *Valence of opinion* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kemit Forest Education?
3. Seberapa besar pengaruh *Content* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kemit Forest Education?
4. Seberapa besar pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kemit Forest Education?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, berikut tujuan penelitian yang hendak dicapai:

1. Mengetahui besarnya pengaruh *Intensity* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kemit Forest Education.
2. Mengetahui besarnya pengaruh *Valence of opinion* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kemit Forest Education.
3. Mengetahui besarnya pengaruh *Content* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kemit Forest Education.
4. Mengetahui besarnya pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kemit Forest Education.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, diantaranya:

- a. Penelitian ini dapat membantu mengembangkan dan memperkuat teori-teori sebelumnya mengenai variabel- variabel yang dikaji.

Hanum Refi Marisa, 2025

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI KEMIT FOREST EDUCATION

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- b. Penelitian ini dapat membantu memberikan penjelasan lebih dalam yang berkaitan dengan teori sebelumnya.
- c. Penelitian ini dapat membantu untuk memprediksi fenomena serupa yang mungkin terjadi di masa depan.

2. Secara Praktis.

Diharapkan temuan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi seluruh pihak yang terlibat, di antaranya:

- a. Temuan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan oleh pengelola destinasi wisata dalam menilai dan memperbaiki keputusan wisatawan untuk berkunjung.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih keilmuan di bidang pariwisata serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih baik bagi daerah sekitar.
- c. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti topik serupa dengan pendekatan atau perspektif yang berbeda.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada analisis mengenai pengaruh *electronic word of mouth* (eWOM) terhadap keputusan kunjungan wisatawan ke objek wisata Kemit Forest Education yang berlokasi di Kecamatan Sidareja, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif guna menguji seberapa besar pengaruh dimensi eWOM, yang terdiri atas *intensity*, *valence of opinion*, dan *content*, terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Subjek penelitian adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Kemit Forest Education minimal satu kali dalam satu tahun terakhir dan telah mengikuti akun Instagram resmi destinasi tersebut. Sampel penelitian sebanyak 391 responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria utama berusia minimal 17 tahun, memiliki pengalaman langsung berkunjung, dan terekspos pada informasi eWOM melalui media sosial Instagram.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *daring* maupun *luring*, dengan menggunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta persepsi mereka terhadap variabel-variabel penelitian, dan secara verifikatif dengan menggunakan uji regresi linear berganda guna mengidentifikasi pengaruh *electronic word of mouth (eWOM)*, baik secara simultan maupun parsial, terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Penelitian ini membatasi ruang lingkup hanya pada satu *platform* media sosial, yaitu Instagram, dan tidak membahas faktor eksternal lain seperti fasilitas, harga, atau pengalaman wisatawan di luar variabel eWOM. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang spesifik mengenai peran eWOM di media sosial terhadap perilaku wisatawan di Kemit *Forest Education*, sekaligus menjadi dasar evaluasi dan pengembangan strategi promosi digital bagi pengelola destinasi wisata serupa.