

PENGARUH DAYA TARIK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM MULAWARMAN KUTAI KARTANEGARA

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh :

Nama : Audy Putri Syahwa
Nim : 216719
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu / S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2025

**PENGARUH DAYA TARIK DAN ELECTRONIC WORD OF
MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN DI MUSEUM MULAWARMAN
KUTAI KARTANEGARA**

Audy Putri Syahwa

(216719)

ABSTRAK

Kekayaannya berupa warisan budaya salah satunya adalah adanya kerajaan hindu, istana kesultanan dan makam raja Kutai. Kabupaten Kutai Kartanegara memiliki beragam destinasi wisata yang menarik, baik alamiah maupun budaya. Terdapat destinasi wisata utama di wilayah tersebut, antara lain Museum Mulawarman. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pendekatan kuantitatif lebih memandang tingkah laku dan realitis sosial yang objektif dan dapat diukur. Berdasarkan hasil analisis uji t, diperoleh nilai t hitung untuk variabel Daya Tarik (X1) sebesar 3,623 dengan nilai signifikansi 0,001. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari batas signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tarik (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Daya Tarik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung wisatawan dapat diterima. 1. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Daya Tarik (X1), E-WOM (X2), dan Minat Berkunjung (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator adalah valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha untuk ketiga variabel lebih dari 0,60, menandakan bahwa instrumen yang digunakan reliabel dan konsisten.

Kata kunci : Pariwisata, daya tarik, e-wom, minat berkunjung, Museum Mulawarman Kutai Kartanegara

PENGARUH DAYA TARIK DAN ELECTRONIC WOR OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM MULAWARMAN KUTAI KARTANEGARA

Audy Putri Syahwa

(216719)

ABSTRACT

One of its rich cultural heritages is the existence of Hindu kingdoms, sultanate palaces and tombs of Kutai kings. Kutai Kartanegara Regency has a variety of interesting tourist destinations, both natural and cultural. There are major tourist destinations in the region, including the Mulawarman Museum. This type of research uses quantitative methods, quantitative approaches look more at social behavior and realities that are objective and measurable. Based on the results of the t test analysis, the t value for the attractiveness variable (X1) is 3.623 with a significance value of 0.001. This significance value is smaller than the significance limit of 0.05, so it can be concluded that the variable Attractiveness (X1) has a significant effect on Interest in Visiting (Y). Thus, the research hypothesis which states that Attractiveness has a positive and significant influence on tourist interest can be accepted. 1. The validity test results show that all statement items on the variables of Attractiveness (X1), E-WOM (X2), and Interest in Visiting (Y) have a calculated r value greater than r table (0.361), so it can be concluded that all indicators are valid. In addition, the reliability test results show that the Cronbach Alpha value for the three variables is more than 0.60, indicating that the instrument used is reliable and consistent.

Key Word : Tourism, attractiveness, e-wom, interest in visiting, Mulawarman Museum Kutai Kartanegara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata telah menjadi salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pariwisata mencakup seluruh aktivitas yang berhubungan dengan perjalanan wisatawan. Pengembangan sektor pariwisata dipandang sebagai upaya strategis untuk meningkatkan pendapatan negara, yang selanjutnya dapat digunakan untuk mengoptimalkan potensi daerah lainnya dan mendorong pembangunan yang lebih baik. Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang besar adalah Kabupaten Kutai Kartanegara di Provinsi Kalimantan Timur. Kabupaten Kutai Kartanegara adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Kalimantan Timur.

Kabupaten Kutai Kartanegara dibagi menjadi 18 kecamatan, kedelapan belas kecamatan tersebut salah satunya adalah Tenggarong. Tenggarong merupakan ibu kota kesultanan Kutai Kartanegara In Matadipura sejak 28 September 1782, kota ini juga dikenal sebagai "kota raja" karena menjadi pusat administrasi dan kediaman sultan. Kekayaannya berupa warisan budaya salah satunya adalah adanya kerajaan hindu, istana kesultanan dan makam raja Kutai. Kabupaten Kutai Kartanegara memiliki beragam destinasi wisata yang menarik, baik alamiah maupun budaya. Terdapat destinasi wisata utama di wilayah tersebut, antara lain Museum Mulawarman, Museum Kayu Tuah Himba, Kawasan Bukit Bengkirai, Borneo Orang Utan Survival Samboja, Pantai Tanah Merah Samboja, Planetarium Jagat Raya, Pulau Kumala, dan Ladaya. Penulis

tertarik untuk membahas salah satu tujuan wisata terkenal di Kabupaten Kutai Kartanegara adalah Museum Negeri Mulawarman di Tenggarong, yang terletak di Jalan Tepian Pandan, Kelurahan Panji, Kecamatan Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara. Museum Negeri Mulawarman di Tenggarong menampilkan warisan dari kerajaan tertua di Indonesia, yaitu Kerajaan Kutai Kartanegara ing Martadipura, serta artefak dari masa penjajahan Belanda dan Cina.

Tabel 1.1 Data Pengunjung Museum Tahun 2019-2023

No	Tahun	Pengunjung Domestik	Pengunjung Mancanegara	Total
1.	2019	59.687	394	60.081
2.	2020	20.538	64	20.602
3.	2021	14.288	8	14.296
4.	2022	42.440	146	42.586
5.	Januari- Febuari 2023	9.531	16	9.547
TOTAL				147.112

(Sumber: Museum Mulawarman, 2024)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan Museum Mulawarman pada tahun 2019 yaitu sebesar 60.081 wisatawan. Namun, terjadi penurunan kunjungan pada tahun berikutnya dengan hanya 20.602 orang

atau wisatawan pada tahun 2020, dan kemudian 14.296 orang pada tahun 2021. Pada masa pemulihan setelah pandemi COVID-19 terjadi peningkatan jumlah kunjungan, namun tingkat kunjungan tersebut belum mencapai tingkat normal seperti sebelum tahun 2019. Hal ini mengindikasikan adanya permasalahan terkait minat berkunjung wisatawan di Museum Mulawarman, sehingga diperlukan pengelolaan maupun tindakan yang lebih lanjut terhadap Museum Mulawarman sehingga yang menarik minat berkunjung ke Museum Mulawarman. Untuk mencapai tujuan tersebut, pengelola objek wisata perlu memperhatikan beberapa aspek penting, seperti daya tarik wisata yang unik dan menarik, strategi promosi yang bagus dan menarik sehingga wisatawan dapat melakukan *Electronic word of mouth* (E-wom) yang dapat menarik minat berkunjung wisatawan lainnya.

Daya tarik suatu tempat wisata terletak pada elemen-elemen unik, estetis, dan nilai-nilai yang diberikannya, yang menjadi faktor penarik bagi pengunjung. Hal ini dapat berasal dari keindahan alam yang menawan, kekayaan budaya yang memikat, atau kreativitas manusia dalam menciptakan destinasi wisata. Pada Museum Mulawarman sendiri masih banyak sekali barang peninggalan raja seperti prasasti yupa, senjata tradisional, topeng penari, mahkota ketopong serta barang yang biasanya raja kenakan setiap harinya. Dalam industri pariwisata, strategi pemasaran atau promosi yang efektif merupakan kunci untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan aktivitas penjualan.

Untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan museum Mulawarman juga sering mengadakan event seperti pameran alat musik tradisional nusantara

2024 yang diadakan bulan Juli kemarin. Terdapat pameran pekan kebudayaan daerah yang dilaksanakan bulan Juli, event tersebut sudah didukung dengan Dinas pendidikan dan kebudayaan Kalimantan Timur. Destinasi wisata memiliki peran sentral dalam menjual pengalaman pariwisata, sehingga penting untuk menerapkan promosi yang tepat guna meningkatkan kesadaran publik dan daya tariknya. Promosi yang efektif, destinasi wisata dapat dikenal oleh lebih banyak orang, yang pada akhirnya dapat menghasilkan peningkatan kunjungan wisatawan yang berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional.

Selain itu, dampak dari promosi itu sendiri dapat memberikan suatu dampak yang positif melalui *electronic word of mouth*. Komunikasi *word of mouth* atau *electronic word of mouth* diyakini lebih dapat diandalkan daripada sumber informasi lain dan efektif dalam membantu konsumen membuat keputusan ketika mereka mempercayai para pemberi informasi atau dengan artian yang lain e-WOM adalah cara bagi konsumen yang tidak saling kenal atau belum pernah berinteraksi sebelumnya untuk saling berbagi informasi mengenai produk atau jasa yang mereka gunakan

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh daya tarik Museum Mulawarman Kutai terhadap minat berkunjung wisatawan?
2. Bagaimana pengaruh promosi melalui *Electronic word of mouth* (e-WOM) kepada Museum Mulawarman Kutai Kartanegara?

3. Apakah dengan adanya daya tarik dan promosi melalui *Electronic word of mouth* (e-wom) menjadi faktor yang simultan dalam mempengaruhi minat berkunjung di Museum Mulawarman Kutai Kartanegara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian sebagai berikut

1. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik Museum Mulawarman Kutai Kartanegara terhadap minat berkunjung wisatawan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi melalui *Electronic word of mouth* (e-WOM) kepada Museum Mulawarman Kutai Kartanegara.
3. Untuk mengetahui daya tarik dan promosi melalui *Electronic word of mouth* (e-WOM) sudah cukup simultan untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung di Museum Mulawarman Kutai Kartanegara.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan jurnal Artikel Ilmiah yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik dan *Electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Museum Mulawarman Kutai Kartanegara” sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian penulis dengan menggunakan metode observasi langsung ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan tentang sejarah dan warisan yang ada di daerah asal penulis

yaitu Tenggarong, Kutai Kartanegara Kalimantan Timur dngan menyiapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan identitas serta nilai budaya yang ada.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi Penulis

Dengan berbekal penelitian ini diharap penulis bisa menerapkan ilmu kepariwisataan di daerah asal yaitu Tenggarong, Kutai Kartanegara dengan segenap wawasan dan pengalaman yang penulis dapat saat melakukan observasi di Museum lainnya.

b. Manfaat bagi Pembaca

Dengan penelitian ini penulis harap akan membantu dan memberikan pengetahuan berupa edukasi kepada masyarakat terkhusus generasi muda untuk lebih peka serta paham akan budaya yang ada.

c. Manfaat bagi Akademik

Dengan penelitian ini diharap bisa menjadi sebuah referensi pada suatu analisis pengaruh minat berkunjung wisatawan disebuah destinasi wisata.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam proses penulisan Artikel Ilmiah ini, penulis telah menyusun struktur penulisan agar dapat lebih mudah untuk dipahami dan tetap berfokus pada inti permasalahan terkait judul penelitian ini, yaitu “Pengaruh Daya Tarik dan

Electronic word of mouth (E-WOM) terhadap minat berkunjung wisatawan di Museum Mulawarman Kutai” sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini, penulis mengulas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bagian ini, penulis menjelaskan kajian literatur, kajian literatur dan hipotesis yang relevan dengan topik permasalahan yang dibahas dalam Proposal Artikel Ilmiah ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini, penulis membahas mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, penulis mengulas gambaran umum tentang Museum sebagai objek penelitian dan bisa mendeskripsikan profil lengkap lokasi penelitian secara detail yang dilengkapi dengan grafik, tabel, diagram dan sejenisnya.

BAB V : PENUTUP

Pada bagian ini, penulis menyajikan simpulan dan saran sebagai penutup dari jurnal Artikel Ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh daya tarik (X1) dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) (X2) terhadap minat berkunjung wisatawan (Y) di Museum Mulawarman Kutai Kartanegara, maka dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel daya tarik (X1), E-WOM (X2), dan minat berkunjung (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator adalah valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha untuk ketiga variabel lebih dari 0,60, menandakan bahwa instrumen yang digunakan reliabel dan konsisten.
2. Model Regresi Memenuhi Asumsi Klasik
 - a. Uji normalitas menunjukkan bahwa data terdistribusi normal (signifikansi $> 0,05$).
 - b. Tidak ditemukan gejala multikolinieritas karena nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 .
 - c. Tidak terdapat heteroskedastisitas karena nilai signifikansi pada uji Glejser $> 0,05$.
3. Pengaruh daya tarik dan E-WOM terhadap minat berkunjung

- a. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa baik daya tarik maupun E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.
- b. Nilai koefisien regresi untuk daya tarik adalah 0,189 dan untuk E-WOM sebesar 0,128, dengan nilai signifikansi masing-masing $< 0,001$ dan $0,040$.
- c. Hasil uji F menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung ($F \text{ hitung} = 13,249 > F \text{ tabel} = 3,09$).

4. Koefisien Determinasi

Nilai R Square sebesar 0,215 menunjukkan bahwa 21,5% variabel minat berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel daya tarik dan E-WOM. Sementara 78,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penguatan Daya Tarik Wisata

Museum Mulawarman perlu terus mengembangkan dan memperkuat elemen-elemen daya tarik, baik dari segi koleksi, narasi sejarah, pengalaman pengunjung, maupun fasilitas pendukung. Program interaktif dan inovatif dapat menambah daya tarik dan meningkatkan engagement pengunjung.

2. Optimalisasi Strategi E-WOM

Mengingat E-WOM terbukti berpengaruh terhadap minat berkunjung, pihak pengelola dapat meningkatkan kehadiran digital museum melalui media sosial, ulasan online, dan kerja sama dengan influencer lokal atau wisatawan. Ulasan positif dari pengunjung terdahulu harus dimanfaatkan secara strategis.

3. Perluasan Faktor Penelitian di Masa Mendatang

Karena hanya 21,5% variabel minat berkunjung yang dijelaskan oleh dua variabel ini, maka peneliti selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti kepuasan pengunjung, aksesibilitas, harga tiket, atau pelayanan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

4. Kolaborasi dan Promosi Digital

Meningkatkan kolaborasi dengan dinas pariwisata dan platform digital promosi wisata untuk memperluas jangkauan informasi museum, serta mendorong penyebaran informasi positif secara daring.

DAFTAR PUSTAKA

- Annissa Atussholiha, Syariefful Ikhwan, & Roby Setiadi. (2023). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Rest Area Heritage Km 260b. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 1–9. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.871>
- Armianti, C., Palinggi, Y., & Ningsih, K. E. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Kunjungan Ulang (Studi Pada Museum Mulawarman). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 24(1), 54–68. <https://doi.org/10.53640/jemi.v24i1.1533>
- Arrazi, I. M., & Nugraha, H. S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 890–899. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29886>
- Ayuningtyas, L. S., & Nugraha, H. S. (2021). Pengaruh E-Word.Of.Mouth, Lokasi, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 652–663. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29026>
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth , Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill ' S Desa Warembungan. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1360–1370.
- BONJERUK, K. W. Y. B. K. D. W. (2024). *Muhammad Jayadi1, Isdar Wahim2, I.A.Y.S.D Utami Pidada3* 1,2,3. 4(1), 243–255.
- Dilla, D., Raharjo, S., & Suprpto, H. (2021). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Ladaya Kutai Kartanegara). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(2), 78–95. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.956>
- Hadi, W., & Widyaningsih, H. (2021). Persepsi Wisatawan Dengan Sapta Pesona Di Candi Ijo Desa Sambirejo, Prambanan, Sleman. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 39–48. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10140>
- Hanafia, A., Wibowo, M. W., & Damayanti, F. (2020). Pengaruh Electronic Word

Of Mouth, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z Pada Destinasi Wisata Halal Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 6(3), 347–364.

Haris, A. (n.d.). *Strategi Perencanaan Pembangunan Pariwisata Penerbit Cv.Eureka Media Aksara*.

JASMINE, K. (2014). 濟無No Title No Title No Title. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 1(1).

Raffi, A., Lubis, A., Simangunsong, M. M., Pardosi, N. N., & Lubis, S. K. (2024). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Istana Maimun Medan*. 2, 342–345.

Rohmah, S. (2019). Pengaruh Media Sosial dan Promosi Digital terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Komunikasi dan Pariwisata*, 7(1), 102-115.

Setiawan, B. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Berwisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(3), 105-115.

Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>

Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatria, E. (2022). Data Pengunjung Situ Rawa Gede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146–156.

Wekke, I. S. (2019). Metode Penelitian Ekonomi Syariah. In *Gawe Buku* (Issue December 2019).

Yuniati, N. (2019). *Membangun Kesetiaan Pelanggan Ramah Lingkungan Kasus Wisatawan Pengguna Hotel Ramah Lingkungan Di Yogyakarta*.

Zhang, D., & Wang, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur. 28(11), 1301–1303.