

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir Kota Padang menjadi salah satu kota dengan pertumbuhan investasi tertinggi diantara sejumlah ibu kota provinsi lainnya di Indonesia. Keberhasilan Kota Padang untuk mencapai prestasi tersebut tidak terlepas dari peran pemerintah daerah untuk mengembangkan sektor wisata sebagai bagian investasi jangka panjang di Kota Padang pada khususnya dan Sumatera Barat pada umumnya. Pemerintah daerah menyadari bahwa Kota Padang tidak memiliki sumber daya alam yang melimpah tidak seperti sejumlah daerah lainnya, sehingga penting bagi pemerintah untuk mengembangkan potensi daerah salah satunya adalah dibidang pariwisata.

Pariwisata sendiri merupakan cara untuk menarik wisatawan lokal dari Sumatera Barat maupun wisatawan yang berasal dari luar Sumatera Barat. Dan tentunya peran pemerintah sangat diperlukan dalam pembangunan sektor pariwisata ini, keberanian pemerintah melakukan langkah besar untuk mendorong pengembangan sektor wisata dibuktikan dengan masuk investasi dari investor domestik dan mancanegara dalam pembangunan infrastruktur penunjang aktifitas wisata. Menurut Syafei (2018) dalam sepuluh tahun kedepan pemerintah Kota Padang mewacanakan pembangunan infrastruktur penunjang aktifitas wisata, seperti pembangunan hotel, resto, fasilitas umum, pasar modern dan berbagai atribut lainnya. Selain itu langkah pemerintah daerah Kota Padang didukung oleh usahawan muda lokal sehingga banyak diantara mereka berinvestasi dengan membuka wahana wisata.

Salah satu objek wisata yang bersumber dari investasi pengusaha lokal Kota Padang adalah Kolam Renang ABG. Wahana tersebut dibuka umum dan khususnya untuk kegiatan wisata. Kolam Renang ABG terletak terletak di Balai Gadang Koto Tengah Kota Padang. Kolam Renang ABG buka dari jam 10 pagi hingga jam 8 malam Selain itu tarif masuk yang dikenakan kepada masing masing konsumen relatif terjangkau. Keberadaan Kolam Renang ABG menambah alternatif pilihan untuk berekreasi atau menyalurkan hobi pada masyarakat di Kota Padang khususnya bagi pencinta olahraga renang, walaupun demikian Kolam Renang ABG mendapatkan pesaing dari sejumlah wahana yang sama seperti Kolam Renang Satria, dan Komplek Kolam Renang Universitas Negeri Padang.

Kehadiran sejumlah pesaing dengan wahana yang sama dengan Kolam Renang ABG menciptakan persaingan yang ketat, sehingga dibutuhkan strategi yang jitu untuk dapat bertahan. Keberadaan pesaing juga membuat jumlah pengunjung Kolam Renang ABG menjadi tidak stabil dan hanya penuh pada hari besar dan hari libur saja. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari pengelola Kolam Renang ABG terlihat jumlah pengunjung rata rata bulanan dari Kolam Renang ABG seperti terlihat pada Tabel 1.1 dibawah ini

Table 1.1
Jumlah Pengunjung 6 Bulan Terakhir Di Kolam Renang ABG
Kota Padang Periode April s/d September 2018

Bulan	Jumlah Pengunjung/orang	Persentase /%
April	2023	-
Mei	2250	10,08
Juni	2180	-3,21
Juli	2345	7,03
Agustus	2589	9,42
September	2467	-4,94

Sumber: Kolam ABG Swimming Pool Kota Padang

Berdasarkan Tabel 1.1 dilihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah pengunjung pada kolam renang swimming pool ABG. Pada bulan April sampai Mei terjadi kenaikan jumlah pengunjung dengan persentase sebesar 10,08 %, kemudian selanjutnya pada bulan Mei sampai Juni terjadi penurunan jumlah pengunjung sebesar 3,21 %, selanjutnya pada bulan Juni sampai Juli terjadi lagi kenaikan sebesar 7,03 %, kemudian pada bulan Juli sampai Agustus terjadi lagi kenaikan sebesar 9,42 %, seterusnya pada bulan Agustus sampai September terjadi penurunan sebesar 4,94 %. Terjadinya fluktuasi pengunjung Kolam Renang ABG diduga disebabkan oleh semakin berkurangnya kepuasan yang pengunjung dalam menikmati wahana Kolam Renang ABG

Menurut Kotler (2008) adalah perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan harapannya. Tjiptono (2002) mengemukakan kepuasan pelanggan adalah sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya. Tjiptono (2002) mengemukakan tujuan akhir pemasaran ialah memuaskan pelanggan. Tujuan pemasaran bukan mencari laba, tetapi memberi kepuasan. Dengan adanya kepuasan akan terjadi pembelian ulang. Berapa banyak frekuensi ulang pembelian dan berapa banyak jumlah pembelian pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan. Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan (Lestari, 2004:109).

Strategi peningkatan kepuasan pengunjung yang perlu dilakukan adalah dengan meningkatkan pengelolaan dan penambahan pelayanan, sehingga pengunjung yang datang dengan jarak lebih jauh akan menikmati kegiatan lebih lama. Selain itu tingkat pengunjung yang berpendidikan akan terpenuhi (Lestari, 2004:108).

Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat memilih atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga yang ditawarkan kepada konsumen harus sesuai dengan pandangan konsumen atas nilai dan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut. Harga mempunyai peran penting bagi perusahaan, karena harga mempunyai pengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya (Kotler, 2016). selanjutnya menurut Kotler & Armstrong (2016) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut penelitian yang di lakukan oleh Afifuddin dan sitohang dengan judul pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen di wisata bahari lamongan menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Afifudin & Sitohang, 2016).

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan–perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel (Sulastiyono, 2006). Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau

didapat konsumen secara langsung. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. (Sulistiyono, Yunus & Budianto, 2014:6)

Menurut penelitian yang di lakukan oleh Afifuddin dan Sitohang dengan judul pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen di wisata bahari lamongan menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Afifudin & Sitohang, 2016).

Menurut penelitian yang di lakukan oleh Faturachman dengan judul pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan auto 2000 sungkono surabaya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Rachman, Yuniati, Kunci, & Pelanggan, 2014).

Berdasarkan kepada uraian ringkas latar belakang dan fenomena penelitian peneliti tertarik untuk kembali melakukan penelitian yang membahas sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung Kolam Renang ABG. Penelitian ini merupakan replikasi dari sejumlah penelitian dimasa lalu yaitu Rahman (2017), Pada penelitian saat ini peneliti membuat sejumlah perbedaan dengan peneltian sebelumnya. Perbedaan pertama adalah lokasi penelitian dan metode analisis yang digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis. Secara

umum penelitian berjudul: **Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Kolam Renang ABG Padang.**

Tabel 1.2
Data Survei Awal Pengunjung Kolam Renang ABG Kota Padang Tahun 2018

No	Pernyataan	Jumlah Orang	Jawaban		Presentasi(%)	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya puas setelah mengunjungi kolam renang ABG	30	13	17	43,33	56,66
2	Harga tiket masuk yang ditawarkan terjangkau	30	16	14	53,33	46,66
3	Lokasi mudah dijangkau	30	14	16	46,66	53,33
4	Fasilitas yang ditawarkan lengkap	30	16	14	53,33	46,66

Sumber: Data Survei Awal, Mei 2018

Berdasarkan tabel 1.2 pada item pernyataan pertama responden menjawab Ya sebanyak 43.33% , sedangkan yang menjawab Tidak sebanyak 56.66%. Pada item pernyataan kedua responden menjawab Ya sebanyak 53.33%, sedangkan yang memilih Tidak 46.66%. Selanjutnya item pernyataan ketiga responden memilih Ya sebanyak 46.66%, yang menjawab Tidak sebanyak 53.33%. Kemudian pada item pernyataan keempat responden yang menjawab Ya sebanyak 53.33%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 46.66%. Dari penjelasan tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa kepuasan dan lokasi yang ditawarkan kolam renang ABG belum dapat dikatakan baik.

Berdasarkan penjelasan dan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa ada fenomena yang menarik untuk diteliti ,dan faktor apa yang membuat konsumen tertarik berkunjung ke Kolam Renang ABG Kota Padang, sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat

variabel harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Kolam renang ABG Kota Padang.

Adapun variabel yang akan diteliti adalah kepuasan konsumen yaitu merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono & Chandra, 2012). Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka (Kotler, & Keller, 2009).

Kepuasan pengunjung juga dapat dipengaruhi oleh harga, yang merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono & Chandra, 2012). Sementara menurut Kotler & Armstrong(2008) harga adalah sejumlah uang yang di bebankan atas suatu produk atas jasa, atau jumlah dari nilai yang di tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atas menggunakan produk atas jasa tersebut.Hal ini didukung oleh hasilpenelitian terdahulu yang dilakukan (Teguh, 2015) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

Selanjutnya kepuasan pengunjung dapat dipengaruhi lokasi, yaitu merupakan setiap lapisan perantara pemasarannya akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir. Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Kotler&Keller,

2009). Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Abdullah, 2016) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

Selain harga dan lokasi, kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh fasilitas yaitu, sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa (Lupiyoadi & Hamdani, 2009). Fasilitas bagian dari physical evidence, physical evidence meliputi fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) dan bentuk–bentuk komunikasi fisik lainnya (Tjiptono & Chandra, 2012). Sama seperti sebelumnya hal ini juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Teguh, 2015) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan fenomena dari penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Kolam Renang ABG Dikota Padang.

1.2 Rumusan masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang masalah, maka peneliti mengajukan beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung dikolam renang ABG dikota Padang.
2. Apakah fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung dikolam renang ABG dikota Padang.
3. Apakah lokasi dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung dikolam renang ABG dikota Padang.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan kepada perumusan masalah, tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Membuktikan dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung kolam Renang ABG di Kota Padang.
2. Membuktikan dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung kolam Renang ABG di Kota Padang.
3. Membuktikan dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung kolam Renang ABG di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi:

1. Praktisi hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi bagi pengembangan objek wisata Kolam Renang ABG Kota Padang.
2. Akademisi hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan replikasi bagi peneliti selanjutnya yang juga tertarik untuk membahas permasalahan yang dengan objek atau topik didalam penelitian ini.