

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin maju zaman, mobilitas aktivitas manusia semakin tinggi dan jadwal pekerjaan yang semakin padat membuat kebutuhan hidup manusia juga semakin meningkat, dimana mereka bekerja tidak lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan sandang, pangan dan papan tetapi juga kebutuhan akan rekreasi atau hiburan. Rekreasi merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, karena rekreasi merupakan bentuk penyegaran kembali badan dan pikiran setelah lelah bekerja dengan mengunjungi tempat-tempat yang dapat membuat mereka santai, bermain dan bersenang-senang bersama dengan keluarga atau teman.

Menurut Devismayasari dan Prasetyawan (2015) jika kebutuhan rekreasi seseorang dapat terpenuhi maka banyak keuntungan yang akan didapatkan, antara lain seseorang dapat meningkatkan kreativitasnya, kepuasan serta kebahagiaan. Dengan kata lain, rekreasi sangat dibutuhkan oleh manusia untuk menghilangkan kejenuhan dari rutinitasnya dan membangkitkan kembali kebahagiaan dalam hidupnya, karena itu, manusia rela membelanjakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan rekreasinya tersebut, dan ini merupakan suatu peluang bisnis yang sangat potensial bagi pelaku usaha.

Bisnis tempat rekreasi dikatakan potensial karena setiap orang ingin melepaskan diri sejenak dari kejenuhan aktivitas pekerjaan yang melelahkan, dan mereka ingin menghabiskan waktu yang berkualitas bersama dengan orang-orang

terkasihnya ditempat-tempat yang bisa membuat mereka santai dan bersenang-senang. Hal ini berarti, terdapat pasar yang besar dalam bisnis rekreasi karena pada umumnya rekreasi dilakukan secara berkelompok seperti pergi rekreasi dengan anggota keluarga. Selain itu, menurut Ingkadijaya et al (2016) keluarga merupakan pasar yang sangat potensial untuk dimasuki terlebih untuk ikon pariwisata dan tempat rekreasi. Hal ini dapat diamati pada waktu libur dan akhir pekan dimana keluarga akan berbondong-bongong mengunjungi tempat pariwisata dan tempat rekreasi bersama dengan anggota keluarganya.

Adanya kebutuhan akan rekreasi serta terdapatnya pasar yang besar dalam bisnis rekreasi membuat pelaku usaha saling berlomba untuk menyediakan tempat rekreasi. Di kota padang sendiri, contohnya, terdapat 180 tempat rekreasi yang dijadikan sebagai objek wisata, sebagaimana yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Jumlah Objek Wisata Menurut Jenis di Kota Padang Tahun 2018

No	Kecamatan	Wisata Alam	Wisata Bahari	Wisata Sejarah	Wisata Budaya	Wisata Belanja	Wisata Kuliner
1	Bungus Teluk Kabung	5	19	-	-	-	1
2	Lubuk Kilangan	5	-	-	-	-	-
3	Lubuk Begalung	3	3	1	-	-	-
4	Padang Selatan	2	7	31	-	2	-
5	Padang Timur	-	-	8	-	1	-
6	Padang Barat	1	5	32	-	23	7
7	Padang Utara	1	-	1	-	1	-
8	Nanggalo	1	-	-	-	3	-
9	Kuranji	1	-	-	-	-	1
10	Pauh	4	-	-	1	-	-
11	Koto Tangah	5	3	-	-	2	-
Jumlah		28	37	73	1	32	9
Total		180					

Sumber : BPS, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa objek wisata di Kota Padang lebih banyak didominasi oleh wisata sejarah yaitu sebanyak 73 tempat, kemudian wisata bahari sebanyak 37 tempat. Selanjutnya wisata belanja sebanyak 32, wisata alam sebanyak 28, wisata kuliner sebanyak 9 dan yang paling sedikit adalah wisata budaya sebanyak 1 tempat. Total keseluruhan dari objek wisata yang ada di Kota Padang yaitu sebanyak 180 tempat objek wisata dan jumlah ini merupakan angka yang cukup besar. Hal ini berarti, dengan banyaknya tempat rekreasi yang ada di Kota Padang maka tingkat persaingan juga semakin tinggi karena pengunjung memiliki banyak pilihan untuk berrekreasi di tempat-tempat objek wisata yang mereka inginkan.

Menurut Kotler et al (2002) untuk memenangkan persaingan, tempat tujuan wisata harus mengemas produk wisatanya berdasarkan pasar sasarannya serta mengembangkan posisi bersaing produk pariwisatanya dari produk wisata lainnya. Hal ini berarti, guna memenangkan persaingan maka pengelola objek wisata tidak saja harus mengemas produk wisata yang ditawarkannya dengan sebaik mungkin tetapi juga harus memiliki diferensiasi dari produk wisata pesaing, dan berdasarkan hasil observasi peneliti, dari sekian banyak objek wisata yang dijadikan tempat rekreasi di Kota Padang, salah satu objek wisata yang menerapkan konsep yang berbeda dengan objek wisata lainnya yaitu tempat rekreasi ABG Waterpark yang berlokasi di jalan Balai Gadang, Kota Tengah, Kota Padang.

ABG Waterpark merupakan taman rekreasi air yang dikelola oleh pihak swasta dengan memanfaatkan keindahan dan sumber daya alam kemudian

memadukannya dengan wisata buatan. Konsep yang diusung oleh ABG Waterpark yaitu tempat permandian dan arena permainan air dengan pemandangan alam yang sangat memukau. Di ABG Waterpark, disediakan kolam renang untuk segala usia yang air nya bersumber dari air lubang minturun yang sejuk dan jernih. Kolam renang juga dilengkapi dengan wahana permainan seperti perosotan dan *aqua bucket* (ember tumpah). Selain itu, di ABG Waterpark juga dilengkapi dengan gazebo atau pondok-pondok untuk tempat bersantai bagi pengunjung yang tidak berenang, dan juga terdapat taman yang ditata dengan sangat indah dengan latar pemandangan sungai Lubuk Minturun dan bukit-bukit hijau yang mengelilingi untuk *hotspot* foto dan *selfie* bagi pengunjung. Tempat rekreasi ABG Waterpark juga menyediakan fasilitas penginapan bagi pengunjung yang ingin menikmati suasana malam di ABG Waterpark.

Semua penataan dan pengemasan produk wisata di ABG Waterpark tujuannya tidak lain adalah untuk memberikan kepuasan kepada pengunjung, karena bagaimanapun juga pengunjung yang merasa puas dengan tempat rekreasi ABG Waterpark maka mereka akan kembali mengunjungi ABG Waterpark selain itu mereka juga akan membawa pengunjung baru. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Tjiptono, (2012:151) bahwa menciptakan kepuasan pelanggan adalah langkah yang penting dalam pembentukan loyalitas. Pengunjung yang merasa puas tidak saja dapat menciptakan loyalitas tetapi mereka juga akan menceritakan pengalamannya kepada teman dan relasinya, sehingga jumlah pengunjung yang ingin mengunjungi tempat rekreasi ABG Waterpark dapat mengalami peningkatan, dan ini terlihat dari peningkatan data jumlah pengunjung

ABG Waterpark, akan tetapi pada tahun 2017 dan 2018, jumlah pengunjung tempat rekreasi ABG Waterpark mengalami penurunan sebagaimana yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2
Jumlah Data Pengunjung Tempat Rekreasi ABG Waterpark
Periode 2014 –2018

No	Tahun	Jumlah Pengunjung (orang)	Persentase (%)
1	2014	56.763	-
2	2015	80.254	41.4
3	2016	136.839	70.5
4	2017	129.387	-5.4
5	2018	122.085	-5.6
Jumlah		525.328	

Sumber : ABG Waterpark (2019)

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui bahwa pada tahun 2015 terjadi peningkatan jumlah pengunjung sebesar 41.4%, begitu juga pada tahun 2016 dimana jumlah pengunjung yang berkunjung mengalami peningkatan sebesar 70.5%, akan tetapi pada tahun 2017 jumlah pengunjung yang berkunjung mengalami penurunan sebesar -5.4%, begitu juga pada tahun 2018 dimana terjadi penurunan jumlah pengunjung sebesar -5.6%. Persentase penurunan jumlah pengunjung memang tidak terlalu signifikan akan tetapi ini merupakan pertanda bahwa pengelola tidak bisa mempertahankan pelanggannya, dan jika pengelola tidak memperhatikan permasalahan yang membuat berkurangnya jumlah pengunjung maka hal ini dapat berdampak kepada keberlangsungan bisnisnya dimasa depan.

Terjadinya penurunan jumlah pengunjung tempat rekreasi ABG Waterpark mengindikasikan bahwa pengunjung kurang merasa puas dengan produk dan jasa wisata yang ditawarkan oleh pengelola, karena jika pengunjung merasa puas mereka pasti akan kembali mengunjungi ABG Waterpark. Sebagaimana yang

diungkapkan oleh Sunyoto (2015) bahwa konsumen yang merasa puas dengan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Kepuasan pelanggan pada pemasaran modern saat ini dijadikan sebagai pilar utama dalam menjalankan bisnis untuk mewujudkan tujuan perusahaan dalam memperoleh laba. Pelanggan yang terpuaskan oleh perusahaan menjadi aset besar untuk kelangsungan hidup perusahaan sehingga perlu pengelolaan yang baik untuk memenuhi terciptanya kepuasan pelanggan (Utama, 2017). Oleh karena itu, perlu untuk dilakukan analisis guna mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi kepada rendahnya kepuasan pengunjung tempat rekreasi ABG Waterpark. Banyak faktor yang mempengaruhi kepada tingkat kepuasan pengunjung, dan rendahnya tingkat kepuasan pengunjung ABG Waterpark diduga karena adanya pengaruh dari kualitas pelayanan, lokasi, dan promosi.

Kualitas pelayanan objek wisata merupakan variabel yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung, sebagaimana yang diungkapkan oleh Marrioti (dalam Fiatiano, 2008) bahwa kepuasan berwisata ditentukan oleh beberapa faktor yang saling berkaitan salah satunya adalah pelayanan. Pelayanan dalam hal ini yaitu semua bentuk fasilitas, aktivitas, kenyamanan dan *hospitality* yang diberikan oleh perusahaan pariwisata kepada pengunjungnya. Hal senada juga diungkapkan oleh Gunawan dan Kartika (2018) bahwa kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan

konsumen merupakan faktor penting, kualitas pelayanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan terwujud. Hal ini berarti jika pelayanan yang diberikan berkualitas yaitu sesuai antara kinerja dan harapan pengunjung maka kepuasan pengunjung akan terwujud.

Variabel lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung yaitu lokasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Swastha dan Handoko (2010) bahwa terdapat lima penggerak utama kepuasan pelanggan, yaitu : kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, lokasi dan kemudahan mendapatkan jasa. Mengenai pengaruh dari lokasi terhadap kepuasan, Sofyan et al (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang cukup kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan. Hal ini berarti bahwa lokasi yang strategis dengan akses dan sarana serta prasarana transportasi yang baik dapat mempengaruhi kepada kepuasan pengunjung.

Variabel berikutnya yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung yaitu promosi. Menurut Buchari (2011) tujuan dari promosi adalah untuk menarik konsumen baru dan meningkatkan kepuasan bagi konsumen yang lama. Hal ini dibuktikan oleh Novarini dan Anggraini (2017) dalam penelitiannya bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Promosi yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung oleh pengunjung yang sudah berkunjung, baik dari mulut ke mulut maupun promosi

melalui media sosial berperan terhadap kepuasan yang dirasakan pengunjung pasca berkunjung. Hal ini berarti, promosi yang dilakukan baik itu oleh perusahaan ataupun dari pengunjung dapat mempengaruhi kepada kepuasan pengunjung.

Untuk mengetahui fenomena mengenai kualitas pelayanan, lokasi dan promosi di tempat rekreasi ABG Waterpark, peneliti melakukan observasi awal dengan menyebarkan angket kepada 25 orang pengunjung ABG Waterpark. Adapun hasil observasi awal yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Data Survei Awal Pada Pengunjung ABG Waterpark

No	Pernyataan	Jawaban		Persentase(%)	
		Puas	Tidak Puas	Puas	Tidak Puas
Kualitas Pelayanan					
1	Keramahan karyawan ABG Waterpark dalam menangani keluhan pengunjung	5	20	20,0	80,0
2	Kepuasan terhadap fasilitas layanan ABG Waterpark	21	4	84,0	16,0
Lokasi					
3	Kemudahan parkir di ABG Waterpark	17	8	68,0	32,0
4	Lokasi ABG Waterpark mudah dijangkau	10	15	40,0	60,0
Promosi					
5	Iklan di media cetak menggambarkan daya tarik dari tempat rekreasi ABG Waterpark	9	16	36	64
6	Informasi mengenai fasilitas dan wahana permainan di ABG Waterpark digambarkan dengan jelas di media sosial ABG Waterpark	11	14	44	56

Sumber : Survei Awal (2019)

Dari Tabel 1.3 pada variabel kualitas pelayanan dapat dilihat bahwa dari segi fasilitas layanan di ABG Waterpark, pada umumnya responden merasa

sangat puas dimana 84% menyatakan puas dengan fasilitas layanan ABG Waterpark, akan tetapi mengenai keramahan karyawan ABG Waterpark, 80% responden merasa tidak puas. Hal ini berarti bahwa fasilitas yang ada di ABG Waterpark telah dapat menciptakan kepuasan pengunjung, karena fasilitas yang ada di ABG Waterpark dapat membuat pengunjung merasa santai dan bersenang bersama anggota keluarganya, akan tetapi pelayanan dan keramahan yang ditunjukkan oleh karyawan ABG Waterpark sangat kurang, ketika pengunjung memiliki keluhan atau pertanyaan, terkadang karyawan memberikan jawaban yang kurang memuaskan dan bahkan mereka terkesan kurang ramah. Hal ini tentu dapat membuat pengunjung merasa tidak dilayani dengan baik.

Pada variabel lokasi, diketahui bahwa pada umumnya pengunjung merasa puas dengan kemudahan parkir di area ABG Waterpark dimana 68% memberikan jawaban puas dengan kemudahan parkir di ABG Waterpark. Hal ini dikarenakan tempat parkir di ABG Waterpark sangat luas. Akan tetapi dari segi keterjangkauan lokasi dari ABG Waterpark, 60% merasa tidak puas dengan keterjangkauan lokasi dari ABG Waterpark. Hal ini dikarenakan lokasi dari ABG Waterpark tidak terletak di pingir jalan akan tetapi didaerah pedalaman Lubuk Minturun. Selain itu, sepanjang jalan menuju lokasi ABG Waterpark tidak terdapat petunjuk arah yang jelas sehingga pengunjung yang datang dari luar kota sedikit kesulitan untuk menemukan lokasi karena mereka tidak mengetahui dengan baik area di sekitar lokasi.

Pada variabel promosi diketahui bahwa 64% responden merasa tidak puas dengan iklan tempat rekreasi ABG Waterpark di media cetak. Hal ini dikarenakan

ABG Waterpark sangat jarang menggunakan promosi di media cetak, karena itu pengunjung tidak mendapatkan informasi yang mendetail mengenai daya tarik dari ABG Waterpark. Selain itu, 56% responden merasa tidak puas dengan informasi mengenai fasilitas dan wahana permainan di ABG Waterpark di media sosial, hal ini dikarenakan ABG Waterpark jarang meng-*update* informasi-informasi mengenai fasilitas dan wahana permainan yang ada di ABG Waterpark, sementara dilain sisi, pengunjung membutuhkan informasi mengenai fasilitas dan wahana permainan yang ada di ABG Waterpark.

Berdasarkan penjelasan diatas serta mengingat pentingnya menciptakan kepuasan pengunjung demi kelangsungan hidup perusahaan dimasa depan terlebih pada bisnis pariwisata seperti ABG Waterpark, karena dengan terciptanya kepuasan pengunjung maka pengunjung tidak saja akan kembali mengunjungi objek wisata tersebut tetapi juga akan membawa calon pengunjung baru. Akan tetapi fakta yang terjadi dilapangan terdapat penurunan jumlah pengunjung ABG Waterpark yang mengindikasikan pengunjung kurang puas dengan pelayanan yang ada di ABG Waterpark, karena jika pengunjung merasa puas mereka tentu akan kembali mengunjungi dan bahkan membawa calon pengunjung baru. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pengunjung ABG Waterpark dengan mengangkat judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pengunjung.

2. Bagi ABG Waterpark, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Penelitian ini pun diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat dipergunakan dalam menentukan kebijakan kedepannya.