

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Medan merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia yang memiliki jumlah penduduk yang sangat padat dan dengan heterogenitas yang tinggi. Padatnya rutinitas dan aktivitas masyarakat merubah pola dan gaya hidup yang semakin sibuk dan sempitnya waktu membuat banyak orang merasa lelah sehingga membutuhkan tempat wisata untuk melepaskan ketegangan dan kejenuhan guna memperoleh suasana baru yang menyegarkan dan menghibur. Tempat wisata merupakan salah satu elemen yang penting dalam proses pemenuhan kebutuhan akan rekreasi dan wisata. Meningkatnya kebutuhan akan tempat rekreasi yang terjangkau mendorong pertumbuhan tempat wisata untuk mengembangkan diri melalui suatu atraksi wisata, akomodasi serta aksesibilitas.

Dalam menjalankan bisnis objek wisata hal yang perlu di perhatikan agar bisnis tersebut dapat berjalan dengan baik harus mementingkan kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan pernyataan Tjiptono (2007:72) yaitu “terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya kepuasan konsumen dan pembelian ulang, melihat dari sisi perusahaan selaku penyedia produk atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, dalam rangka memperoleh kemajuan dalam usaha dan mempertahankan kelangsungan bisnis maka perlu bagi perusahaan untuk menjaga

agar konsumen yang memanfaatkan produk atau jasanya memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi”.

Mowen and Minor (dalam Swastha, 2010:21) mengatakan kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan konsumen setelah menggunakan produk suatu perusahaan merupakan suatu kondisi yang tercapai setelah melalui suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang merupakan variabel-variabel pemasaran seperti kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan akan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha objek wisata.

Kepuasan konsumen dapat terpenuhi apabila suatu objek wisata dapat memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan Lupioyadi(2011:102). Menurut Fandy Tjiptono (2008:76) ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang dirasakan dan pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan konsumen maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang buruk, dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung ada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Dalam bisnis objek wisata, sikap dan pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Bila aspek tersebut dilupakan atau bahkan sengaja dilupakan, maka dalam waktu yang tidak terlalu lama objek wisata tersebut bisa kehilangan banyak pengunjung dan dijauhi oleh calon pengunjung.

Selain kualitas pelayanan faktor lainnya yang tidak kalah penting dalam menentukan kepuasan adalah nilai pelanggan. Kepuasan konsumen akan terwujud jika persepsi akan nilai yang diperoleh lebih dari pengorbanan yang dilakukan. Mengacu pada hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Shoki (2012) yang meneliti tentang hubungan antara nilai pelanggan, kepuasan, dan loyalitas menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun pengertian nilai pelanggan menurut Rangkuti (2013:31) nilai pelanggan sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, didasarkan persepsi pelanggan atas apa yang didapat dengan biaya yang dikeluarkan. Jadi dengan demikian perusahaan yang bergerak di bidang objek wisata harus bisa memberikan nilai yang positif bagi pelanggan sehingga kelangsungan bisnis objek wisata tersebut dapat berjalan dengan lancar.

Hairos Waterpark Medan adalah salah satu tempat wisata yang bisa memenuhi kebutuhan akan rekreasi dan wisata. Hairos Waterpark Medan ini terletak di Jln. Jamin Ginting Km 14,5 Medan. Hairos Waterpark Medan ini merupakan salah satu lokasi rekreasi air terbesar di kota Medan. Maka dari itu banyak masyarakat kota Medan atau bahkan dari luar kota yang datang untuk berekreasi baik dengan keluarga ataupun dengan teman. Kebanyakan orang berkunjung yaitu pada saat hari libur atau pada akhir pekan. Pengunjung yang datang

ke Hairos Waterpark Medan dapat menikmati produk permainan-permainan yang ada yaitu seperti *bom bom car*, *happy dragon*, *mini flight*, kuda pusing, *video game*, yang dilengkapi dengan *café* untuk bersantai. Ada juga kebun binatang, perahu sampan, motor ATV dan kincir angin.

Tabel: 1.1
Jumlah Pengunjung di Tempat Wisata Hairos Waterpark Medan
Tahun 2014

Bulan	Kunjungan
Januari	9134 orang
Februari	2338 orang
Maret	2267 orang
April	2521 orang
Mei	3434 orang
Juni	2667 orang
Juli	3534 orang
Agustus	6689 orang
September	2091 orang
Oktober	2551 orang
Nopember	2247 orang
Desember	2145 orang
Jumlah	41618 orang

Sumber : Manajer Operasional Hairos Waterpark Medan 2014

Dari data tersebut dapat kita ketahui jika jumlah pengunjung yang datang setiap bulanya mengalami kenaikan dan penurunan, hal ini dipengaruhi oleh kegiatan yang ada pada bulan – bulan tertentu. Seperti pada bulan Januari jumlah pengunjung mengalami peningkatan yang sangat pesat ada 9134 pengunjung hal ini disebabkan karena pada bulan tersebut merupakan bulan libur nya anak sekolah. Selain itu pada bulan Agustus juga ada peningkatan jumlah pengunjung yaitu 6689 pengunjung, hal ini juga disebabkan karena pada bulan tersebut adalah perayaan hari Raya Idul Fitri. Namun pada bulan – bulan lainnya jumlah pengunjung bisa dikatakan normal karena tidak ada kegiatan ataupun hari libur pada bulan tersebut.

Dalam upaya mewujudkan kepuasan konsumen Hairos Waterpark telah menerapkan berbagai strategi, yaitu dengan mengutamakan kualitas pelayanan dan kesiapan petugas dalam melayani pengunjung. Selain itu pihak Hairos Waterpark juga telah menjaga kualitas dari produknya dengan merawat dan memperbaharui wahana-wahana yang mereka sediakan, dan juga melakukan berbagai usaha promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Namun berbagai strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak Hairos Waterpark nyatanya belum mampu membangun kepuasan konsumennya secara maksimal, dapat di lihat dari fluktuasi jumlah pengunjung yang terjadi setiap bulannya. Jika kepuasan pengunjung belum maksimal maka akan menurunkan minat pengunjung untuk mengunjungi Hairos Waterpark.

Nilai pelanggan terhadap Hairos Waterpark juga masih bisa di katakan belum maksimal, masi banyak pengunjung yang mengeluh akan harga tiket masuk

yang diterapkan oleh Hairos Waterpark. Dengan harga tiket masuk yang diterapkan oleh pihak Hairos Waterpark masih belum mampu memenuhi harapan pengunjung dalam menikmati fasilitas yang disediakan, dikarenakan masih banyak fasilitas yang harus dibayar jika ingin menggunakannya seperti pondok dan tikar. Selain itu kesiapan pegawai pihak Hairos Waterpark dalam melayani pengunjung terkesan belum maksimal, hal ini akan menyebabkan nilai yang negatif terhadap performa jasa yang diberikan oleh pihak Hairos Waterpark. Jika nilai pelanggan bersifat negatif maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen, artinya jika nilai pelanggan bersifat negatif maka kepuasan konsumen belum bisa terpenuhi, hal ini bisa menyebabkan pengunjung enggan untuk berkunjung kembali dan minat pengunjung untuk mengunjungi Hairos Waterpark menjadi rendah.

Hal ini menuntut pihak Hairos Waterpark Medan harus lebih memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan dan minat kunjungan wisatawan, terutama dari sisi kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Agar dapat bersaing dengan pesaingnya dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung, karena kenaikan dan penurunan jumlah wisatawan yang terlalu drastis tidaklah baik bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas, maka hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk membahas lebih jauh dengan memilih judul :

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Hairos Waterpark Medan”.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah mengukur sejauh mana kepuasan pengunjung melalui kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan yang diberikan Tempat Wisata Hairos Waterpark Medan. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Fluktuasi jumlah pengunjung disebabkan oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh tempat wisata Hairos Waterpark masih belum maksimal
2. Nilai pelanggan dirasakan kurang maksimal disinyalir disebabkan oleh kualitas pelayanan yang masih rendah
3. Kualitas Pelayanan dan nilai pelanggan yang rendah menyebabkan kepuasan pengunjung relatif belum maksimal

1.3 Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah diatas untuk membatasi ruang lingkup permasalahan agar kegiatan penelitian terarah dan tidak meluas, maka permasalahan dibatasi hanya pada variabel yang diteliti saja yaitu : pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pengunjung Tempat Wisata Hairos Waterpark Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung tempat wisata Hairos Waterpark Medan ?
2. Apakah terdapat pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pengunjung tempat wisata Hairos Waterpark Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pengunjung Tempat Wisata Hairos Waterpark Medan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung tempat wisata Hairos Waterpark Medan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pengunjung tempat wisata Hairos Waterpark Medan.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pengunjung tempat wisata Hairos Waterpark Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun manfaat penelitian dibagi menjadi dua yaitu :

1. Manfaat Akademik

a. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh di saat perkuliahan pada kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas pandangan terutama menyangkut masalah kualitas pelayanan dan nilai pelanggan serta kepuasan konsumen yang berkaitan erat dengan manajemen pemasaran

b. Bagi UNIMED

Menambah literature kepustakaan dibidang pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen.

c. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi dan informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan.

2. Manfaat Praktis Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam pengambilan keputusan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan kepada pengunjung serta dapat menyempurnakan kebijakan pemasaran.