

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis di semua sektor telah mengalami persaingan yang semakin ketat, setiap perusahaan melakukan strategi bisnisnya masing-masing agar bisa bertahan dan tetap eksis dikalangan para konsumennya, dengan melakukan perancangan strategi bisnis yang tepat dan maksimal diharapkan mampu menjadikan perusahaan semakin memperluas jangkuan dan tujuan perusahaan bisa tercapai. Salah satu hal penting yang perlu diperhatikan agar tujuan awal didirikannya perusahaan dapat tercapai yakni dengan memaksimalkan sumberdaya manusia dan strategi pemasaran yang tepat, kini perusahaan dihadapkan dengan kondisi perekonomian global yang tidak menentu, sehingga perusahaan juga harus mengelola keuangan sebaik mungkin, persaingan antar perusahaan kini terjadi pada bisnis di sektor pariwisata, perusahaan harus melakukan inovasi yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Pariwisata merupakan salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran sebuah negara, pembangunan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi yang signifikan bagi suatu negara (Utama, 2017:6). Pariwisata merupakan suatu perjalanan untuk memenuhi rasa ingin tahu dari individu untuk mengetahui daya tarik dari suatu obyek wisata (Sondakh & Tumbel, 2016:281). Ketika pariwisata direncanakan dengan baik, mestinya akan

dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada sebuah destinasi.

Meningkatnya mobilitas dan berbagai kegiatan ekonomi masyarakat belakangan ini secara tidak langsung meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan kegiatan pariwisata, hal ini dilakukan sebagai penghilang penat setelah berbagai rutinitas yang telah dilaluinya setiap harinya. Kegiatan pariwisata merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan objek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya serta peninggalan sejarah dan purbakala.

Industri pariwisata menjadi salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini, untuk itu kebijakan pengembangan sektor pariwisata daerah haruslah memperhitungkan secara cermat baik dampak positif maupun negatifnya. Peran pemerintah daerah sebagai inisiator, motivator, dan fasilitator sangat menentukan keberhasilan pengembangan pariwisata, dalam menjalankan bisnis sektor pariwisata diperlukan strategi bisnis yang tepat dalam menentukan kualitas layanan, lokasi dan harga yang terjangkau bagi konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan manfaat dan rasa puas dari berwisata.

Kotler dan Keller (2013:32) mengemukakan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara

persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapanharapannya (Tjiptono 2011:146). Muntita Elia Putri (2020:63) mengemukakan kepuasan pengunjung adalah respon emosional atau kognitif, respon tersebut melibatkan tujuan tertentu meliputi ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, serta respon tersebut berlaku pada waktu tertentu atau setelah mengonsumsi dan memilih barang atau jasa yang bersumber pada pengetahuan akumulatif.

Kotler & Armstrong (2012:36) menyatakan kepuasan pengunjung adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan. Dalam hal ini kepuasan pengunjung menentukan berhasil atau tidaknya strategi yang dilakukan oleh pengelola wisata dalam memberikan layanan semaksimal mungkin, sehingga pengelola dapat melakukan evaluasi pada bagian-bagian yang perlu diperbaiki.

Kualitas layanan menurut Kotler dan Keller (2013:153) adalah totalitas fiktur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara tidak langsung. Kualitas layanan merupakan perbandingan antara persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan (Lupiyoadi, 2013:234). Jika kenyataannya sama atau lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan. Sebaliknya, jika kenyataannya kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

Albabneh (2014:165) berpendapat kualitas layanan adalah gambaran dari sejauh mana layanan yang diberikan

oleh perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Sedangkan menurut Kalebos (2016:394) kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan.

Lokasi menurut (Swastha, 2014:21) merupakan tempat dimana suatu usaha aktivitas usaha dilakukan. Terkait dengan lokasi maka faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak dilihat dari akses, lalu lintas, visibilitas, fasilitas, dan lingkungan. Ririn T Ratnasari dan Mastuti H Aksa (2011:55) lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan. Pemilihan lokasi suatu bisnis pariwisata menjadi pertimbangan yang sangat penting. Lokasi memegang peran penting dalam melakukan usaha, karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (*aksesibilitas*), aman dan tersedianya tempat parkir yang laus, pada umumnya lebih disukai konsumen. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin.

Kasmir (2009:129) lokasi yaitu Tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Lokasi merupakan aspek penting dalam saluran distribusi, lokasi yang baik dapat menjamin tersedianya akses yang cepat, yang dapat menarik sebagian besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja (Utami, 2010:249). Lokasi itu sendiri merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk atau jasa melalui tempat atau lokasi yang tepat (Levy, 2007:213).

Harga menurut Tjiptono (2014:193) dapat diartikan sebagai jumlah uang atau satuan moneter dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Pongoh (2013:88) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya. Kotler dan Keller (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan.

Penetapan harga sangat berperan penting dalam keputusan berkunjung. Harga yang ditawarkan oleh sebuah produk atau jasa juga sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan apakah mereka tertarik atau tidak, karena harga merupakan hal yang paling sensitif bagi konsumen. Mahal atau tidaknya harga tersebut bisa di nilai sendiri oleh para konsumen karena kebutuhan dari konsumen itu berbeda-beda akan tetapi konsumen

cenderung lebih tertarik kepada harga yang relative murah (Kriswanto, 2011:65). Menurut Fajar Laksana (2008:105) harga ialah jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa.

Salah satu tempat wisata yang bernama Lontar Sewu berada di Desa Hendrosari, Kec. Menganti, Kab. Gresik, Provinsi Jawa Timur saat ini tengah menjadi buah bibir di masyarakat, tempat wisata ini memanfaatkan keindahan alam yang masih alami dan suasana pedesaan yang sangat kental dapat dirasakan oleh para wisatawan saat berkunjung ke tempat ini, setiap hari selalu ada pengunjung di wisata Lontar Sewu, penyebabnya ialah lokasi wisata yang berada dekat dengan perbatasan antara Kabupaten Gresik dan Kota Surabaya, di dalam wisata Lontar Sewu disediakan fasilitas layanan yang beragam seperti wahana bermain, tempat swafoto, kafe dan tempat ibadah. Harga tiket masuk yang ditawarkan juga cukup terjangkau, sehingga menambah antusiasme masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata Lontar Sewu. Pengelola wisata Lontar Sewu sangat memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada para pengunjung baik pada saat mau memasuki area wisata maupun pada saat didalam tempat wisata Lontar Sewu, dengan kualitas layanan yang diberikan pihak pengelola diharapkan mampu memberikan rasa puas kepada para pengunjung.

Sesuai fenomena dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA LONTAR SEWU DI GRESIK”**.

1.2 Rumusan Masalah:

Berdasarkan fenomena di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik?
4. Apakah kualitas layanan, lokasi dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Adapun manfaat tersebut antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran. Khususnya dalam hal mengetahui pengaruh kualitas layanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya perusahaan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik.

2) Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh kualitas layanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pengunjung wisata Lontar Sewu di Gresik serta dapat mempraktekkan teori yang selama ini penulis dapatkan dibangku kuliah pada keadaan yang sebenarnya pada perusahaan.

3) Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mencetak calon-calon sarjana sesuai dengan bidangnya, maka

kegiatan penelitian melalui mahasiswanya merupakan bentuk kepedulian dan pengabdian.

4) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)