# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## Latar Belakang Penelitian

Pandemi Covid-19 mendorong sejumlah Negara di dunia untuk melakukan pembatasan wilayah dan larangan perjalanan untuk meredam penyebaran virus corona. Dampak virus ini bukan hanya dirasakan oleh Cina tetapi sudah menjangkau lebih dari 180 negara yang tersebar di semua benua, ditambah dengan dampak sosial, ekonomi, pendidikan dan dampak perubahan perilaku dan gaya hidup yang diakibatkan oleh mikroorganisme yang tak kasat mata ini. Dalam bidang ekonomi, dampak yang lebih besar akan sangat terasa oleh masyarakat, terlebih dalam sektor pariwisata mengalami hal yang sama. Data badan pusat statistic menunjukkan dampak disrupsi pandemic Covid-19 terhadap sektor pariwisata nasional, dimana jumlah wisatawan asing turun 45 persen dari 5 juta kunjungan pada periode Januari hingga April 2019 merosot menjadi hanya 2,8 juta kunjungan selama Januari hingga April 2020. Sektor pariwisata akan mengalami perubahan tren, dimana penerapan standar protocol kesehatan dan standar keamanan muncul akibat pola perilaku baru di masyarakat yang lebih mengutamakan kesehatan dan keselamatan.

Sektor Pariwisata merupakan salah satu potensi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini terbukti dengan bertambahnya devisa Negara setiap tahunnya dengan meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara. Selain itu sektor pariwisata berperan penting dalam hal mengurangi jumlah pengangguran serta mampu meningkatkan produktivitas suatu Negara. Adapun tujuan dari peningkatan sektor pariwisata tersebut yaitu untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga akan memberikan dampak pada kesejahteraan masyarakat itu sendiri dan dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi di suatu daerah.

Dalam hal ini pembangunan sektor pariwisata di salah satu daerah akan berdampak pada masyarakat karena hal tersebut merupakan peluang besar untuk terciptanya lapangan kerja sehingga bisa meningkatkan pendapatan dari setiap masyarakat. Dengan begitu pembangunan pariwisata di suatu daerah sangat perlu untuk merangsang pertumbuhan industri pariwisata dan bisa menjadi penambah destinasi wisata di daerah tersebut.

Destinasi wisata di Indonesia yang ditawarkan sangat beragam seperti wisata alam, wisata budaya, wisata religi, wisata bahari dan wisata air. Destinasi wisata tersebut dapat kita jumpai di berbagai daerah karena setiap daerah memiliki tempat wisatanya sendiri dengan keunikannya masing masing, sehingga bisa menarik para pengunjung untuk menjelajahi tempat wisata tersebut. Seperti halnya wisata air mampu menarik perhatian para pengunjung karena banyak menawarkan fasilitas di bandingkan dengan tempat wisata lainnya. Daya tarik wisata air terhadap para pengunjung sangat besar terlebih dari fasilitas yang ditawarkan sangat banyak.

Wahana wisata air merupakan bagian dari suatu tempat rekreasi yang sangat diminati oleh para pengunjung. Diantara beberapa wahana wisata air tersebut, waterpark merupakan salah satu wahana favorit karena Waterpark merupakan tempat wisata yang sarana utamanya adalah air dan didalamnya terdapat berbagai wahana menarik seperti kolam renang anak-anak, kolam renang dewasa, kolam arus dan seluncuran air.

Seiring dengan peningkatan dan perkembangan pariwisata saat ini, Waterpark dapat kita jumpai di berbagai wilayah di indonesia yang masing-masing mempunyai fasilitas yang sangat menarik perhatian para pengunjung untuk dapat langsung menikmati dari setiap wahana yang terdapat di dalam waterpark tersebut. Didirikannya waterpark di setiap derah tentunya tidak terlepas dari persaingan yang begitu ketat diantara para pelaku usaha khususnya wisata air Waterpark. Keberhasilan suatu perusahaan tidak akan terlepas dari kegiatan pemasaran yang dapat menunjang untuk mencapai kesuksesan. Dampak dari persaingan yang begitu ketat tentunya setiap pelaku usaha dituntut untuk melakukan strategi pemasaran yang dapat mempertahankan dan mengembangkan pasar dan juga bisa menjadikan usahanya lebih dikenal masyarakat dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen dan lebih meningkatkan layanan kepada konsumen.

Konsep pemasaran dapat dilihat dari perusahaan atau pelaku usaha kreatif yang dapat mengembangkan strategi pemasaran agar tercapainya sasaran yang diharapkan untuk dapat memuaskan keinginan konsumen dengan menciptakan dan menawarkan sesuatu yang bernilai satu sama lain. Dalam memenuhi kepuasan konsumen perusahaan wajib membuat Strategi pemasaran sehingga dapat memenangkan persaingan pasar.

Strategi pemasaran yang efektif dapat dibuktikan dengan peningkatan konsumen yang begitu cepat. Dalam penyusunan staretegi pemasaran perusahaan harus mempertimbangkan program periklanan dan perlu adanya evaluasi terhadap kegiatan promosi yang dilakukan antara perusahaan dan konsumen. Kegiatan periklanan dan promosi sangat penting dalam menjalankan strategi pemasaran karena hal tersebut merupakan media komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Dengan adanya kegiatan tersebut dapat memudahkan konsumen untuk mengetahui dan mendapatkan informasi tentang tempat wisata waterpark.

Seiring dengan kemajuan tekhnologi saat ini, keberadaan internet sangat membantu dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Interaksi antara individu tanpa batasan jarak dapat dilakukan melalui bantuan internet. Dengan kemajuan tekhnologi tersebut banyak yang menjadikan internet untuk berbagai kebutuhan seperti hiburan, permainan, informasi dan juga sebagai media promosi. Melihat perkembangan tekhnologi saat ini, kegiatan periklanan dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan mengalami pergeseran, dimana dalam hal ini banyak perusahaan yang telah beralih dari media cetak dan elektronik beralih ke promosi melalui internet yang salah satunya adalah media social. Media social seperti Instagram dan facebook dijadikan sebagai media promosi bagi para perusahaan untuk mempromosikan usahanya melalui postingan-postingan yang merupakan fitur dari media sosial tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus efektif dan maksimal dalam membuat strategi pemasaran sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terealisasikan. Tercapainya kebutuhan dan keinginan konsumen tentunya tidak terlepas dari perubahan cara perusahaan dalam melayani konsumen dan menangani pesaing. Pertimbangan bahwa konsumen merupakan aset penting dalam pasar tentunya sangat perlu bagi suatu perusahaan. Keberadaan para konsumen akan memberikan dampak pada pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri. Sehingga tercapainya kepuasan konsumen dapat menunjukan pada perusahaan apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

Perkembangan tekhnologi menciptakan keanekaragaman dalam memasarkan dan mempromosikan suatu barang atau jasa melalui media social.Dengan adanya media social juga memungkinkan para pelaku usaha utuk berkomunikasi dengan konsumen dan calon konsumen. Kegiatan pemasaran dapat melalui media social khususnya instagram dan facebook, karena kedua media social tersebut telah menjadi platform bagi para konsumen saat menghabiskan waktunya secara online. Instagram dan facebook merupakan media social yang terdapat fitur mengunggah dan membagikan foto maupun video secara online.Dengan begitu dapat mempermudah para pelaku usaha untuk mempromosikan produk maupun jasanya kepada konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian dari perusahaan untuk mengetahui apakah keinginan, harapan, dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Selain itu juga kepuasan konsumen merupakan tolak ukur apakah kualitas yang ditawarkan telah memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen sehingga dapat mencerminkan perusahaan yang telah mampu membuktikan loyalitas bagi konsumen. Terciptanya kepuasan pelanggan tentunya memberikan investasi jangka panjang bagi perusahaan, diantaranya yaitu adanya hubungan harmonis antara perusahaan dan konsumen, memberikan kesan baik terhadap konsumen untuk kembali berkunjung, dan sebagai bentuk rekomendasi dari konsumen yang dapat menguntungkan perusahaan. Adapun faktor-faktor yang perlu ditingkatkan untuk mendapatkan kepuasan konsumen yaitu jumlah karyawan yang cukup dalam melakukan pelayanan kepada konsumen dan keandalan karyawan dalam malayani konsumen.

Salah satu provinsi yang memiliki destinasi wisata adalah daerah Gorontalo. Beberapa destinasi wisata yang bisa dikunjungi didaerah Gorontalo seperti pulo cinta, danau limboto, pulo saronde dan masih banyak lagi destinasi wisata yang terkenal lainnya. Destinasi wisata dibuat untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ketempat tersebut. Selain itu, dengan adanya destinasi wisata dapat meningkatkan perekonomian di daerah tersebut. Semakin banyak wisatawan yang datang maka akan semakin bagus nilai dari destinasi wisata tersebut.

Destinasi wisata lainnya yang ada di provinsi Gorontalo adalah Waterboom Tiara Park. Tiara waterpark adalah salah satu wahana wisata air yang digemari banyak kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa. Waterboom Tiara Park ini terletak di dekat daerah perkotaan sehingga diharapkan banyak pengunjung yang berkunjung di tempat tersebut terutama pada akhir pecan/libur.

Tiara waterpark berada di Jl. Rusli Datau, Dulomo Selatan, Kota Utara dan telah beroperasi sejak tahun 2013 sampai dengan sekarang. Tiara waterpark merupakan destinasi wisata pertama di kota Gorontalo dan memiliki wahana air yang menarik untuk dikunjungi. Tiara waterpark memiliki luas tanah kurang lebih 3 ha dan dilengkapi dengan berbagai wahana seperti kolam renang, garden park, bola balon, kebun binatang kecil, kora-kora dan sepeda air. Selain itu juga terdapat Rumah Makan Dapur Gorontalo, tempat Gym dan tempat karaoke yang berada di lokasi yang sama dengan Tiara waterpark. Untuk pengunjung yang membawa kendaraan telah disiapkan area parker yang sangat luas bahkan dapat menampung puluhan mobil. Harga tiket untuk masuk ke Tiara waterpark yakni Rp. 20.000. Adapun jumlah karyawan yang terdapat di Tiara park sebanyak 7 orang.

Dengan banyaknya fasilitas sarana dan prasarana yang ditawarkan di Waterboom Tiara Park tidak membuat banyak pengunjung datang ke tempat wisata ini. Hal ini dikarenakan sudah banyak destinasi wisata yang ditawarkan didaerah Gorontalo dan lebih menarik untuk dikunjungi. Selain itu, kondisi fasilitas serta pelayananmya juga merupakan faktor yang membuat orang-orang enggan untuk datang ke tempat ini. sehingga diperlukan sebuah strategi pemasaran untuk meningkatkan kualitas dari tempat wisata ini.

Dalam meningkatkan pelayanan kepada pengunjung, Waterboom Tiara melakukan pengoptimalan terhadap sarana prasarana yang tersedia. Pengoptimalan sarana prasarana tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat sehingga dapat bersaing dengan tempat wisata lainnya. Sarana prasarana yang terdapat di waterboom tiara merupakan fasilitas yang disediakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Sarana prasarana tersebut masih terbatas pada peningkatan pelayanan terhadap pengunjung karena belum dilengkapi dengan tempat penginapan dan tempat kuliner yang memadai. Ketidaktersediaan fasilitas penginapan dan rumah makan dikarenakan area waterboom tidak terlalu luas untuk pembangunan kedua sarana tersebut. Namun waterboom Tiara dekat dengan beberapa penginapan dan hotel di Kota Gorontalo. Berdasarkan kajian literature yang ditemukan dalam penelitian Optimalisasi Sarana Prasarana Water Park Tiara Kota Gorontalo yang dilakukan oleh Bambang Suharto dan Lisna Bantulu ditemui bahwa kendala optimalisasi sarana prasarana adalah pembiayaan, tenaga ahli dalam pemeliharaan serta kurangnya kesadaran pengunjung untuk merawat, memelihara dan menjaga keamanan sarana prasarana yang terdapat di waterboom tiara.

Berdasarkan hasil pengamatan awal atau survei oleh peneliti yang dilakukan di Waterboom Tiara Park terdapat masalah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen yaitu:

1. Sikap atau keinginan untuk mengunjungi tempat wisata: fasilitas dan pelayanan yang terpenuhi akan berdampak pada pengujungan kembali dari pengunjung wisata waterboom tiarapark. Berdasarkan penjabaran dari Rondonuwu (2013) bahwa salah satu indikator kepuasan konsumen adalah sikap atau keinginan untuk menggunakan produk atau jasa. Berkaitan dengan hal itu, seperti yang dijelaskan pada salah satu indikator bauran pemasaranya yaitu physical evidence yang merupakan bukti dalam mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.Contohnya seperti tidak adanya perbaikan dari pihak waterboom terhadap beberapa fasilitas wahana bermain anak-anak.

**Tabel 1.1**

**Rekapan Kunjungan Waterboom Tiara Park Gorontalo**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Bulan | Daftar Pengunjung | Banyaknya pengunjung |
| 1. | September | Anak-anak  Remaja  Dewasa | 73  165  111 |
| 2. | Oktober | Anak-anak  Remaja  Dewasa | 76  159  121 |
| 3. | November | Anak-anak  Remaja  Dewasa | 67  108  110 |
| 4. | Desember | Anak-anak  Remaja  Dewasa | 65  120  115 |
| 5. | Januari | Anak-anak  Remaja  Dewasa | 85  99  80 |
| 6. | Februari | Anak-anak  Remaja  Dewasa | 54  94  103 |

Sumber: Arsip Tiara Park

1. Merekomendasikan kepada pihak lain: pelanggan yang mendapat kepuasan dalam menggunakan produk dan jasa pastinya bisa menjadi dampak yang baik untuk suatu tempat wisata yaitu dapat menciptakan pelanggan baru karena pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada pihak lainnya. Contohnya seperti ketidakstabilan dari pengunjung waterboom tiara park akibat dari fasilitas yang ditawarkan terdapat beberapa yang sudah tidak berfungsi.

Permasalahan tersebut disebabkan karena belum terpenuhinya aspek aspek dari bauran pemasaran jasa *(marketing mix)* di Waterboom Tiara Park seperti:

1. *Phsycal evidence* (bukti fisik): terdapat beberapa wahana yang sudah tidak difungsikan lagi seperti wahanakora-kora, bianglala mini, motor RTV, dan perahu bebek. Selain itu kurangnya pengoptimalisasian fungsi pada kamar bilas dan toilet.
2. *Place* (lokasi/tempat): pemilihan lokasi atau tempat dari Waterboom Tiara Park yang kurang strategis karena lokasi tersebut berada dijalan yang cukup sempit baik untuk motor maupun mobil.

Kedua hal tersebut merupakan indikator dari bauran pemasaran jasa yang harus dioptimalkan oleh setiap pemilik usaha. Ketika bauran pemasaran jasa tersebut tidak berjalan dengan baik, maka akan berdampak pada kepuasan konsumen dari Waterboom Tiara Park itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut penulis tertarik untuk menganalisis bauran pemasaran dari waterboom tiara park yang hasilnya akan dituangkan kedalam bentuk skripsi dengan judul **‘’PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WATERBOOM TIARA PARK’’**

## Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Gambaran Umum Waterboom Tiara Park Gorontalo?
2. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran jasa yang diterapkan pada Waterboom Tiara Park Gorontalo?
3. Bagaimana kondisi kepuasan konsumen Waterboom Tiara Park Gorontalo?
4. Seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa yang diterapkan terhadap kepuasan konsumen pada Waterboom Tiara Park Gorontalo?
5. Apa saja hambatan-hambatan yg dihadapi dalam pelaksanaan bauran pemasaran jasa dan usaha mengatasi hambatan pada Waterboom Tiara Park Gorontalo?

## Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran umum Waterboom Tiara Park Gorontalo.
2. Untuk mengetahui bauran pemasaran jasa yang diterapkan pada Waterboom Tiara Park Gorontalo saat ini.
3. Untuk mengetahui kondisi kepuasan konsumen Waterboom Tiara Park Gorontalo.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa yang diterapkan terhadap kepuasan konsumen pada Waterboom Tiara Park Gorontalo.
5. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan bauran pemasaran jasa dan usaha mengatasi hambatan pada Waterboom Tiara Park Gorontalo.

## Kegunaan Penelitian

1. Secara teori

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya mengenal bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat dijadikan perbandingan dalam penelitian serupa.

1. Secara praktis
2. Bagi penulis, diharapkan dapat menerapkan ilmu tersebut secara langsung pada bidang yang ditekuni sehingga dapat membandingkan antara teori yang selama ini di dapat dalam perkuliahan dengan praktek di lapangan.
3. Bagi usaha yang diteliti yaitu Waterboom Tiara Park diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat dalam menetapkan bauran pemasaran jasa kepada konsumen. Penelitian ini secara khusus dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak perusahaan terkait dengan bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen.
4. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi baik secara langsung maupun tidak langsung bagi perkembangan permasalahan sejenis yang diteliti.

## Lokasi dan Lamanya Penelitian

1. Lokasi Penelitian:

Penelitian ini dilakukan di Waterboom Tiara Park Gorontalo yang beralamat di Jl. Rusli Datau, Dulomo Selatan, Kota Utara, Kota Gorontalo.

1. Lamanya penelitian:

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan September sampai bulan Desember.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tabel 1. 2 Jadwal Kegiatan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **NO** | **KETERANGAN** | | **TAHUN 2021** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **SEPTEMBER** | | | | **OKTOBER** | | | | **NOVEMBER** | | | | **DESEMBER** | | | | **JANUARI** | | | | **FEBRUARI** | | | |
|  |  | | **1** | **2** | **3** |  | **1** | **2** | **3** | **4** |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **2** | **3** | **4** |  | **2** | **3** | **4** |
| **TAHAP PENYUSUNAN** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **Penjajagan** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** | **Studi kepustakaan** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** | **Pengajuan judul** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4** | **Penyusunan (usulan penelitian)** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5** | **Seminar (Usulan penelitian)** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6** | **Perbaikan seminar up** | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **TAHAP PENELITIAN** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | | **Pengumpulan data:** |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | 1. **Observasi** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | 1. **Wawancara** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | 1. **Dokumentasi** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | 1. **Studi pustaka** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** | | **Pengolahan data** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** | | **Analisis Data** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **TAHAP PENYUSUNAN** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | | **Pembuatan laporan** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2** | | **Sidang skripsi** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3** | | **Perbaikan hasil sidang** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |