

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi suatu fenomena yang tidak dapat dihindari dalam perkembangan perekonomian dunia adalah proses integrasi di bidang ekonomi, sosial, dan budaya ini membawa dampak yang signifikan, baik bersifat positif maupun negatif, terhadap berbagai aspek di kehidupan masyarakat. Dalam ranah ekonomi, globalisasi membuka peluang baru sekaligus menghadirkan tantangan yang kompleks bagi negara-negara berkembang termasuk di Indonesia. Salah satu dampak positif dari globalisasi adalah peningkatan dalam perdagangan internasional. Indonesia, sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam mengalami peningkatan yang cepat dalam memberi akses bagi produk/jasa domestik untuk memasuki pasar internasional, hal ini juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, masuknya investasi asing langsung atau *Foreign Direct Investment (FDI)* adalah bentuk investasi di mana individu atau perusahaan dari satu negara berinvestasi langsung di Indonesia atau perusahaan yang berada di negara lain. Hal ini digunakan karena keterlibatan pembelian atau pembangunan fasilitas produksi, pengembangan infrastruktur, atau akuisisi perusahaan lokal juga menjadi indikator positif untuk menciptakan lapangan kerja dan membawa teknologi untuk pengetahuan baru yang sangat penting bagi Indonesia.

Perusahaan bisnis menjadi suatu entitas yang didirikan untuk memproduksi dan mendistribusikan barang atau jasa dengan tujuan utama yaitu untuk meraih

keuntungan, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan lapangan kerja yang merata. Dalam era globalisasi yang semakin cepat, perusahaan dituntut untuk dapat beradaptasi dengan perubahan pasar, teknologi, dan keinginan konsumen.

Strategi pemasaran yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan daya saing baik itu di pasar domestik maupun internasional. Namun, mereka juga harus menghadapi tantangan lainnya seperti persaingan yang ketat, ketergantungan pada sumber daya eksternal, dan fluktuasi ekonomi global. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang dinamika pasar dan penerapan kebijakan yang tepat menjadi kunci bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis.

Jenis perusahaan jasa suatu bisnis yang berfokus pada penyediaan layanan memiliki peranan yang penting dalam perekonomian kontemporer. Hal ini menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan layanan yang berkualitas baik, seperti pendidikan, kesehatan, transportasi, teknologi informasi, dan sektor perusahaan jasa mengalami pertumbuhan pesat serta menjadi salah satu sektor yang paling dinamis. Keberhasilan perusahaan jasa sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam memenuhi ekspektasi konsumen melalui inovasi dan pelayanan yang berkualitas. Selain itu, perusahaan sering kali menghadapi tantangan dalam manajemen sumber daya manusia dan menjaga kepuasan konsumen, karena kualitas layanan dipengaruhi oleh interaksi antara karyawan dan konsumen. Perusahaan jasa juga dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan pasar untuk dapat memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan layanan mereka.

Memainkan peran krusial terhadap dampak perekonomian dunia, sektor pariwisata mempengaruhi pendapatan negara dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia. Kehadiran wisatawan asing tidak hanya meningkatkan penerimaan devisa, tetapi juga mendorong pertumbuhan sektor-sektor terkait, seperti perhotelan, tempat rekreasi, dan kuliner. Pertumbuhan sektor ini berpotensi menurunkan tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas. Namun di sisi lain, sektor pariwisata juga menghadapi berbagai tantangan, seperti ketergantungan ekonomi yang tinggi dan dampak negatif terhadap lingkungan serta budaya lokal. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab untuk dapat memanfaatkan ekonomi yang dapat dirasakan secara merata tanpa mengorbankan nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat.

Dalam hal ini, pengembangan agribisnis di Indonesia diharapkan dapat memberikan kontribusi baik untuk memajukan pertumbuhan ekonomi, dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia dan mengintegrasikan manajemen yang efektif, karena sektor agribisnis berpengaruh besar sebagai penggerak utama pembangunan baik di tingkat daerah maupun nasional, serta mendukung upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan.

AW Strawberry didirikan pada tahun 2004 sebagai destinasi wisata yang pada awalnya pembangunan objek ini hanya untuk memetik buah Strawberry dengan kebun seluas 2 hektare. Tempat ini telah menarik banyak konsumen, terutama bagi keluarga yang ingin menikmati aktivitas di luar ruangan. Seiring berjalannya waktu pertumbuhan jumlah konsumen terus meningkat setiap tahun, kemudian di tahun 2010 pendiri AW Strawberry memutuskan untuk mengembangkan fasilitas dengan menambah kolam renang. Keputusan tersebut diambil karena saat itu, di kawasan

Pacet Joglo belum memiliki rekreasi tempat wisata yang unik, sehingga kolam renang menjadi penambah daya tarik untuk pengalaman konsumen. Terletak cukup jauh dari pusat kota Bandung, AW Strawberry menjadi pilihan ideal bagi masyarakat yang ingin menikmati suasana alam sejuk dan asri. Sebagai tempat rekreasi keluarga, AW Strawberry menyediakan berbagai fasilitas yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai kalangan usia. Fasilitas tersebut mencakup kolam renang untuk anak-anak dan dewasa, *waterboom* dengan berbagai wahana air, *playground*, tempat makan dan kantin yang menawarkan beragam pilihan kuliner. Selain itu juga terdapat kolam ikan, area pemancingan, dan mushola serta kamar mandi. Tempat yang disediakan dapat digunakan untuk mengadakan acara seperti *gathering* atau pertemuan keluarga, komunitas besar maupun kecil. Di AW Strawberry banyak sekali spot foto menarik bagi konsumen yang ingin mengabadikan momen berharga.

Memahami berbagai segmen target konsumen, pihak pengelola menyesuaikan penawaran dan strategi pemasaran agar dapat memenuhi kebutuhan masing-masing konsumen. Untuk target konsumen kolam renang di AW Strawberry yaitu sebagai berikut:

1. keluarga biasanya mencari tempat untuk bersantai bermain bersama anak-anak.
2. Individu atau Atlet yang sudah terbiasa berlatih untuk kompetisi atau hal lain dan dijadikan olahraga khusus oleh mereka.
3. Pecinta rekreasi yang tujuannya yaitu sebagai tempat rekreasi atau relaksasi serta cenderung mencari suasana yang nyaman dengan area santai dan menikmati makanan.

Berdasarkan hasil peninjauan, peneliti melihat bahwa perusahaan ini sedang menghadapi permasalahan terkait kepuasan konsumen. Hal ini dapat diamati dari indikator kepuasan konsumen sebagai berikut:

### 1. Ketersediaan Untuk Merekomendasi (Y)

Dalam kasus jasa memberikan rekomendasi kepada orang lain sangat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi terhadap sebuah tempat wisata. Konsumen yang datang ke AW Strawberry sebagian besar adalah konsumen yang memiliki informasi pribadi. Kebanyakan tidak merekomendasikan AW Strawberry karena aspek pelayanan yang lambat dan penyediaan fasilitas yang kurang baik. Sehingga menurunnya jumlah konsumen dari tahun ke tahun, tentu saja hal ini menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Untuk lebih jelasnya tentang penurunan konsumen maka dapat dilihat dari tabel berikut ini.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Konsumen AW Strawberry Bulan Januari 2024 – Juni 2024**

No	Bulan	Banyak Konsumen	Selisih
1.	Januari	13.748 orang	-
2.	Februari	12.960 orang	788 orang
3.	Maret	11.879 orang	1.081 orang
4.	April	8.902 orang	2.977 orang
5.	Mei	4.581 orang	4.321 orang
6.	Juni	3.533 orang	1.048 orang
	<b>Jumlah</b>	<b>55.600 orang</b>	<b>10.215 orang</b>

**Sumber: Manajer AW Strawberry, Tahun 2024**

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa penurunan konsumen yang dialami oleh objek wisata AW Strawberry cukup drastis. Di bulan Januari 2024 tercatat konsumen yang datang sebanyak 13.748 orang, kemudian di bulan selanjutnya Februari berjumlah 12.960 orang. Dari 2 bulan pertama di tahun 2024

penurunan jumlah konsumen mencapai 788 orang, di bulan Maret menurun sekitar 1.081 orang, April menurun 2.977 orang, Mei menurun 4.321 orang dan di bulan Juni menurun 1.048 orang. Maka dari data tersebut membuktikan dalam jangka waktu 6 bulan jumlah konsumen yang datang ke objek mencapai 55.600 orang dengan jumlah angka penurunan konsumen sebanyak 10.215 orang. Pihak mengelola merasa khawatir dengan keadaan yang terus menurun akibat keluhan konsumen atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan.

Penurunan kepuasan konsumen di atas diduga berkenaan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas terutama yang menyangkut indikator sebagai berikut:

### 1. *Responsiveness* (Daya Tanggap) ( $X_1$ )

Ditandai dari kemampuan dalam merespons konsumen dengan baik, disertai dengan respon secara cermat, cepat, dan tepat. Namun pelayanan yang diberikan oleh AW Strawberry terkait hal ini masih kurang, karena konsumen merasa harus menunggu lama saat membeli tiket dengan antrian yang tidak beraturan.

**Tabel 1.2**  
**Data Keluhan Konsumen AW Strawberry Bulan April 2024 – Juni 2024**

No	Bulan	Jenis Keluhan	Banyak Konsumen
1.	April	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsumen menunggu lama saat pembelian tiket</li> <li>Fasilitas umum toilet kurang memadai</li> </ul>	70 orang 24 orang
2.	Mei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kualitas air kolam renang kurang bersih</li> <li>Ketersediaan menu makanan di kantin kurang lengkap</li> </ul>	29 orang 11 orang
3.	Juni	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fasilitas umum <i>playground</i> kotor</li> </ul>	17 orang
		<b>Jumlah</b>	<b>151 orang</b>

Sumber: Manajer AW Strawberry, Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa keluhan konsumen terkait kualitas dan fasilitas sangat beragam diantaranya pada bulan April sebanyak 70 orang menyatakan menunggu lama saat pembelian tiket dan 24 orang menyatakan fasilitas umum keadaan toilet kurang memadai, di bulan Mei 29 orang menyatakan kualitas air kolam kurang bersih dan 11 orang menyatakan ketersediaan makanan kurang lengkap, kemudian di bulan Juni konsumen menyatakan 17 orang mengeluh atas fasilitas umum *playground* yang tidak terawat atau kotor.

## **2. Kelengkapan Fasilitas (X<sub>2</sub>)**

Fasilitas kolam yang tersedia saat ini cukup bervariasi dan beragam, tetapi terdapat beberapa fasilitas dinilai kurang lengkap, seperti penyediaan ban renang yang tersedia tidak memenuhi kebutuhan konsumen (kurang memadai). Ban renang hanya tersedia 37 unit saja sedangkan yang dibutuhkan konsumen adalah 60 unit ban, karena ban berfungsi sebagai alat penolong bagi konsumen yang tidak bisa berenang secara bebas dan dapat membantu kenyamanan serta keselamatan konsumen terutama untuk anak-anak. Kemudian perahu air sama halnya tidak memenuhi standar konsumen. Diketahui bahwa hanya terdapat 10 unit perahu sementara waktu tunggu penyewaan terbilang cukup lama, banyak konsumen yang mengeluh dan dibutuhkan 20 unit agar tidak terjadi antrian yang membludak. Di samping itu kolam renang dewasa dan anak-anak terdapat kerusakan pada bagian keramik yang retak yang dapat membahayakan mereka saat berenang. Keluhan seperti ini harus dibenahi demi kenyamanan dan kepuasan dalam menikmati layanan yang disediakan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kolam**

## **Renang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Objek Wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung".**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang di angkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum pada objek wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan, fasilitas kolam renang dan kepuasan konsumen pada objek wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas kolam renang terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan secara simultan pada objek wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung?
4. Apa saja hambatan pada kualitas pelayanan dan fasilitas kolam renang pada objek wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung dan upaya apa yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Secara garis besar kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran umum pada objek wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung.
2. Mengetahui bagaimana pelaksanaan kondisi kualitas pelayanan, fasilitas kolam renang dan kepuasan konsumen pada objek wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung.

3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas kolam renang terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan secara simultan pada objek wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung.
4. Untuk mengetahui hambatan apa saja dalam kualitas pelayanan dan fasilitas kolam renang pada objek wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung dan untuk mengetahui upaya mengatasi hambatan tersebut.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian terdiri dari kegunaan teoritis yang berdasarkan pertimbangan konstektual dan kegunaan praktik untuk perbaikan bagi lembaga/instansi yang bersangkutan. Kegunaan penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta memperluas wawasan dalam menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama perkuliahan di jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung dan bagi pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis umumnya, khususnya mengenai pemasaran terutama yang berhubungan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kolam Renang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Objek Wisata AW Strawberry Kabupaten Bandung.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini sangat berguna untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan penyusunan karya ilmiah khususnya kepuasan konsumen, mengenai pemasaran terutama menyangkut Kualitas

Pelayanan Dan Fasilitas Kolam Renang Terhadap Kepuasan Konsumen serta masalah-masalah yang terjadi dalam bisnis tersebut. Peneliti secara langsung dapat menerapkan teori dan membandingkan dengan keadaan atau fakta yang terjadi di lapangan, mengetahui bagaimana kepuasan konsumen itu terjadi di AW Strawberry.

b. Bagi Perusahaan (Pemilik Usaha)

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan baru yang bermanfaat khususnya mengenai kepuasan konsumen.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak lain yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai pemasaran lebih khususnya mengenai kepuasan konsumen.

## **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian akan dilaksanakan kepada konsumen yang berada di AW Strawberry yang berlokasi di Jalan Raya Pacet No. KM. 15, Desa. Resmitinggal, Kecamatan. Kertasari, Kabupaten. Bandung, Provinsi. Jawa Barat, Kode Pos 40386.

### **1.5.2 Lamanya Penelitian**

Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2024 sampai dengan Maret 2025. Penelitian dilaksanakan dalam 3 tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan penyusunan laporan penelitian.

