

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pengunjung serta berusaha memenuhi harapan pengunjung dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Arti perusahaan berkualitas dalam hal ini yakni perusahaan yang mampu meningkatkan kepuasan pengunjung. Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pengunjung merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pengunjung

Bagi bisnis, kepuasan pengunjung dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pengunjung berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu ketidakpuasan pengunjung memunculkan sejumlah resiko, seperti boikot atau protes dari lembaga pengunjung, intervensi pemerintah, reaksi pesaing, dan maraknya produk substitusi baru ke pasar, (Tjiptono, 2010:

284). Kepuasan pengunjung merupakan label yang digunakan oleh pengunjung untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Contohnya bila seorang pengunjung tersenyum saat melihat produk atau jasa yang sedang dipromosikan maka seseorang itu telah merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang dilihat.

Kotler (2009: 188) menyatakan bahwa kepuasan pengunjung adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pengunjung. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pengunjung, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Kepuasan pengunjung menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para pengunjungnya.

Membahas mengenai kepuasan pengunjung maka penelitian ini dilakukan pada Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo. Water boom Tiara Park adalah sebuah wahana rekreasi air atau theme park di Kota Gorontalo, lokasi ini sangat cocok anda kunjungi saat liburan bersama keluarga. Sejak dibuka pada tanggal 25 Desember 2012, TiaraPark menjadi salah satu tempat favorit untuk dikunjungi.

Tiara Park adalah tempat rekreasi di alam terbuka dengan luas lahan lebih kurang 3 ha. Wahananya terdiri dari Kolam Renang, garden park, bola balon, berperahu, kebun binatang kecil, kora-kora, sepeda air dan wahana air lainnya. Water boom tiara park terletak di Kelurahan Wonggaditi Kota Gorontalo. HTM ke lokasi ini adalah Rp.20.000/orang, malam hari pun wahana ini terbuka dengan tiket lebih murah, Rp.10.000/orang untuk masuk. Lokasi ini benar-benar direkomendasikan untuk pengunjung atau masyarakat santai bersama keluarga, teman atau bahkan pasangan special.

Sebagaimana hasil penelusuran penelitian atau observasi awal yang dilakukan ditemukan bahwa terdapat berbagai masalah mengenai kepuasan pengunjung pada Water boom tiara park. Idealnya sebuah tempat wisata dilengkapi dengan fasilitas keselamatan atau tempat bermain yang lengkap, namun kenyatannya berbagai hal krusial ini belum tersedia secara memadai pada Water boom tiara park. Kemudian pengunjung juga cenderung kurang tertarik lagi karena spot wisata pada Water boom tiara park kurang begitu menarik dibandingkan pada kompetitor.

Berbagai masalah mengenai kepuasan tersebut akan membuat tingkat kunjungan masyarakat menjadi menurun. Hal tersebut dibuktikan dengan tabel kunjungan berikut ini:

Tabel 2 : Data Kunjungan Pada Water Boom Tiara Park 2013-2015

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2013	3.124
2	2014	1.921
3	2015	1.434
Total		6.479
Rata-Rata		2.160

Sumber: Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo, 2017

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa selama 3 tahun terakhir terjadi penurunan pengunjung pada Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo. Hal ini menjadi sebuah informasi bahwa konsumen mulai berkurang dalam melakukan kunjungan pada Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo. Sehingga perlunya pembenahan dan inovasi yang dilakukan oleh pihak manajemen pariwisata tersebut. Salah satu cara yang dilakukan yakni dengan diversifikasi yakni dengan menghadirkan bajaj pada Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo namun hal tersebut menuai kontroversi sehingga cara satu-satunya yang perlu dilakukan yakni dengan memantapkan dan mengoptimalkan bauran pemasaran pada Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo.

Salah satu aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung yakni bauran pemasaran atau *marketing mix*. Sebagaimana menurut Kotler (2009: 190) bahwa tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjungnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah pengunjung bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya pengunjung yang didapat merupakan pengunjung yang

produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan pengunjung atau pengunjung.

Salah satu aspek penting dalam bauran pemasaran yakni *Physical evidence*. *Physical evidence* adalah fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan jasa (Tjiptono,2008:78). *Physical evidence* yaitu merupakan suatu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. *Physical evidence* adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan tempat penyediaan jasa serta konsumen berinteraksi, ditambah elemen tangible yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa.

Keterkaitan kedua variabel sebagaimana penjelasan dari Sari dan Oetomo (2015: 5) bahwa bukti fisik suatu perusahaan memegang peranan yang besar pada penyajian pelayanan. *Physical evidence* merupakan bukti fisik dari jasa yang ditawarkan. *Physical evidence* didefinisikan sebagai lingkungan di mana jasa disampaikan dan di mana perusahaan dan konsumen berinteraksi, dan segala komoditas yang bersifat tangible yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi dari layanan tersebut, sehingga dengan optimalisasi hal tersebut maka akan tercipta kepuasan dari pengunjung.

Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya marketing mix yang efektif dan optimal akan berdampak pada kepuasan pengunjung. Banyak temuan masalah yang dapat dilihat oleh peneliti pada observasi awal. Hal tersebut

terlihat dari pelonjakan harga, kemudian banyaknya tempat atau wahana wisata yang kurang berfungsi dengan baik lagi. Kemudian pelayanan yang diberikan juga tidak begitu prima bagi konsumen. Sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa belum optimal bauran atau strategi pemasaran yang dilakukan oleh manajemen Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh *Physical evidence* Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok identifikasi masalah adalah:

1. Jumlah pengunjung selama 3 tahun terakhir terus mengalami penurunan akibat ketidakpuasan pengunjung
2. Bukti fisik sebagai sarana pelayanan masih belum memadai dan terdapat beberapa wahana yang kurang berfungsi dengan optimal.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka perumusan masalah yang dapat dikaji adalah apakah *Physical evidence* berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang dapat dikaji adalah untuk mengetahui pengaruh *Physical evidence* terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat penelitian ini adalah :

1) Manfaat praktis

Sebagaimana manfaat praktis yang diharapkan dalam penelitian ini adalah berupa menjadi bahan masukan bagi saya pribadi ataupun instansi serta memberikan sumbangan pikiran khususnya kepada perusahaan yang menjadi objek penelitian ini, demi kemajuan perusahaan itu sendiri kearah lebih baik.

2) Manfaat teoritis

- a. Bagi peneliti dan pembaca lainnya diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan dan pengetahuan ilmiah mengenai *Physical evidence* terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Tiara Park Kota Gorontalo
- b. Sebagai referensi tambahan bagi pihak-pihak ataupun generasi-generasi berikut yang akan meneliti kasus yang sama.