

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang perekonomian yang semakin memudahkan para pemain industri bisnis untuk mengenalkan kemampuan dalam persaingan di dunia bisnis, dengan perekonomian global ini akan semakin memungkinkan untuk terjadinya suatu kerjasama perdagangan antara negara – negara di seluruh dunia, dalam sektor bisnis ini merupakan peluang yang sangat besar bagi para pembisnis. Dampak globalisasi menyebabkan industri telekomunikasi, transportasi dan pariwisata berkembang dengan cepat. Menurut Koen Meyers (2009) Pariwisata merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain – lain.

Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 10 pasal 1 ayat (1) menyebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pada ayat (4) kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Ayat (6) daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat Daya Tarik Wisata, Fasilitas Umum, Fasilitas Pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Pada ayat (12) menyatakan bahwa Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus diajukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata.

Seiring dengan berkembangnya bisnis industri pariwisata, maka mulai banyak bermunculan tempat pariwisata sebagai tempat, sarana dan prasarana dalam memunculkan sumber daya manusia yang di inginkan. Dengan munculnya pariwisata tersebut dapat memenuhi keinginan masyarakat yang beraneka ragam. Jika masyarakat ingin pergi untuk sementara waktu, mencari kebahagiaan, melihat keindahan, semata – mata untuk memperoleh kesenangan dan kepuasan yaitu pariwisata.

Kegiatan wisata atau rekreasi digunakan masyarakat untuk menghilangkan rasa penat/stres. Pola gaya hidup masyarakat modern saat ini yang semakin padat dalam rutinitasnya, sempitnya waktu membuat banyak orang yang membutuhkan tempat untuk berlibur (wisata) untuk melepaskan kepenatannya dan memperoleh suasana baru yang menyenangkan dan menghibur. Konsumen di ibaratkan seorang raja yang harus dilayani dan di hormati , namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada konsumen

Lamongan merupakan salah satu kabupaten yang terletak di pantai utara Jawa Timur dan sebagai kawasan pesisirnya berupa perbukitan. Formasi ini merupakan kelanjutan dari rangkaian pegunungan kapur utara, dibagian tengah terdapat dataran rendah dan bergelombang dan sebagaian tanah berawa. Sedangkan dibagaian selatan terdapat pegunungan, yang merupakan ujung timur dari pegunungan kendeng, dan bengawan solo mengalir dibagian utara.

Visi Kabupaten Lamongan “Terwujudnya masyarakat Lamongan yang sejahtera, berkeadilan, beretika dan berdaya saing”. Sedangkan Misi Kabupaten Lamongan (1) Mewujudkan Sumber Daya Manusia berdaya saing melalui peningkatan kualitas pelauanan pendidikan dan kesehatan, (2)Mengembangkan perekonomian yang berdaya saing dengan mengoptimalkan potensi daerah, (3) Memantapkan sarana dan prasarana dasar dengan menjaga kelestarian lingkungan, (4) Mewujudkan Reformasi birokrasi bagi pemenuhan pelayanan publik, (5) Memantapkan kehidupan masyarakat yang tentram dan damai dengan menjunjung tinggi budaya lokal. Sumber : <http://www.lamongankab.go.id/blh/visimisi.com> (2016)

Dilihat dari sisi geografis Lamongan sebagai salah satu kota yang berkembang di Jawa Timur juga mengembangkan sektor pariwisata, Menurut sumber dari pemerintah kabupaten lamongan, jumlah wisata di kabupaten Lamongan pada saat ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Daftar Jumlah Wisata di Kabupaten Lamongan

No	Nama Wisata	Alamat
1	Wisata Bahari Lamongan (WBL)	Paciran
2	Maharani Goa Zoo	Paciran
3	Wisata Monumen Van der Wijck	Brondong
4	Pariwisata Religi Makam Sunan Drajat	Drajat, Paciran
5	Pariwisata Religi Makam Sendang Duwur	Sendang, Duwur Paciran
6	Waduk Gondang	Gondang Lor, Lamongan

Sumber : <http://www.eastjava.com/torism/lamongan> (2016)

Dengan adanya tempat – tempat pariwisata tersebut, dapat memberikan manfaat dengan membuka lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan masyarakat maupun pendapatan daerah. Pembangunan potensi kepariwisataan tersebut diupayakan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.

Wisata Bahari Lamongan (WBL) adalah wisata yang berkembang lebih pesat diantara wisata lain yang ada di Kabupaten Lamongan, sehingga wisata ini dapat menarik banyak wisatawan, baik itu wisatawan Lamongan maupun luar kota. Wisata Bahari Lamongan atau sering disebut WBL adalah salah satu tempat rekreasi terbesar yang berada di daerah pesisir utara Pantai Jawa tepatnya masuk daerah kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. Sebelumnya, wisata ini dikenal dengan nama Tanjung Kodok dan berdiri sejak tanggal 14 November Tahun 2004, kemudian dikembangkan menjadi tempat wisata modern karena menggunakan obyek wisata laut dan dunia wisata modern. Sumber (<http://www.wisatabaharilamongan.com>)

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan seorang konsumen (Kotler, 2009 : 45). Wisata Bahari Lamongan siap memanjakan konsumen dengan konsep one stop service mulai jam 08.30 – 16.30 WIB setiap harinya. Didukung pula dengan hadirnya 3 wahana setiap tahunnya. Wisata Bahari Lamongan menyediakan fasilitas seperti Wahana permainan anak yang bermacam – macam, wahana rekreasi pantai, kolam renang, banana boat dan yang lainnya. Selanjutnya pasar wisata, pasar buah, pasar hidangan (tempat makan dan minum), serta fasilitas umum lain seperti mushollah, klinik, ATM, toilet, tempat parkir dan lain sebagainya.

Banyak fasilitas yang disediakan oleh Wisata Bahari Lamongan tetapi tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Faktor lain juga sangat mempengaruhi kepuasan tersebut, diantaranya adalah kualitas layanan, harga dan lokasi. Dari ketiga faktor tersebut juga memiliki keterkaitan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor kualitas layanan juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil oleh konsumen untuk mengunjungi suatu obyek wisata. Pelayanan yang baik, ramah dan sopan kepada pengunjung akan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga konsumen akan melakukan pengunjungan kembali ke Wisata Bahari Lamongan. Menurut (Kotler 2009) Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian dari konsumen terhadap tingkat tinggi rendahnya layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dampak positif dari pelayanan ini agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan kesetiaan untuk melakukan pembelian ulang

(*re-buying*) yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual.

Selain faktor kualitas layanan, harga juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pariwisata. Menurut Stanton yang di kutip oleh Fajar Laksana (2010:105) menyatakan bahwa: “Harga adalah jumlah uang yang kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya”. Definisi tersebut sejalan dengan pendapat Buchari Alma (2011:159) mendefinisikan “Harga (*Price*) sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang” Harga memiliki dua peranan penting dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

Harga merupakan hal yang sering diperhatikan oleh konsumen. Konsumen biasanya menginginkan tarif harga yang sesuai dengan fasilitas ditempat wisata. Membandingkan harga di beberapa tempat wisata sudah menjadi hal yang sangat umum terjadi. Pemilik perusahaan obyek wisata juga harus memperhatikan tarif harga yang akan diberikan, karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap sukses atau tidaknya sebuah perusahaan pariwisata. Harga merupakan faktor utama dalam menentukan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan sasaran, bauran ragam produk dan pelayanan serta persaingan.

Harga dalam besar kecilnya jumlah konsumen sangat berpengaruh bagi kemajuan perusahaan. Karena semakin meningkatnya jumlah konsumen dalam berwisata maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang banyak, tetapi sebaliknya jika jumlah konsumen dalam berwisata semakin menurun maka yang didapatkan keuntungannya lebih sedikit pula. Wisata Bahari Lamongan memiliki berbagai macam paket harga, berikut tarif harga WBL :

Tabel 1.2

Daftar tarif Obyek Wisata Bahari Lamongan

No	Nama objek Wisata	Tarif	
		Weekdays	Weekend
1	Wisata Bahari Lamongan (WBL)	Rp.70.000	Rp.100.000
2	Wisata Bahari Lamongan (WBL) , untuk +- 30 orang rombongan pariwisata	Rp.70.000/orang Didapatkan 1 tiket free.	Rp.100.000/orang Didapatkan 1 tiket free.

Sumber : <http://www.hargatiketwisatabaharilamongan2016-2017.com>

Dapat kita lihat dari penjelasan harga tiket masuk Wisata Bahari Lamongan (WBL) bahwa harga yang telah ditetapkan oleh pihak WBL sangatlah sesuai dengan apa yang telah pengunjung dapatkan. Harga tiket tersebut sudah merupakan tiket

terusan yang dapat digunakan untuk semua wahana mengingat di Wisata Bahari Lamongan banyak sekali wahana permainan yang cocok untuk tempat berlibur keluarga. Harga tiket untuk Hari biasa yaitu dipatok dengan harga 70.000 sedangkan untuk hari libur harga tiket dipatok sebesar 100.000. Selain itu ada gratis 1 tiket masuk untuk rombongan yang membawa kurang lebih 30 orang di setiap rombongan untuk berlibur menikmati setiap wahana di Wisata Bahari Lamongan (WBL).

Meskipun harga (biaya tiket) Wisata Bahari Lamongan mengalami kenaikan sewaktu – waktu, tetapi hal tersebut tidak mengurangi minat calon pengunjung untuk tidak berpariwisata di tempat wisata ini. Meskipun mengalami kenaikan tetapi fasilitas dan sarana prasarana terus dilakukan dan memunculkan wahana permainan setiap tahunnya. Data jumlah pengunjung dari Wisata Bahari Lamongan tahun 2015 sebagai berikut :

Tabel 1.3
Data Pengunjung Wisata Bahari Lamongan Tahun 2015 – 2017

No	Tahun	Jumlah	
		Wisman	Wisnus
1.	2015	106	583.832
2.	2016	107	582.576
3.	2017	103	579.073

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan 2015 - 2017

Tabel 1.3 tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadinya fluktuasi jumlah pengunjung di Wisata Bahari Lamongan pada tahun 2015 Wisman sebanyak 106 pengunjung dan Wisnus sebanyak 583.832 pengunjung. Sedangkan pada tahun 2016 jumlah pengunjung Wisman meningkat sedikit sebanyak 107 pengunjung dan pada pengunjung Wisnus sebanyak 582.576 yang artinya pada tahun 2016 jumlah pengunjung mengalami penurunan yakni selisih sebanyak 1.256 pengunjung. Pada tahun 2017 jumlah pengunjung wisman mengalami penurunan sebanyak 103 pengunjung dan pada pengunjung Wisnus juga mengalami penurunan sebanyak 579.073 pengunjung. Dari tahun 2016 ke tahun 2017 jumlah pengunjung Wisnus mengalami penurunan yakni selisih sebanyak 3.502 pengunjung. Hal ini membuktikan bahwa setiap tahunnya jumlah pengunjung Wisata Bahari Lamongan mengalami penurunan, tetapi tidak mengurangi peminat calon wisata untuk memilih Wisata Bahari Lamongan ini sebagai tempat liburan, rekreasi dalam pariwisata karena Wisata Bahari Lamongan merupakan tempat Wisata yang terbesar di Kab. Lamongan.

Konsumen tidak hanya melihat fasilitas, kualitas layanan dan harga, tetapi lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang di ambil oleh konsumen untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Lokasi yang sangat mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian atau jalan raya merupakan lokasi yang tepat untuk suatu jasa pariwisata. Sebelum konsumen memutuskan untuk berwisata disuatu tempat mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tempat wisata tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:92), menyatakan bahwa *place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

Menurut Tjiptono (2007) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya yang harmonis, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya kepuasan konsumen dan pembelian ulang, baik melalui rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) atau promosi langsung yang menguntungkan bagi perusahaan dan mengarah pada meningkatnya jumlah konsumen baik dengan melakukan upaya pemasaran yang ekspansif maupun secara intensif. Melihat dari sisi perusahaan selaku penyedia jasa yang di butuhkan oleh konsumen demi mempertahankan kelangsungan bisnis maka perusahaan perlu untuk menjaga agar konsumen yang memanfaatkan jasanya memperoleh kepuasan yang tinggi.

Kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa suatu perusahaan merupakan pencapaian hasil setelah melalui beberapa hal dan dapat di pengaruhi oleh beberapa variabel-variabel pemasaran seperti : memiliki fasilitas yang mendukung, kualitas pelayanan, harga yang kompetitif atau memiliki kelebihan lain yang mendukung eksistensi perusahaan seperti lokasi. Biasanya konsumen akan lebih memilih kualitas layanan yang memuaskan ,fasilitas yang mendukung, harga yang tidak terlalu mahal serta lokasi yang nyaman. Dari penjelasan tersebut kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Swastha 2007).

Berdasarkan uraian diatas, adanya fenomena tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Wisata Bahari Lamongan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun pokok permasalahannya adalah :

1. Apakah Fasilitas, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui kunjungan di Wisata Bahari Lamongan ?
2. Apakah Fasilitas, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui kunjungan di Wisata Bahari Lamongan ?
3. Manakah diantara Fasilitas, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Lokasi yang mempengaruhi paling dominan terhadap kepuasan konsumen melalui kunjungan di Wisata Bahari Lamongan ?

1.3 Tujuan

1. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui kunjungan di Wisata Bahari Lamongan secara parsial.
2. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui kunjungan di Wisata Bahari Lamongan secara simultan.
3. Untuk membuktikan dan menganalisis diantara Fasilitas, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Lokasi yang mempengaruhi paling dominan terhadap kepuasan konsumen melalui kunjungan di Wisata Bahari Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat bagi Peneliti

Sebagai tugas akhir perkuliahan untuk memperoleh gelar S1, dan dari penelitian ini dapat menambah pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam menggunakan jasa fasilitas , pelayanan, harga, lokasi dan menerapkan teori yang diperoleh di perguruan tinggi.

b. Manfaat bagi Wisata Bahari Lamongan

Sebagai informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan selanjutnya.

c. Manfaat bagi Pihak Lain

Sebagai bahan informasi dan bahan perbandingan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen dalam penelitian selanjutnya.

d. Manfaat bagi Universitas 17 Agustus 1945

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan perpustakaan dan sebagai bahan informasi untuk penelitian yang sama.