

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata berperan penting sebagai sumber devisa negara dan dapat memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dengan mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas negara. Industri pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang harus dimanfaatkan dalam pembangunan pariwisata sebagai bagian dari pembangunan nasional. Pengembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Fenomena pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan sangat mengesankan, terutama karena pangsaanya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) cukup besar. Industri pariwisata merupakan sumber ekonomi yang mendatangkan devisa negara atau daerah tujuan wisata. Sektor pariwisata juga memiliki keterkaitan langsung dengan masyarakat dengan tingkat ekonomi paling bawah, sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya yang tinggal di kawasan wisata. (Nuariska 2008)

Melihat pertumbuhan industri pariwisata saat ini yang terus mengalami tren pertumbuhan, menjadikan ini sebuah peluang besar bagi pengelola wisata. Guna menyambut persaingan yang semakin ketat, pengelola wisata dituntut untuk terus beradaptasi serta berinovasi dalam hal promosi dan peningkatan kualitas layanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Secara umum Griffin (2013) berpendapat bahwa adanya kegiatan promosi yang dilakukan secara efektif dapat secara langsung memberikan dampak pada peningkatan *awareness* serta menarik minat

berkunjung wisatawan. Dijelaskan lebih lanjut bahwa promosi juga dapat meningkatkan *perceived value* seorang pengunjung, sehingga hal ini dapat mempengaruhi kepuasan mereka.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Kotler (2012) menjelaskan bahwa dalam konsep *marketing mix*, promosi memainkan peranan sentral dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara harfiah promosi adalah sebuah tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyebarkan informasi, membujuk, ataupun mengingatkan konsumen terhadap sebuah produk atau layanan (Tjiptono 2015). Merujuk pada beberapa hasil penelitian terdahulu semakin menegaskan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara promosi terhadap kepuasan pengunjung (Pardamean 2022; Sinaga 2018; Gery 2018; Sudirman 2022).

Selain promosi, faktor pendorong kepuasan pengunjung adalah kualitas layanan. Kotler (2012) mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan layanan yang diharapkan dan dirasakan oleh konsumen dibandingkan dengan pesaingnya. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Tjiptono (2014) menerangkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelanggan akan merasa tidak puas apabila apa yang mereka harapkan lebih tinggi daripada performa aktual dari sebuah produk ataupun jasa, sedangkan pelanggan akan merasa puas ketika harapan mereka terhadap performa sebuah layanan atau produk berada dibawah performa aktualnya. Dalam beberapa hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap

terbentuknya kepuasan dari seorang pelanggan (Pardamean 2022; Yulianingsih 2018; Sudirman 2022; Gery 2018; Herlambang 2022; Nada 2019; Putu 2023). Oleh karenanya dua aspek tersebut begitu penting untuk diperhatikan dalam mengelola industri pariwisata.

Jawa Timur memiliki keindahan alam yang eksotik seperti pegunungan, laut dan lain-lain. Dengan memiliki keindahan alam yang menarik tentunya tersedia juga wisata alam maupun buatan. Khusus nya Malang yang terkenal dengan kota wisata yang setiap tahun dibanjiri wisata lokal maupun mancanegara, berikut data wisatawan kota malang

Tabel 1: Data Wisatawan Kota Malang

2020	2021	2022
662.579	771.670	2.749.783

Sumber: Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Malang

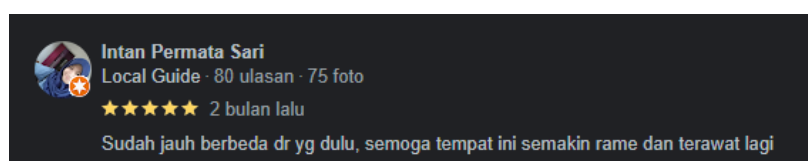
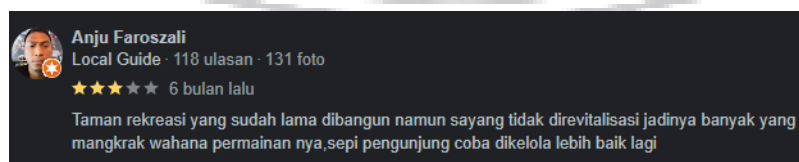
Dari data tersebut dapat dikatakan meningkatnya jumlah wisatawan kota Malang tentunya merupakan hal yang positif bagi pelaku industri terutama pada bidang pariwisata. Data tersebut merupakan bukti bahwa persaingan industri di kota Malang semakin ketat. Kota Malang sendiri merupakan tempat yang menjanjikan sebagai kota wisata, banyak tempat wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan seperti wisata alam berupa Air Terjun, Pantai, Gunung dan masih banyak lagi, tak hanya itu wisata buatan seperti taman rekreasi di Malang juga banyak tersedia seperti Taman Rekreasi Sengkaling UMM yang terletak di dusun Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Taman Rekreasi Sengkaling sendiri sudah berdiri sejak 1950 dan sampai sekarang masih beroperasi banyak wahana yang tersedia dan tak kalah dengan taman rekreasi lain. Dengan adanya banyak wahana tentu dapat menarik wisatawan yang berkunjung.

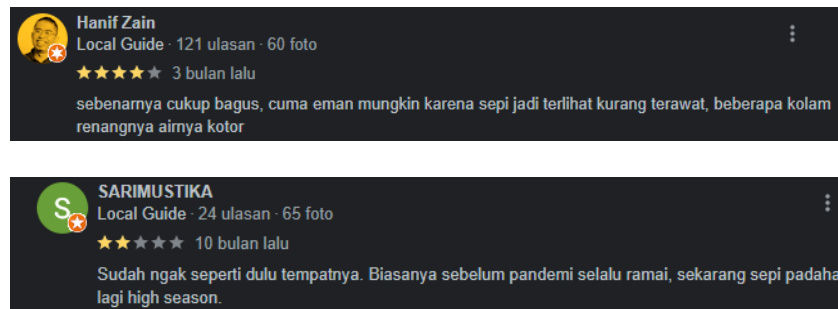
Tabel 2: Daftar Pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling

Bulan	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Januari	34.337	31.451	20.601	19.070	19.926	2.906	10.273
Februari	16.394	16.317	16.278	13.523	11.191	2.809	5.829
Maret	21.285	24.284	25.645	18.244	6.398	4.490	5.834
April	24.315	33.257	22.145	20.257	0	2.931	1.064
Mei	48.958	28.748	14.324	4.740	0	8.129	21.728
Juni	8.432	17.342	31.575	38.083	0	8.506	9.555
Juli	44.648	35.977	20.718	20.280	926	143	9.082
Agustus	13.572	10.904	10.906	8.559	2.902	0	3.805
September	14.557	13.993	13.100	9.896	4.807	1.357	4.657
Oktober	27.011	14.395	12.584	12.501	6.760	12.472	5.851
November	21.722	12.269	13.867	13.524	8.129	4.423	4.528
Desember	40.059	40.526	34.780	27.027	5.533	8.785	11.557
Jumlah	315.290	279.463	236.523	205.704	66.572	56.951	93.763

Sumber: PT. Taman Rekreasi Sengkaling UMM, 2022

Dari tabel 2 tahun 2016-2022 merupakan data pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling angka 0 didalam data diatas disebutkan bahwa tidak ada pengunjung pada bulan tersebut dikarenakan pandemi COVID-19 yang berdampak PPKM dan penutupan tempat wisata. Dapat dilihat data jumlah pengunjung tiap tahun Taman Rekreasi Sengkaling mengalami penurunan dari tahun 2016 hingga 2021, selanjutnya jumlah pengunjung pada tahun 2021 hingga 2022 mengalami kenaikan, akan tetapi kenaikan tersebut tidak dirasakan pengelola, akhir-akhir ini pengelola mengeluhkan Taman Rekreasi Sengkaling terlihat sepi pengunjung, keluhan tersebut bisa dilihat dari *google review*, berikut rekapitulasi keluhan Taman Rekreasi Sengkaling

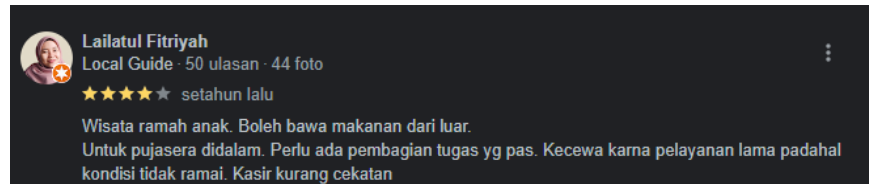
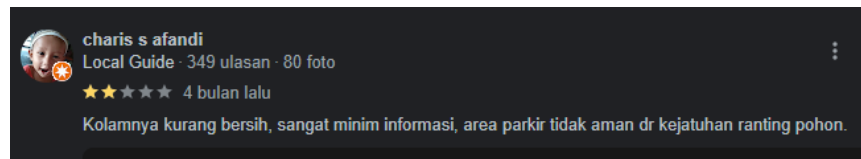




Gambar 1: Rekapitulasi Keluhan Pengunjung

Dari rekapitulasi keluhan pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling dapat disimpulkan bahwa untuk saat ini pengunjung sangat menyayangkan Taman Rekreasi Sengkaling terlihat sepi. Sepi pengunjung juga disebabkan oleh ketidakpuasan pengunjung. Akibat dari ketidukpuasan pengunjung tersebut banyak juga pengunjung yang mengeluhkan mengenai promosi dan kualitas layanan Taman Rekreasi Sengkaling. Berikut keluhan pengunjung yang mengeluhkan mengenai promosi dan kualitas layanan Taman Rekreasi Sengkaling





Gambar 2: Rekapitulasi Keluhan Promosi & Kualitas Layanan

Dari rekapitulasi keluhan yang diambil dari *google review* diatas bisa disimpulkan bahwa keluhan pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling masih mengeluhkan terkait promosi dan kualitas layanan yang diberikan perusahaan masih kurang. Yang artinya pengunjung masih belum mendapatkan perasaan puas dengan apa yang sudah dikeluarkan/dikorbankan. Faktor dari kepuasan pengunjung juga dapat diukur dari kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan, Ketika pengunjung merasa puas maka pengunjung bisa memberikan keuntungan kepada perusahaan seperti pengunjung datang kembali atau bisa juga pengunjung merekomondasi kepada orang lain.

Faktor promosi juga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, Keluhan mengenai promosi juga tidak kalah penting karena promosi merupakan alat untuk mencapai target pasar. Dari keluhan yang didapat bahwa promosi pada Taman Rekreasi Sengkaling masih kurang efektif untuk memikat pengunjung datang. Banyak pihak yang sangat kecewa pada hal ini karena sangat disayangkan Taman Rekreasi Sengkaling sendiri adalah wisata ikonik di Malang sejak dahulu.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan alasan untuk mengetahui faktor kualitas layanan dan

promosi terhadap kepuasan pengunjung. Maka peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling UMM”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling UMM?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling UMM?
3. Manakah yang lebih berpengaruh antara kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling UMM?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling UMM.
2. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling UMM.
3. Untuk menguji variabel yang lebih berpengaruh antara kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling UMM.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memudahkan peneliti selanjutnya untuk mendapatkan informasi mengenai Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Rekreasi Sengkaling UMM.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan terutama kepada kepala bagian pemasaran (Taman Rekreasi Sengkaling) untuk mendapatkan informasi terkait Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung

