

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan sektor bisnis yang diminati semua kalangan masyarakat. Menurut Riani, (2021), pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi. Pariwisata juga berguna untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Maka dari itu, Suryani, (2020) berpendapat bahwa penyedia pariwisata diharuskan bisa memuaskan pengunjung. Pengunjung akan merasa puas jika pengalaman yang didapat sesuai dengan yang mereka inginkan.

Menurut Iqbal *et al.*, (2015), *Customer Experience* (pengalaman pelanggan) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengalaman positif akan selalu diingat oleh pengunjung, dan pengunjung tersebut akan menyarankan kepada orang lain terkait pengalaman tersebut. *Customer experience* yang baik juga mempengaruhi keputusan pengunjung untuk kembali berkunjung pada kesempatan berikutnya. Menurut Suryaningsih, (2020), jasa penyedia pariwisata harus memberikan pengalaman baik bagi pengunjung, dengan cara mengadakan hiburan dan atraksi yang menarik untuk mereka. Pengalaman yang baik juga harus diimbangi dengan *brand awareness* atau kesadaran merek dari pengunjung, supaya lebih maksimal dalam mendapatkan *experience* yang disediakan pihak pariwisata.

Upaya pengadaan hiburan dan atraksi oleh tempat wisata salah satu caranya dengan mengadakan event. Menurut Sudarwati *et al.*, (2023) event pada tempat pariwisata berpotensi dapat menaikkan tingkat positività pada customer experience dan brand awareness. Menurut Moncey, (2020), brand awareness merupakan istilah pemasaran dalam menggambarkan sejauh mana konsumen mengenali atau mengingat kembali suatu merek atau produk. Menurut Suharyanto *et al.*, (2022), pengadaan event pada tempat rekreasi menaikkan minat pengunjung karena event tersebut sesuai dengan preferensi atau kegemaran dari tiap peserta.

Menurut Ansari *et al.*, (2019), pengadaan *event* pada tempat wisata juga berdampak positif bagi perusahaan, salah satunya adalah meningkatkan kepuasan

pelanggan. Mengutip dari website resmi Jawa Timur Park Group www.jtp.id, Paul Sastro Sendjojo mendirikan Jawa Timur Park di Kota Batu pada tahun 2001. Jawa Timur Park Group merupakan sebuah jaringan hotel dan pariwisata yang terdiri dari beberapa destinasi wisata dan hotel. Perusahaan ini terus berkembang dari tahun ke tahun hingga memiliki 12 pusat rekreasi dan 5 hotel yang terpusat di Kota Batu, Jawa Timur. Berikut adalah daftar usaha yang dinaungi oleh Jawa Timur Park Group.

Tabel 1.1 Daftar usaha milik Jawa Timur Park Group

Pusat Rekreasi Jawa Timur Park Group	Hotel Jawa Timur Park Group
Jawa Timur Park 1 (Museum Tubuh, Science Coaster Park)	Pohon Inn Hotel
Jawa Timur Park 2 (Museum Satwa, Batu Secret Zoo)	Pondok Jawa Timur Park
Jawa Timur Park 3 (Dino Park, The Legend Stars Park, Funtech Plaza, Museum Musik Dunia, dan Milenial Glow Garden)	Klub Bunga Butik Resort
Batu Night Spectacular	Tanjung Kodok Beach Resort
Eco Green Park	Senyum World Hotel
Museum Angkut	
Predator Fun Park	
Batu Love Garden	
Wisata Bahari Lamongan	
Maharani Zoo	
World of Wonder, Cikupa, Tangerang	
Banyuwangi Park	

Sumber: Website Jawa Timur Park Group. Oktober, 2023.

Banyak cara yang dilakukan Jawa Timur Park Group untuk menarik pengunjung, mulai dari mempromosikan wahana pada destinasi wisata, memberikan promo potongan harga, berkolaborasi dengan *influencer* di sosial media, dan langkah lain dari Jawa Timur Park Group untuk menarik pengunjung dari berbagai kalangan adalah dengan cara mengadakan *event*. Menurut Titik Ariyanto selaku *Marketing dan Public Relations Manager* Jawa Timur Park Group, pusat rekreasi hiburan seperti Jawa Timur Park Group harus rutin mengadakan *event* guna meningkatkan *brand awareness* dari masyarakat. Selain menyuguhkan taman hiburan bagi pengunjung yang datang ke tempat rekreasi, *event* juga diadakan untuk sarana penjemputan antara masyarakat luas

dengan Jawa Timur Park, karena semua lapisan masyarakat bisa turut berpartisipasi dalam tiap *event* yang diadakan oleh Jawa Timur Park Group. Berikut merupakan beberapa *event* yang telah diadakan oleh Jawa Timur Park.

Tabel 1.2 Event Jawa Timur Park Group periode September-November 2023

Event Jawa Timur Park	Lokasi Event	Tanggal
Dino Night Run	Jawa Timur Park 3	16 September 2023
Marching Band Competition	Jawa Timur Park 1	23-24 September 2023
Jawa Timur Park Halloween Season	Jawa Timur Park 3	21-28 Oktober 2023
Urban Gowes Tahes 4	Jawa Timur Park 1	25-26 November 2023

Sumber: Instagram Jawa Timur Park Group. Oktober, 2023.

Menurut Titik Ariyanto, Jawa Timur Park gencar mengadakan *event* di semua *park* besar, terlebih di Jawa Timur Park 3 guna menaikkan jumlah pengunjung. Jawa Timur Park 3 merupakan salah satu pusat rekreasi yang didirikan oleh Jawa Timur Park Group pada tahun 2018. Jawa Timur Park 3 merupakan salah satu destinasi wisata terlengkap yang dimiliki Jawa Timur Park Group, dengan konsep *one stop family entertainment*, di dalamnya terdiri dari *mall* (pusat perbelanjaan), berbagai destinasi wisata, bahkan hotel di area yang sama. Namun faktanya, dibandingkan dengan kedua *park* besar lain yaitu Jawa Timur Park 1 dan 2, Jawa Timur Park 3 merupakan *park* besar dengan jumlah kunjungan terkecil. Fakta ini tertulis pada data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batu tahun 2022 yang tertulis pada halaman berikut ini.

Tabel 1.3 Total Pengunjung Objek Wisata Kota Batu Tahun 2022

No.	Objek Wisata	Total Pengunjung 2022
1	Alun-Alun Kota Wisata Batu	2.054.060
2	Jawa Timur Park 1(JTP Group)	723.187
3	Jawa Timur Park 2 (JTP Group)	720.831
4	Taman Rekreasi Selecta	643.350
5	Jawa Timur Park 3 (JTP Group)	590.177

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Batu Tahun 2022. Oktober, 2023.

Fenomena Jawa Timur Park 3 yang menduduki peringkat ketiga di bawah dua *park* besar lain dari Jawa Timur Park Group, ditanggapi oleh Nadzif Achmad selaku *performance marketing and analyst* Jawa Timur Park Group. Beliau berpendapat bahwa Jawa Timur Park 3 cenderung memiliki jumlah

pengunjung lebih sedikit karena kurangnya *brand awareness* bagi masyarakat umum. Masyarakat beranggapan bahwa di area Jawa Timur Park 3 hanya terdapat destinasi Dino Park yang bertema dinosaurus yang hanya diminati oleh anak-anak. Padahal pada faktanya, di kawasan Jawa Timur Park 3 terdapat banyak destinasi selain Dino Park, yaitu The Legend Stars Park, Millennial Glow Garden, Museum Musik Dunia, Fun Tech Plaza, Secret Journey, House of Zombie, 6D Cinema, Infinity World, Happy Kids, dan Circus Magic.

Tahun awal peresmian Jawa Timur Park 3, terlihat antusiasme masyarakat sangat tinggi terhadap tempat wisata tersebut. Fakta tersebut tercatat dalam data BPS Kota Batu tahun 2019-2022. Namun penurunan jumlah pengunjung sangat drastis akibat wabah Covid-19 yang mengharuskan pemerintah memberlakukan peraturan lockdown pada tahun 2020-2021 pada seluruh sektor pariwisata. Menurut Mulya *et al.*, (2022), Lockdown merupakan pembatasan perpindahan individu dari satu tempat ke tempat lain guna menekan penyebaran penyakit. Berikut merupakan data total pengunjung Jawa Timur Park 3 periode tahun 2019-2022.

Tabel 1.4 Total Pengunjung Jawa Timur Park 3 Periode Tahun 2019-2022

Tahun	Total Pengunjung Jawa Timur Park 3
2019	803.124
2020	230.718
2021	250.209
2022	590.177

Sumber: BPS Kota Batu tahun 2019-2022



Gambar 1.1 Grafik Total Pengunjung Jawa Timur Park 3

Menurut Tabel 1.4 dan Gambar 1.1 di atas, Jawa Timur Park 3 banyak didatangi pengunjung pada tahun 2019, namun menurun drastis pada tahun 2020 dan 2021. Namun di sisi lain, pandemi *Covid-19* membawa perubahan positif terhadap pola hidup masyarakat Indonesia untuk lebih peduli terhadap kesehatan mereka. Menurut Mulya *et al.*, (2022), salah satu tren olahraga yang banyak diminati masyarakat saat pandemi adalah berlari. Menurut Furkan *et al.*, (2022), olahraga lari dianggap sebagai olahraga murah dan mudah, bisa dilakukan oleh semua orang, dan mempunyai banyak manfaat bagi tubuh.

Titik Ariyanto melihat fenomena sedikitnya pengunjung Jawa Timur Park 3 dan melihat peluang pada tren olahraga lari yang muncul pada masyarakat. Dengan adanya fenomena tersebut, menurutnya tepat untuk mengadakan event lari di Jawa Timur Park 3 yang sekaligus bertujuan untuk menambah brand awareness dan memberikan experience baru kepada masyarakat, hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Jawa Timur Park 3.

Event yang berjudul Dino Night Run resmi diselenggarakan pada malam hari, di tanggal 16 September 2023, dan dihadiri oleh 750 peserta. Event Dino Night Run memiliki rute yang sangat menarik karena melewati berbagai spot yang menjadi sorotan pada tiap sudut kawasan Jawa Timur Park 3. Rute yang dilewati pelari sejauh 5 km, melewati semua park yang ada di Jawa Timur Park 3, yaitu Dino Mall, The legend Stars Park, Dino Park, Millennial Glow Garden, dan kawasan Senyum World Hotel. Pelari dapat melihat keindahan pada preview setiap park yang mereka lewati yang bisa dinikmati saat berlari sambil berfoto pada setiap spot yang telah disediakan. Pengalaman ini menjadi salah satu experience baru bagi customer karena tidak bisa didapatkan selain pada Event Dino Night Run.

Menurut Rather (2020), Pengunjung yang mendapatkan pengalaman atau *experience* yang menyenangkan, melihat, mendengar, dan merasakan hal yang unik, pada akhirnya muncul kepuasan pelanggan terhadap suatu merek. Hal ini terbukti dari hasil wawancara oleh tim sosial media Dino Night Run terhadap beberapa peserta lari. Para peserta tersebut berkomentar positif mengenai *experience* yang mereka dapat selama berlari, mulai dari rute unik yang dilewati, spot foto yang tersedia, fasilitas di dalam Jawa Timur Park 3 yang

lengkap, dan pelayanan yang diberikan oleh *staff* yang memuaskan. Para peserta lari tersebut juga mengaku menjadi lebih tahu banyak tentang destinasi yang berada di kawasan Jawa Timur Park 3 setelah mengikuti *Event* Dino Night Run, dan mengaku ingin berkunjung kembali ke Jawa Timur Park 3 di lain waktu untuk berlibur.

Penelitian ini mengedepankan *customer experience* dan *brand awareness* dari peserta *Event* Dino Night Run terhadap Jawa Timur Park 3. Seperti fenomena pada Jawa Timur Park 3 yang mengalami penurunan jumlah pengunjung, salah satu indikator yang dapat mempengaruhi penurunan jumlah pengunjung tersebut adalah kurangnya *brand awareness*. Maka dari itu, dengan diadakannya *Event* Dino Night Run, peserta diharapkan dapat mengetahui lebih banyak tentang Jawa Timur Park 3 dan merasa puas dengan merek Jawa Timur Park 3. *Customer experience* dan *brand awareness* memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dari para peserta *Event* Dino Night Run, yang diharapkan untuk berkunjung kembali ke depannya guna menaikkan jumlah pengunjung dari Jawa Timur Park 3. Maka dari itu, penulis ingin menulis penelitian yang berjudul **Analisis *Customer Experience* dan *Brand Awareness* pada *Event* Dino Night Run dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Jawa Timur Park 3).**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis mengambil fokus penelitian sebagai berikut:

“Bagaimana kepuasan pelanggan di Jawa Timur Park 3 dapat ditingkatkan melalui *customer experience* dan *brand awareness* pada *Event* Dino Night Run”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *customer experience* dan *brand awareness* pada *Event* Dino Night Run berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Jawa Timur Park 3.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

a. Bagi Pengelola Pariwisata

Penelitian ini dapat memberikan bahan masukan yang dapat dijadikan saran dalam memberikan informasi yang berguna pada Jawa Timur Park 3.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi atau masukan bagi penulis lain dalam melakukan penelitian dengan objek maupun masalah yang sama dan mengembangkan penelitian di masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas dan menambah wawasan, juga bisa menjadi sumber referensi baru di bidang manajemen, khususnya bidang pemasaran.

