

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan pariwisata memiliki nilai dan keuntungan yang signifikan, konsep pengembangan pariwisata yang didasarkan pada keunikan dan kondisi wilayah yang dapat dikembangkan dengan pembangunan pariwisata berkelanjutan (Susilawati, 2016). Pemasaran produk pertanian sangat berbeda dengan berbagai produk lain sebab mudah rusak dan tidak tahan lama, karenanya para pelaku dibidang ini harus mempertimbangkan berbagai hal di dalam pemasaran yang berimbang pada kepuasan konsumen, dimana hal tersebut sangat menentukan minat beli konsumen (Wahid & Puryantoro, 2019). Sebagai pelaku usaha hendaknya dapat mempertahankan pasar dan juga memenangkan persaingan. Dalam memenangkan suatu persaingan, tentunya suatu perusahaan harus mampu untuk dapat memahami mengenai keinginan maupun kebutuhan konsumen atau pelanggannya. Dengan hal tersebut, tentunya akan memberikan masukan yang penting bagi sektor pengusaha dalam bidang apapun untuk membuat rancangan mengenai strategi pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen dan dapat mempertahankan dalam persaingan dipasar.

Menurut Situmeang (2017) perhatian khusus yang perlu dilakukan oleh pemilik suatu usaha terhadap kepentingan konsumen yaitu dilakukan dengan cara mengetahui suatu keinginan dan juga kebutuhan serta kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan merupakan faktor kunci keberhasilan suatu usaha

ditengah-tengah persaingan usaha yang begitu ketat ini. Dengan demikian pelaku usaha dituntut untuk dapat memberikan suatu kepuasan pelayanan atau kesan yang baik dan berharga bagi konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu pelaku usaha merupakan suatu profit strategi khusus untuk menarik daya beli konsumen yang baru maupun mempertahankan konsumen yang lama serta dengan kualitas pelayanan yang baik dapat menghindari terjadinya perpindahan konsumen tertarik pada bidang usaha lainnya. Suatu perusahaan ataupun pelaku usaha yang memiliki tujuan untuk mengutamakan kualitas pelayanan tentunya juga akan memberikan berdampak yang baik yang berkaitan pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan.

Selain kualitas pelayanan konsumen adapun yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu lokasi. Perusahaan atau pelaku usaha juga harus selektif pada pemilihan lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena pemilihan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan para pelaku usaha untuk menjalankan usahanya. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Pemilihan lokasi juga terdapat komponen-komponen yang perlu diperhatikan pemilihan lokasi yang strategis, dekat dengan pemukiman penduduk di daerah sekitar pusat perbelanjaan, nyaman bagi pelanggan, aman, tersediannya

fasilitas yang memadai, seperti adanya lahan parkir, tempat ibadah dan lainnya (Fandy, 2012:54)

Pada perkembangan ekonomi pertanian nantinya akan memberikan dampak positif terhadap masyarakat dari segi sosial maupun ekonomi. Menurut (Richana & Hendayana, 2018). Kinerja pembangunan pertanian dirasakan semakin dinamis yang ditunjukkan oleh banyak perubahan dalam berbagai subsektor pertanian yang meliputi tanaman pangan, hortikultura, perkebunan dan peternakan. Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan oleh (Pradiana & Setya, 2021) bahwa eduwisata dapat menstimulasikan ketertarikan pengunjung terhadap dunia pertanian dan meningkatkan daya sensitivitas pengunjung terhadap lingkungan alam. Proses edukasi wisata memerlukan tolak ukur untuk dapat dikatakan berhasil, kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Bila kinerja melebihi harapan, pembelinya merasa puas. Dalam menghadapi persaingan edukasi agar dapat keluar dari kondisi yang mengancam kehidupan perusahaan, didukung oleh penelitian (Iskandar & Prasetyo, 2017) manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, membuat inovasi baru dan meningkatkan kepuasan konsumen dan pada akhirnya dapat menciptakan suatu kesetiaan konsumen terhadap perusahaan.

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang dimaksudkan untuk

memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan (Ika Reski Yolanda, Yurni Suasti, 2019). Seiring jaman teknologi saat ini akan semakin pesat, sehingga konsep pelayanan juga mengalami perkembangan mengikuti tren masa kini, salah satu cara untuk menarik pengunjung dan memenangkan persaingan adalah dengan cara memberikan jasa pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan yang dapat memberikan kepuasan (Kanedi, Utami, Zulita, & Pseudocode, 2017). Pelayanan yang baik harus tanggap dan respon terhadap kritik, saran dan keluhan-keluhan konsumen tidak untuk menjadikan perusahaan mundur atau jatuh, tapi untuk lebih memotivasi perusahaan agar dapat bekerja lebih baik (Yolanda Darma Fernandes, 2017). Pelayanan merupakan aktivitas yang memiliki peranan penting dalam pencapaian tujuan dari setiap organisasi (Silvia, 2018).

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen (Moha & Loindong, 2016). Kepuasan konsumen mencakup tentang penilaian terhadap pelayanan maupun jasa suatu produk. Konsumen adalah sekumpulan orang atau masyarakat yang memakai barang atau jasa, didukung oleh penelitian (Sunarto, 2018). Konsumen merupakan elemen yang penting dalam perilaku konsumen, sehingga dalam usaha memasarkan suatu produk, manajer pemasar harus memahami, mempelajari, dan menganalisa perilaku konsumen yang dituju, sehingga diperoleh pandangan yang lebih mendalam tentang konsumen dan dapat menilai kembali kebutuhan serta menanggapi dengan cepat kebutuhan tersebut. Hingga kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam pemasaran.

Kepuasan konsumen ialah suatu tingkatan mengenai keinginan, kebutuhan maupun harapan konsumen untuk dapat terpenuhi dan hal tersebut mengakibatkan ketertarikan yang berulang. Semakin konsumen tersebut terpenuhi apa yang diinginkan maka konsumen tersebut akan semakin puas. Dengan demikian suatu usaha tentu hendaknya memiliki rancangan strategi-strategi dalam memberikan ketertarikan terhadap konsumen. Kepuasan menjadi subjek penelitian konsumen yang dilakukan banyak usaha bisnis untuk mengetahui apakah keinginan konsumen (Saniah & Ariadi, 2020). Kepuasan pelanggan, atau kepuasan wisatawan mengacu pada hasil evaluasi wisatawan dan perbandingan persepsi kinerja produk atau layanan, jika kinerja melebihi harapan, hasilnya adalah ketidakpuasan (Lesmana, Habiya, & Inas, 2020). Penilaian kepuasan wisatawan sehubungan dengan destinasi pulau dapat membantu pengelola wisata menyesuaikan upaya mereka untuk meningkatkan pengalaman perjalanan wisatawan dan sebagai acuan untuk mengembangkan strategi pemasaran.

Pemerintah dengan demikian berperan sebagai regulator yang memiliki peran untuk mengupayakan agar masyarakat untuk dapat berpartisipasi pada kegiatan ekonomi yang berlangsung. Adapun salah satu cara sebagai pemanfaatan sumber daya lokal yaitu dengan cara mengembangkan sektor pariwisata dengan konsep eduwisata (Satria, 2009). Eduwisata merupakan suatu aktivitas yang memiliki tujuan untuk rekreasi yang didalam kegiatan tersebut menghadirkan unsur yang berkaitan dengan pendidikan sebagai produk unggulan tempat wisata tersebut (Sumpeno, 2007). Konsep dalam eduwisata mengkaitkan perjalanan wisata alam yang dimiliki sesuai dengan visi dan misi konservasi serta

menggalakannya cinta terhadap lingkungan yang mengandung unsur pendidikan. Selain dapat menikmati pemandangan alam juga mendapatkan ilmu pengetahuan. Adanya eduwisata ini sebagai salah satu contoh mencerminkan bahwa masyarakat kreatif dan peduli terhadap suatu perkembangan dalam meningkatkan sumber daya manusia.

Wisata desa merupakan salah satu kegiatan kepariwisataan yang menawarkan keseluruhan suasana yang menonjolkan keaslian desa seperti pemandangan alam dan desa yang indah, kuliner, cenderamata, homestay, dan sebagainya (Sudibya, 2018). Wisata desa bertajuk alam kini menjadi fenomena tersendiri bagi kalangan remaja, udara yang sejuk dan panorama pedesaan yang menjadi ciri khas dapat menjadi daya tarik tersendiri. Banyaknya potensi yang ada di dalam desa wisata akan mengundang banyak wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata (Masitah, 2019). Potensi di dalam desa wisata yang inovatif dan tempat yang nyaman akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk mendatangi tempat wisata.

Cafe sawah merupakan salah satu tempat pariwisata keluarga yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun luar. Cafe ini terletak di desa Pujon Kidul kecamatan Pujon kabupaten Malang. Cafe ini berkonsep panorama yang indah dengan dikelilingi pegunungan dan area persawahan sehingga memiliki udara yang sejuk. Wisatawan juga dapat melakukan jasa edukasi tentang pertanian ataupun peternakan sehingga memiliki daya tarik tersendiri dari tempat wisata yang berada di desa tersebut. Selain itu di Cafe Sawah Pujon terdapat sentra kuliner yang dimana para pengunjung dapat menikmati kuliner sesuai dengan apa

yang konsumen inginkan. Tidak hanya itu di Cafe Sawah Pujon terhadap wahana permainan yang tentunya hal ini menarik minat pengunjung. Pengunjung dapat melihat pemandangan yang indah di Cafe Sawah Pujon, pemilihan lokasi tempat wisata yang sejuk tentunya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena selain dapat menikmati wisata edukasi untuk melakukan studi banding maupun untuk sarana diklat, juga menikmati makanan dan juga pemandangan.

Berdasarkan data pengunjung tahun 2019 terdapat total 946 kunjungan eduwisata dari berbagai wilayah ke cafe sawah, kunjungan tersebut berasal dari luar wilayah seperti Bandung, Lombok, Jakarta, Cirebon, Bali, Sumatera Selatan dan lainnya untuk melakukan kegiatan study banding maupun diklat. Hal tersebut menjadikan peneliti tertarik melakukan penelitian. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Eduwisata Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Sawah Pujon Kidul”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan suatu masalah yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Cafe sawah Pujon Kidul?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe sawah Pujon Kidul?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahannya di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Cafe Sawah Pujon Kidul.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Sawah Pujon Kidul.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi masyarakat sekitar desa Pujon Kidul sebagai masukan untuk memberikan pemahaman, informasi dan gambaran yang lebih jelas mengenai eduwisata di Cafe Sawah Pujon Kidul.
2. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bagi Universitas, penelitian ini berguna sebagai bahan informasi serta bahan acuan dalam mendapatkan informasi mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa eduwisata di Cafe Sawah Pujon Kidul.

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Lokasi

Lokasi pada penelitian di Café Sawah Pujon Kidul. Lokasi yang akan diteliti pada penelitian ini mengenai akses, visibilitas, lalu lintas, fasilitas parkir, ekspansi, lingkungan, kompetisi dan peraturan pemerintah.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan memberikan jasa atau pelayanan secara langsung berdampak pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang akan diteliti mengenai *tangibel*, *reliability*, *responsiveness* dan *emphaty*.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah suatu tingkatan mengenai keinginan, kebutuhan maupun harapan konsumen untuk dapat terpenuhi dan hal tersebut mengakibatkan ketertarikan yang berulang. Semakin konsumen tersebut terpenuhi apa yang diinginkan maka konsumen tersebut akan semakin puas.

