

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan kekayaan alam hayati yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Pariwisata juga sangat berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pariwisata memberikan banyak peluang terhadap pertumbuhan dan perkembangan kegiatan wisata yang menarik minat banyak wisatawan. Beragam aktivitas penunjang kegiatan wisata banyak diciptakan baik untuk kegiatan jenis *indoor* (dalam ruangan) maupun *outdoor* (luar ruangan) keduanya memiliki daya tarik tersendiri bagi masing-masing kelompok wisatawan. Terlebih lagi kegiatan wisata kian hari kian dibutuhkan oleh masyarakat khususnya masyarakat wilayah perkotaan yang penat dengan kegiatan dan hiruk pikuk yang padat. Adapun menurut Kodhyat (2014:52) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ketempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial budaya, alam, dan ilmu.

Dengan begitu banyaknya tempat pariwisata yang ada tentunya faktor kepuasan konsumen harus menjadi prioritas oleh pelaku usaha pariwisata. Sedangkan menurut Tjiptono (2015:146) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Wisatawan dihadapkan dengan berbagai pertimbangan akan apa yang mereka dapatkan dengan sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan untuk menikmati suatu jasa tertentu. Dan juga

pengorbanan yang dikeluarkan wisatawan berupa sejumlah biaya yang harus dibayarkan, dan waktu yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu jasa tertentu.

Di Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan terdapat salah satu wisata baru yang menarik perhatian pengunjung daerah maupun luar daerah. Wisata tersebut dibangun pada lahan seluas 23 hektar yang terletak di Desa Deket Agung Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan. Obyek wisata tersebut di beri nama Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO). Wisata Eduksi Gondang Outbound dibuka mulai 10 November 2016. Obyek wisata ini juga berupa outbound center, taman rekreasi dan wisata edukasi. Obyek Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO) memiliki atraksi berupa wahana-wahana yang dapat dinikmati oleh wisatawan dari segala usia. Atraksi yang ada di Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO) diantaranya: flaying fox, panjat tebing, jaring laba-laba, jembatan cinta, bebek kayu dan simulasi kendaraan bermotor. Wisata yang berupa edukasi yaitu pengenalan binatang, pengenalan tumbuhan, kolam renang dengan pelatih renang. Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO) juga menyiapkan lokasi perkemahan yang berada disisi barat, berbatasan dengan Wisata Waduk Gondang.

Adapun jumlah pengunjung wisatawan WEGO pada periode 2017-2019 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengunjung Wisata Edukasi Gondang *Outbound*
Pada tahun 2017-2019

Tahun	Target	Jumlah Pengunjung
2017	100.000	205.525
2018	100.000	200.250
2019	100.000	50.155

Sumber : Adm & Customer Service WEGO (2019)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang *Outbound* sangat fluktuatif. Kunjungan wisata terbanyak terjadi ditahun 2017. Sebenarnya, kunjungan wisata dapat ditingkatkan dan dibangun dengan memberikan kepuasan kepada para wisatawan diantaranya melalui Harga dan Fasilitas wisata yang ada. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2011:177), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Juwandi (2014:37), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung (wisatawan) di objek wisata, misalnya saja kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung dan sesuai dengan apa yang diiklankan, biaya (harga) dan kemudahan (fasilitas) yang mendukung untuk memenuhi kebutuhan pengunjung saat menikmati objek wisata, *service quality* yang diberikan oleh karyawan kepada pengunjung, dan *emotional factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emotional value yang diberikan oleh produk tersebut.

Keberhasilan Wisata Edukasi Gondang *Outbound* tentunya tidak luput dari kepuasan para konsumen. Menurut Tjiptono (2008:24) kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampain produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Dalam bisnis pariwisata terdapat unsur yang saling bergantung karena setiap unsur diperlukan untuk menunjang para wisatawan dalam menikmati suatu pengalaman yang memuaskan yaitu pengalaman berwisata. Unsur yang dimaksud diantaranya adalah harga yang bersaing dan fasilitas wisata yang mendukung.

Menurut Yoeti (2003:249) harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang harus dipersiapkan seseorang untuk membeli atau memesan suatu produk

yang diinginkannya. Dalam hal ini konsumen cenderung akan melihat harga akhir terlebih dahulu baru kemudian akan memutuskan apa nilai yang akan diterima memang baik dan sesuai dengan harapan mereka. Harga merupakan salah satu dari tujuh bauran pemasaran jasa (7P: *Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence, Process*) yang memegang peran penting dalam perusahaan jasa.

Tabel 1.2
Daftar Harga Tiket Wisata Edukasi Gondang *Outbound*
Pada Tahun 2016-2019

Tahun	Harga Tiket
2016	30.000
2017	30.000
2018	45.000
2019	60.000

Sumber : Adm & Customer Service WEGO (2019)

Berdasarkan Tabel 1.2 dilihat bahwa penetapan harga tiket Wisata Edukasi Gondang Outbound (WEGO) mengalami kenaikan tiap tahunnya. Wisata Edukasi Gondang Outbound (WEGO) menaikkan harga tiket tertinggi di Tahun 2019 hingga sekarang. Hal ini yang semestinya di pertimbangkan dengan baik oleh pengelola Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO). Keputusan mengenai harga tidaklah mudah dilakukan. Disatu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit di jangkau konsumen sedangkan Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran Ferdinand (2000:12).

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain harga yaitu fasilitas wisata, Menurut Yoeti (2003:56) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara

waktu di daerah tempat wisata yang dikunjungi. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang berperan penting dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas dan nyaman apabila semua kebutuhan selama dilokasi objek wisata terpenuhi. Selain itu beberapa pernyataan dari pengunjung yaitu fasilitas yang disediakan di Wisata Edukasi Gondang *Outbound* dirasa belum cukup untuk membuat para wisatawan benar-benar merasa sangat puas sehingga pengunjung sendiri tidak merasakan kesan yang berbeda setelah berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang *Outbound*. Adapun hal yang harus dilakukan untuk menangani masalah tersebut adalah dengan menambah, menjaga serta meningkatkan lagi fasilitas lain yang lebih inovatif agar wisatawan yang berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang *Outbound* benar-benar merasa puas dengan harapan pengunjung sehingga kepuasan wisatawan dapat tercapai.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merasa penting melakukan penelitian untuk mengetahui tanggapan pengunjung mengenai “ **PENGARUH HARGA DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA OBJEK WISATA EDUKASI GONDANG *OUTBOUND* (WEGO) SUGIO LAMONGAN**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Apakah harga dan fasilitas wisata secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO) ?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Wisata Edukasi Gondang *Outbound* ?
3. Apakah Fasilitas Wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Wisata Edukasi Gondang *Outbound* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam suatu penelitian tentunya ada tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama-sama harga dan fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO)
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO).
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Wisata Edukasi Gondang *Outbound* (WEGO)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Wisata Edukasi Gondang *Outbound* dalam menerapkan strategi bisnis yang tepat dalam mempertimbangkan aspek harga dan fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah wawasan mengenai dunia bisnis yang sebenarnya sehingga dapat mengimplementasikan teori yang telah dipelajari dengan keadaan yang sebenarnya terjadi dalam kehidupan nyata.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dalam penelitian sejenis selanjutnya dengan objek penelitian yang bervariasi.