

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia kaya akan alam dan mempunyai banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikelola secara maksimal, termasuk dalam sektor pariwisata. Sektor pariwisata telah mampu memberikan kontribusi terhadap PDB nasional dan daya serap lapangan kerja disektor industri pariwisata.

Tabel 1.1 Perkembangan Wisatawan di Indonesia Tahun 2001 – 2010

Tahun	Wisatawan Mancanegara		Wisatawan Nusantara	
	Jumlah (000)	Penerimaan Devisa (juta USD)	Jumlah (000)	Total Pengeluaran (triliyun Rp)
2001	5.154	5.396,26	103.884	58,71
2004	5.321	4.797,90	111.353	71,70
2007	5.505	5.345,98	115.335	108,96
2010	7.002	7.603,45	122.312	150,41

Sumber : Pusdatin Kemenparekraf dan BPS

Perkembangan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia selama kurun waktu tahun 2001 –2010 mengalami trend peningkatan, dari 5,15 juta wisatawan mancanegara di tahun 2001 menjadi 7,00 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2010. Untuk perkembangan jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan wisata dalam periode yang sama menunjukkan 103,88 juta orang di tahun 2001 dan meningkat di tahun 2010 menjadi sejumlah 122,31 juta orang.

Dampak dari kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selama periode tersebut dapat dilihat dari sisi penerimaan devisa dari sektor pariwisata, walaupun mengalami fluktuasi tetapi terjadi trend peningkatan. Pada tahun 2001

sumbangan devisa sektor pariwisata sejumlah 5.396,26 juta USD dan meningkat menjadi 7.603,45 juta USD di tahun 2010 (Yudananto, et.,all,2012)

Industri pariwisata memberikan dampak positif terhadap perekonomian nasional. Hal ini terlihat dari kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional dan daya serap lapangan kerja disektor industri pariwisata (Pleanggra dan yusuf,2012). Pengembangan wisata dilakukan untuk menampung berbagai aktivitas wisatawan seperti melakukan *adventure vacation*, *green tour*, *nature vocation*, berolahraga dialam terbuka, menyegarkan jiwa, serta pemulihan kesehatan (Jatmiko dan Andharini, 2012).

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki keindahan alam yang luar biasa. Salah satunya didaerah Jombang yang memiliki keindahan alam pegunungan yang asri dan memiliki udara yang sejuk yang mampu meberikan daya tarik dalam sektor wisata alam. Salah satu wisata yang terdapat di daerah pegunungan Kota Jombang adalah wisata Guardian Jungle Park yang terletak di Desa Sambirejo, Kecamatan. Wonosalam, Kabupaten. Jombang yang lokasinya berada tepat di Kaki Gunung Anjasmoro, lokasi ini berada didataran tinggi yang cukup menjadikan suasana alam lebih natural dan alami. Guardian Jungle Park terletak pada ketinggian ± 600 dpl dengan suhu udaranya $18 - 30^{\circ}\text{C}$. Konsep yang diberikan adalah nuansa alam yang asri yang memiliki udara sejuk dan memiliki berbagai potensi objek wisata alam yang lebih ke *outdoor activities*. Pengembangan wisata dilakukan untuk menarik pengunjung atau wisatawan dengan menyediakan berbagai macam fasilitas *outdoor activities* seperti *offroad tracks*, *outbound*, *paintball*, dan *ground camp*. Berolahraga dialam terbuka sangat menyenangkan dimana para pengunjung dapat merasakan nuansa alam yang berbeda.

Taman wisata Guardian Jungle Park menawarkan jasa wisata alam dengan disertai berbagai fasilitas untuk memberikan kepuasan dan pengalaman baru kepada para pengunjung. Ada beberapa macam fasilitas yang dapat dinikmati oleh para pengunjung yaitu *Paint Ball*, *Flying Fox*, *Offroad track*, *Villa*, *Camping Ground*, dan *Outbound*.

Permasalahan pada Guardian yang dilihat dari sudut pandang pemasaran ini apakah fasilitas, wahana dan pelayanan yang ada pada taman wisata Guardian Jungle Park mampu memberikan pengalaman yang berkesan bagi para pengunjung taman wisata sebagai tempat tujuan wisata *outdoor activities*. Pengalaman yang dirasakan para pengunjung dapat diukur dengan strategi experiential marketing yang diantaranya adalah *sense experience*, *feel experience*, *think experience*, *act experience*, dan *relate experience*. Menurut Schmit dalam Jatmiko dan Andharini (2012), *Experiential marketing* merupakan upaya untuk penciptaan pengalaman pada konsumen. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Natasha dan Kristanti (2013) Penelitian yang menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, *Experiential marketing* tidak hanya sekedar menawarkan *feature* dan *benefits* dari suatu produk untuk memenangkan hati konsumen, tetapi juga harus dapat memberikan sensasi dan pengalaman yang baik yang kemudian akan menjadi basis dan dasar bagi kepuasan konsumen.

Masalah lain terkait dengan kondisi bukti fisik yang ada di tempat wisata Guardian Jungle Park adalah kurangnya perhatian khusus untuk fasilitas dan wahana yang ada di Guardian Jungle Park sehingga memberikan ketidakpuasan pada konsumen. Para pengunjung banyak yang merasa kecewa dan tidak puas karena tidak dapat menikmati atau mencoba salah satu fasilitas yang ada di

Guardian Jungle Park. Kurangnya pengetahuan masyarakat akan keberadaan pariwisata Guardian Jungle Park dan banyaknya wisata alam yang terdapat di Jombang yang melakukan strategi promosi yang lebih gencar untuk menarik wisatawan.

Taman wisata Guardian Jungle Park tentu tidak lepas dari persaingan bisnis yang semakin ketat. Obyek wisata di Wonosalam terus bermunculan dan berpotensi menjadi pesaing baru bagi Taman wisata Guardian Jungle Park. Pengelola Taman wisata Guardian Jungle Park mencoba melakukan pengembangan wahana dan pelayanan yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman mengesankan yang mendalam bagi pengunjung selama menikmati fasilitas Taman wisata alam Guardian Jungle Park.

Situasi dan kondisi pada Guardian Jungle Park yang dipaparkan diatas menunjukan bahwa wisata Guardian Jungle Park memerlukan strategi *Experiential Marketing*. Penerapan strategi *Experiential Marketing* untuk mempengaruhi pemikiran atau emosional pengunjung untuk menciptakan sesuatu yang memuaskan dan berkesan kepada pengalaman pengunjung. Menurut Alma (2009:267) diketahui bahwa Sasaran dari *Experiential Marketing* untuk memberi pengalaman kepada konsumen ialah melalui lima tipe pengalaman yang terdiri dari *sense experience, feel experience, think experience, act experience, relate experience*. Strategi *Experiential Marketing* dapat juga dijadikan sebagai media promosi *word of mouth* atau dari mulut ke mulut untuk mempengaruhi orang lain agar orang lain berkunjung.

Strategi *Experiential Marketing* (Alma, 2009:267) juga dapat menggeser pendekatan tradisional marketing yang menekankan pada *feature* dan *benefits* dari produk, dan konsumen bersifat rasional. Akibatnya pendekatan tradisional

yang belum melibatkan unsur emosi dan pengalaman merupakan strategi yang rentan, tidak akan bisa bertahan, dan akan melemah berhadapan dengan saingan dari perusahaan lain.

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti ingin mengetahui Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Guardian Jungle Park Kab. Jombang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *sense experience* (X1) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?
2. Apakah *feel experience* (X2) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?
3. Apakah *think experience* (X3) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?
4. Apakah *act experience* (X4) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?
5. Apakah *relate experience* (X5) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan masalah yang di kemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *sense experience* terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?
2. Untuk mengetahui pengaruh *feel experience* terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?
3. Untuk mengetahui pengaruh *think experience* terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?
4. Untuk mengetahui pengaruh *act experience* terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?
5. Untuk mengetahui pengaruh *relate experience* terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park ?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian di harapkan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini di harapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan peneliti dalam bidang pemasaran jasa.

2. Bagi Pihak lain

Penelitian ini di harapkan dapat di jadikan sebagai bahan referensi atau acuan oleh peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di bidang pemasaran terutama yang berhubungan dengan *Experiential Marketing*.

3. Bagi pihak pariwisata

Hasil penelitian ini di harapkan dapat di jadikan salah satu dasar masukan atau pertimbangan dalam menentukan langkah kebijakan taman wisata Guardian Jungle Park Wonosalam. Khususnya dalam strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pengunjung.