

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pengunjung di Saung Angklung Udjo sesuai dengan dimensi *servicescape* yang di jelaskan oleh Zeinhaml and Bitner, (1998 dalam Tjiptono, 2009, hlm. 89) agar tercapainya kepuasan pengunjung.

*Servicescape* adalah sebuah konsep yang dikembangkan oleh Boom dan Bitner untuk menekankan dampak lingkungan fisik di mana proses pelayanan berlangsung. Konsep *servicescape* dapat membantu menilai perbedaan antara pengalaman pelanggan destinasi wisata budaya sejenis. Sedangkan kualitas wisata mungkin sama, pelanggan dapat merasakan kualitas yang lebih tinggi berdasarkan lingkungan di mana layanan ini disediakan. Boom dan Bitner (1981, hlm. 36) mendefinisikan *servicescape* sebagai "lingkungan di mana layanan ini di rakit dan dimana penjual dan pelanggan berinteraksi, di kombinasikan dengan komoditas nyata yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi layanan". *Servicescape* termasuk fasilitas eksterior (*landscape*, desain eksterior, parkir, lingkungan sekitar) dan interior (desain interior dan dekorasi, peralatan, *signage*, tata letak, kualitas udara, suhu dan suasana). *Servicescape* dibuat oleh destinasi wisata agar para pengunjung betah dan akan kembali lagi untuk mengunjungi dan menyaksikan pertunjukan atau produk yang dijual di destinasi wisata tersebut. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, antara lain kualitas produk/jasa dan fasilitas fisik. Fasilitas yang Lengkap dan menunjang menjadi faktor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan oleh karena itu pelayanan yang baik akan meningkatkan nilai kepuasan untuk pelanggan.

Alasan dari pengaruh lingkungan layanan daya tarik wisata ini timbul dari responden yang sudah pernah melakukan kunjungan ke Saung Angklung Udjo. Lingkungan layanan yang dimaksud berkaitan dengan Fasilitas,

tampilan fisik serta kenyamanan yang diberikan oleh Saung Angklung udjo. Istilah tersebut dikenal dengan *servicescape*.

Penelitian terkait *servicescape* dan kepuasan ini dilaksanakan di Saung Angklung Udjo, Lingkungan fisik yang secara sengaja dibuat (*servicescape*) memiliki peranan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam lingkungan jasa. Jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk. Jasa bersifat tidak berwujud (*intangible*), biasanya diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan (*inseparability*), bersifat heterogen (*variability*), dan jasa bersifat tidak tahan lama (*perishability*) (Kotler,2006). Sifat jasa yang tidak dapat dilihat atau *intangible*, membuat kebanyakan konsumen mengandalkan isyarat nyata (*tangible cues*), atau bukti fisik (*physical evidence*) dalam mengevaluasi jasa sebelum membelinya dan memperkirakan kepuasan mereka terhadap jasa dan selama dan setelah mengkonsumsi jasa tersebut (Tjiptono, 2009).

Saung Angklung Udjo merupakan sebuah tujuan wisata budaya yang lengkap karena Saung Angklung Udjo memiliki arena pertunjukan, pusat kerajinan bambu dan *workshop* untuk alat musik bambu. Saung Angklung Udjo pun merupakan atraksi wisata dimana kekayaan budaya lokal masih dapat bertahan dan berakulturasi dengan desakan arus globalisasi dan modernisasi. Saung Angklung Udjo masih memiliki dedikasi yang kuat untuk melestarikan dan mengembangkan kesenian seni budaya khas tradisional masyarakat sunda. Saung Angklung Udjo sebagai penyedia seni dan pertunjukan menawarkan beragam aktivitas seperti pertunjukan internal dan eksternal Saung angklung Udjo. Adanya pertunjukan eksternal karena adanya keinginan dari konsumen untuk mengundang Saung Angklung Udjo ke tempat mereka. Sedangkan pertunjukan internal merupakan pertunjukan khusus yang di gelar di area Saung Angklung Udjo pada pagi, siang, sore, dan malam.

Selain menjadi tujuan wisata bagi warga setempat, tempat ini juga menjadi tujuan para wisatawan mancanegara. Berkaitan dengan hal tersebut,

dapat dilihat pada Tabel 1.1 kunjungan wisatawan ke Saung Angklung Udjo adalah sebagai berikut :

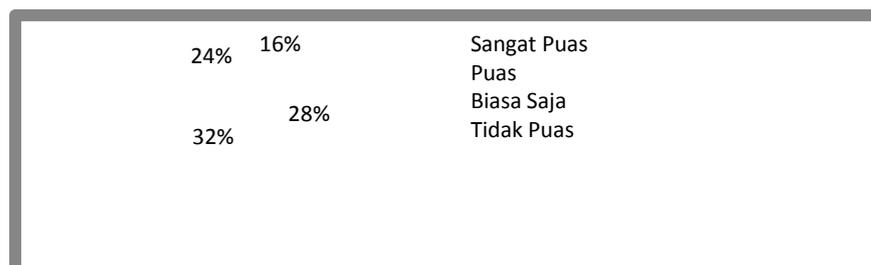
**TABEL 1.1**  
**Jumlah Wisatawan**  
**Saung Angklung Udjo Tahun 2010-2014**

Tahun	Jumlah Wisatawan
2010	132.373
2011	178.770
2012	205.936
2013	206.912
2014	233.739

*Sumber : Marketing Saung Angklung Udjo, 2015*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo pada tahun 2010-2014 mengalami peningkatan jumlah kunjungan. Peningkatan jumlah kunjungan yang cukup fluktuatif naik terjadi pada tahun 2011 yaitu sebanyak 46.397 orang dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2012 dan 2014 jumlah kunjungan mengalami kenaikan tetapi tidak sebesar tahun 2011, meskipun jumlahnya tidak sama namun tiap tahun Saung Angklung Udjo selalu mengalami kenaikan jumlah wisatawan. Berikut Gambar 1.2 merupakan Presentase kepuasan pengunjung di Saung Angklung Udjo melalui hasil Pra penelitian pada 25 orang wisatawan

**Gambar 1.2**  
**Kepuasan Pengunjung Saung Angklung Udjo**



(Data Pra Penelitian 2014 )

Dari Gambar 1.2 dapat dilihat persentase kepuasan pengunjung Saung Angklung Udjo, Pada permasalahan *Saung Angklung Udjo* ini dapat dilihat bahwa kepuasan Pengunjung rendah. Hal ini diduga berakibat pada jumlah wisatawan yang datang ke *Saung Angklung* untuk melakukan kunjungan wisata. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain kualitas produk/jasa. Perusahaan harus pandai dalam mempertahankan kualitas yang ditawarkan. Dengan memperhatikan kualitas yang baik maka pelangganpun akan tetap puas dengan produk dan jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu Saung Angklung Udjo harus bisa mempertahankan kualitas dengan baik. Fasilitas yang nyaman dan baik menjadi faktor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan oleh karena itu pelayanan yang baik akan meningkatkan nilai kepuasan untuk pelanggan.

Sebenarnya ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain yang disebutkan diatas, seperti data hasil pra penelitian di bawah ini:

**TABEL 1.3**  
**Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan**

Faktor	Presentase
Harga	16%
Pelayanan	20%
Produk	28%

Promosi	12%
Lingkungan Layanan ( <i>servicescape</i> )	24%

(Sumber : 25 orang wisatawan nusantara yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo )

Dari hasil pra penelitian pada Tabel 1.3 terlihat jelas bahwa dari kelima faktor tersebut, lingkungan layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini pun yang terjadi di *Saung Angklung Udjo*.

Alasan dari pengaruh lingkungan layanan daya tarik wisata ini timbul dari responden yang sudah pernah melakukan kunjungan ke Saung Angklung Udjo. Lingkungan layanan yang dimaksud berkaitan dengan Fasilitas, tampilan fisik serta kenyamanan yang diberikan oleh Saung Angklung udjo. Istilah tersebut dikenal dengan *servicescape*. *Servicescape* terkait erat dengan gaya dan tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat pengantar layanan (Lovelock & Wirtz, 2011, hlm. 4)

Saung Angklung Udjo yang mendiferensiasikan tempatnya melalui lingkungan fisik bernuansa perkampungan yang dikelilingi pohon bambu, membuat tempat ini menarik untuk dikunjungi. Saung Angklung tidak hanya menawarkan pagelaran seni musik tradisional tetapi juga menjual suasana melalui lingkungan fisiknya. Inilah yang membuat Saung Angklung Udjo berbeda dengan destinasi wisata lainnya yang ada di kota Bandung. Beberapa penelitian tentang *consumer behavior* seperti Raimer dan Kuehn (2005), menyatakan bahwa peran lingkungan fisik dapat mempengaruhi *consumer behavior*. Penelitian tersebut membuktikan bahwa membuat sebuah atmosfer yang semakin inovatif dan menyenangkan merupakan hal yang penting untuk kesuksesan suatu bisnis wisata. Melalui lingkungan fisik yang dikemas secara unik oleh Saung Angklung Udjo diharapkan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung dan membuat pengunjung tersebut dapat merekomendasikan kepada orang lain.

Salah satu manfaat dari *servicescape* adalah membuat wisatawan merasa senang dan puas dengan fasilitas yang lengkap. Perusahaan bahkan harus menciptakan sesuatu hal yang menghubungkan nilai dari mempertahankan pengunjung yang menguntungkan perusahaan. Menurut Tax & Brown (dalam Fandy Tjiptono 2011, hlm. 271) mengemukakan kepuasan pengunjung mendasari pengunjung dalam membuat komitmen dengan penyedia jasa dan sering kali merefleksikan sebuah kontinuitas berlangganan pada penyedia jasa yang sama. Keputusan pengunjung merupakan suatu hal yang penting dalam jangka panjang perusahaan. Ketika perusahaan mengembangkan fasilitas fisik yang lebih baik, maka akan mengarahkan pada loyalitas pengunjung yang lebih baik. Berdasarkan latar belakang di atas maka perlu dilakukan suatu penelitian. Oleh karena itu penulis tertarik menulis lebih lanjut dengan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI SAUNG ANGKLUNG UDJO KOTA BANDUNG”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi wisatawan mengenai *servicescape* di Saung Angklung Udjo?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo?
3. Bagaimana pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pengunjung di Saung Angklung Udjo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi persepsi wisatawan mengenai *servicescape* di Saung Angklung Udjo

2. Mengidentifikasi kepuasan pengunjung yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo.
3. Menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pengunjung di Saung Angklung Udjo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Kepentingan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran *resort* dan *leisure*, khususnya mengenai *servicescape* dan kepuasan pengunjung pada industri pariwisata.

2. Kepentingan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak pengelola Saung Angklung Udjo, serta pihak lainnya yang berkaitan dengan bidang pariwisata dalam upaya mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pengunjung di Saung Angklung Udjo.

#### **E. Struktur Organisasi Penulisan**

Penulisan ini terdiri atas 5 (lima) bab. Uraian yang akan disajikan pada setiap bab adalah sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada Bab ini menguraikan Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian, dan Struktur Organisasi.

##### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini terdapat kajian pustaka, yaitu uraian mengenai teori-teori relevan yang dijadikan sebagai landasan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka pemikiran.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada Bab ini menguraikan metode-metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi desain penelitian, lokasi penelitian, pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional, operasional variabel, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

#### BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan pemaparan data dan pembahasan data hasil penelitian.

#### BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Pada bab ini menguraikan simpulan, dan rekomendasi penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

Daftar sumber-sumber yang mendukung dalam penelitian.