

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia mengalami kenaikan jumlah pengunjung setiap tahunnya. Rata-rata kenaikan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia tahun 2014-2018 meningkat 14% per tahunnya, angka ini lebih besar dibandingkan dengan rata-rata kenaikan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2009-2013 dengan angka 9% per tahun. Menurut data Badan Pusat Statistik, kedatangan wisatawan mancanegara pada tahun 2009 terdata sebanyak 6,32 juta orang, angka ini semakin bertambah menjadi 8,8 juta orang di akhir tahun 2013. Di tahun 2018, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia menjadi 15,81 juta orang alias tumbuh kurang lebih 2,5x lipat dibandingkan pada tahun 2009. Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam destinasi wisata adalah Jawa Barat, update terbaru di tahun 2016 Provinsi Jawa Barat mencapai 43.703.778 pengunjung seperti yang tertera di Badan Pusat Statistik Jawa Barat. Salah satu kota/kabupaten di Jawa Barat yang memiliki jumlah wisatawan terbanyak adalah Bandung menurut data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat tahun 2016, maka dari itu perusahaan atau organisasi di bidang pariwisata di Indonesia semakin dituntut untuk bersaing. (Widowati, 2019)

Persaingan perusahaan atau organisasi di bidang pariwisata Indonesia terutama di Bandung ini semakin ketat, oleh karena itu perusahaan atau organisasi dituntut untuk saling bersaing dalam mencari cara agar wisatawan yang datang merasa puas dan perusahaan tetap akan berjalan dengan baik. Kepuasan wisatawan merupakan hal yang penting untuk setiap perusahaan jasa atau barang, kepuasan merupakan perasaan puas, senang, dan kelegaan seseorang karena mengkonsumsi sebuah produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan jasa (Aaker, 2013). Kepuasan wisatawan merupakan gambaran psikologis dan emosi menyenangkan yang dialami wisatawan setelah mendapatkan produk atau layanan yang dapat memuaskan dan apa yang

diharapkan sesuai dengan ekspektasi. Dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, suatu perusahaan atau organisasi dituntut mengetahui kelemahan dan kelebihan yang ada agar mengetahui prioritas yang perlu diperbaiki dan dikembangkan (Tangkere & Sondak, 2017). Dalam mencapai kepuasan yang tinggi, diperlukan pemahaman tentang apa yang diinginkan wisatawan, dengan mengembangkan komitmen semua orang yang ada di lembaga untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Kepuasan wisatawan biasanya dipandang sebagai kunci kesuksesan dalam perusahaan atau organisasi dan daya saing jangka panjang (Razati, Sumiyati, & Masharyono, 2016).

Perusahaan saat ini dituntut harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan, setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan wisatawan. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh wisatawan. (Nopriana, 2018)

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung telah dilakukan dalam beberapa industri, mulai dari industri taxi bike (Iswandi Idris, 2019), industri retail (Abdul Rashid, 2019), industri perhotelan (Robin Nunkoo, 2019) ; (Konstantinos Varsanis, 2019) ; (Joko Sadoso Priyo, 2019), industri travel agent (Bestoon Othman, 2019), industri hospitality (Yan Naing Myo, 2019), industri perbankan (Roseanne Sabina Dsouza, 2018), industri akademik (Asyraf Afthanorhan, 2019).

Hasil dari penelitian terdahulu mengatakan bahwa Kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan (Yan Naing Myo, 2019; Abdul Rashid, 2019; Iswandi Idris, 2019; Bestoon Othman, 2019; Robin Nunkoo, 2019; Asyraf Afthanorhan, 2019).

Hubungan dalam pemasaran efektif menjadi senjata untuk meningkatkan kualitas hubungan dan kepuasan penerima manfaat dengan penyedia pelayanan (Razati, Sumiyati, & Masharyono, 2016). Strategi pemasaran merupakan sebuah bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah terhadap semua fungsi manajemen dalam suatu organisasi bisnis. Tujuan adanya strategi pemasaran yaitu supaya implementasi program untuk mencapai tujuan

perusahaan dapat dilakukan secara aktif, sadar, dan rasional, tentang capaian suatu produk bisnis mencapai tujuannya di lingkungan bisnis yang turbulen (Sunardi & Erlendy Julian Nugroho, 2013).

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa atraksi wisata berupa *theme park* di Bandung adalah PT. Amazing Art World yang diresmikan pada tanggal 1 Januari 2017, yang letaknya di Jalan. DR. Setiabudi No.293-295, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat. Daya tarik utama yang dapat menjadi pembeda *theme park* ini dengan *theme park* lainnya adalah *theme park* ini difokuskan untuk konten yang berhubungan dengan seni. Amazing Art World ini menjadi perusahaan desain dengan memanfaatkan fenomena *3D Art* sebagai sarana untuk mengenalkan kesenian kepada dunia. Amazing Art World ini adalah Museum *3D Art* terbesar yang ada di dunia. Amazing Art World ini merupakan sebuah museum seni yang desain dan kontennya di persiapkan selama satu tahun.

Berikut Tabel 1.1 yang merupakan data kunjungan wisatawan ke Amazing Art World Bandung tahun 2017-2019.

TABEL 1. 1
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE AMAZING ART WORLD
BANDUNG TAHUN 2017-2019

Tahun	Jumlah Wisatawan
2017	396.527
2018	246.263
2019	128.531

Sumber : Amazing Art World, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 bahwa wisatawan yang berkunjung ke Amazing Art World ini mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Jumlah kunjungan wisatawan tersebut akan terus menerus mengalami penurunan jika tidak segera diketahui faktor penyebab dan cara mengatasinya, hal ini tentu akan sangat berdampak buruk bagi perusahaan tersebut. Menurut Bapak Nandang Sutisna selaku manajer Amazing Art World yang membenarkan bahwa Amazing Art World ini mengalami penurunan dari tahun ke tahun selain itu, banyak pula

wisatawan komplain tentang permasalahan kualitas pelayanan di Amazing Art World namun pihak pengelola seringkali mengabaikan komplain-komplain dari para wisatawan tersebut, itulah salah satu faktor yang menyebabkan tiga tahun Amazing Art World berdiri mengalami penurunan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun yang cukup drastis.

Menurut Juwita (2016) Jika tempat wisata mampu meningkatkan kualitas pelayanannya, maka kepuasan wisatawan akan otomatis terpenuhi. Jika tempat wisata melakukan sesuatu kepada wisatawan yang sesuai harapannya, maka wisatawan tersebut akan merasa puas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan di Amazing Art World harus di kembangkan agar tercapainya kepuasan wisatawan, namun kenyataannya kualitas pelayanan yang diberikan suatu tempat wisata kepada wisatawan sering kali mendapat beberapa keluhan-keluhan. Salah satu diantaranya adalah keluhan mengenai kualitas pelayanan. Menurut data yang didapatkan oleh peneliti, terdapat beberapa keluhan wisatawan pada Tabel 1.2 sebagai berikut :

TABEL 1. 2
HASIL WAWANCARA KELUHAN WISATAWAN AMAZING ART
WORLD BANDUNG

No.	Keluhan
1	Para pegawainya kurang ramah terhadap pengunjung.
2	Tidak ada <i>security</i> di dalam tempat wisatanya.
3	Ketika saya membawa ibu saya yang mengenakan kursi roda tidak ada yang membantu untuk melewati tangga ke atas.

No.	Keluhan
4	Tour Guide masih kurang banyak, sehingga tidak ada yang membantu untuk berfoto.
5	Ketika saya membawa dot susu untuk anak saya, salah satu karyawannya melarang dengan cara tidak sopan.
6	Kurang sekali tour guidenya jadi sulit untuk semua anggota keluarga saya berada di dalam foto yang sama.
7	Karyawannya judes, tidak ramah padahal saya memberinya senyuman tapi mereka tidak berbalik senyum pada saya.
8	Karyawannya memakan titipan makanan yang saya titipkan saya tahu karena tidak sengaja saya melihatnya dan itu saya rasa sangat tidak sopan.
9	Saya complain hp saya hilang namun para karyawan malah tertawa tawa membuat saya merasa tidak nyaman, ditambah lagi tidak ada cctv di tempat seperti itu.
10	Sudah dua kali datang ke tempat ini dan tiap kali saya memasuki

No.	Keluhan
	toilet rasanya bau sekali, saya merasa tidak nyaman padahal saya melihat cleaning service selalu ada di depan toilet sepertinya cleaning servicenya kurang membersihkan toiletnya.
11	Lantainya kotor sepertinya karena kaki saya yang tidak menggunakan alas terasa kotor penuh debu, seharusnya cleaning servicenya membersihkannya dengan benar.
12	Tidak ada lift atau escalator sehingga salah kesulitan membawa bayi saya yang menggunakan stroller ditambah lagi karyawannya acuh dan tidak membantu saya membawa stroller dengan menaiki tangga.
13	Harganya sangat mahal ditambah saya kesini sendirian sehingga saya tidak mendapatkan apa-apa karena tidak ada yang memfotokan saya, saya ingin menyewa tour guide namun wahana kondisinya sedang sangat sepi tak ada satupun orang lewat.

No.	Keluhan
14	Anak saya kakinya sempat masuk ke wahana yang ada kayu jembatan itu sehingga harus segera mendapat pertolongan namun di dalam wahana tidak ada satupun karyawan yang terlihat.
15	Saya tidak diizinkan menggunakan sepatu untuk memasuki wahana, saya mempunyai penyakit dan saya tidak bisa melepas sepatu saya namun saya tetap tidak diperbolehkan masuk akhirnya sia-sia saya membeli tiket yang mahal itu.

Sumber : Hasil wawancara oleh peneliti, 2020

Berdasarkan Tabel 1.2 tersebut disimpulkan bahwa ada keluhan wisatawan yang berkaitan dengan kepuasan wisatawan yang perlu diperbaiki oleh pihak Amazing Art World terutama dalam pelayanan yang diberikan para karyawannya. Keluhan tersebut menunjukkan bahwa adanya kekurangan karyawan dan bahkan karyawan pun dinilai kurang sopan, kurang ramah, dan kurang gesit dalam membantu wisatawan, hal ini tentunya menjadi salah satu penyebab pengaruh penurunan jumlah pengunjung yang terjadi di Amazing Art World dari tahun ke tahun. Keluhan-keluhan tersebut tentunya akan berakibat fatal dan membuat wisatawan kecewa atas pelayanan yang diberikan dan dapat mengurungkan niat untuk melakukan kunjungan berulang.

Selain itu pula, didapatkan ulasan-ulasan dari wisatawan mengenai pelayanan di Amazing Art World Bandung.

TABEL 1. 3
REVIEW WISATAWAN

No.	Ulasan
1.	<p>Lokasi tidak terlalu naik ke Lembang, jadi masih enak dikunjungi setelah atau sebelum naik ke Lembang.</p> <p>Tempat parkir luas sekali.</p> <p>HTM agak mahal, tapi memang worthed dengan seni yang dipamerkan di dalam.</p> <p>Waktu itu saya mengunjungi AAW ini saat hari kerja, jadi agak sepi pengunjung, dan yang sangat mengganggu adalah saat ada pengunjung, malah ada perbaikan di beberapa spot. Perbaikannya yaitu pengecatan kembali.</p> <p>Yang mau saya tekankan, akankah lebih baik maintanancenya saat sudah tutup jam operasional, jadi tidak mengganggu pengunjung.</p> <p>Walaupun sedikit yang berkunjung, ini sangat mengecewakan karena saya jadi tidak bisa menikmati semua spot yang ada. Padahal saya kan bayar juga.</p> <p>Selain itu juga bau cat dan tiner karena maintanancenya, sehingga membuat tidak nyaman.</p> <p>Staf juga kurang ramah.</p> <p>Untuk sekali oke lah, kalau diminta ke sana lagi, better not.</p>
2.	<p>Bagus banget, menarik, kreatif banget ga bosan2 ambil gambar berulang ulang, sayangnya ga ada petugas atau penjaga didlm area tsb Untuk memberikan pengarahannya atau petunjuk cara foto Yg sesuai.</p>
3.	<p>Koleksinya banyak.. Sayang terlalu ramai hingga agak susah berfoto.. Akan lebih baik jika disediakan staff di dalam untuk membantu proses foto seperti yang ada di Semarang.</p>
4.	<p>Menarik tempatnya, lukisan 3D seperti nyata, buat foto2 keren, banyak tempat spot buat foto2, Bagus sih tempatnya tp tiketnya mahal 150.000/org.</p>

No.	Ulasan
5.	Parah pelayanannya kurang servis buat kru bus nya ga ada apa2...kopi ga ada...sangat malas kalaw ada job ke sini...ga mau yg ke 2 kalinya lagi..

Sumber : Tripadvisor & Google

Berdasarkan Tabel 1.3 tersebut diketahui banyak wisatawan yang mengeluh akan kualitas pelayanan yang didapatkan di Amazing Art World Bandung.

Selain itu pula didapatkan beberapa tanggapan karyawan mengenai adanya keluhan dari wisatawan.

TABEL 1. 4
TANGGAPAN KARYAWAN MENGENAI KELUHAN WISATAWAN

No.	Tanggapan Karyawan
1.	Kami sudah memberikan pelayanan terbaik namun untuk saat ini tidak ada karyawan yang berjaga di area wahana karena keterbatasan jumlah karyawan disini sehingga banyak wisatawan yang sering mengeluh tidak ada yang membantu berfoto.
2.	Banyak wisatawan yang tidak mematuhi aturan seperti tidak boleh membawa makanan atau minuman ke area wahana jadi kami terkadang perlu tegas kepada wisatawan namun sering kali karena itu kami dianggap tidak ramah.
3.	Karyawan disini sangat terbatas sehingga tidak seluruhnya kebersihan area terpantau dengan baik.

Sumber : Wawancara Peneliti, 2020

Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, misalnya dengan memperhatikan faktor kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam produk jasanya maka akan memberikan keuntungan dibandingkan dengan memberikan kualitas pelayanan yang kurang baik. (Nopriana, 2018)

Kepuasan wisatawan biasanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan penyedia jasa. Kepuasan tersebut akan muncul setelah seseorang

mengalami pengalaman dari kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa tersebut. Bloemer dkk dalam Sutarso (2008)

Pelayanan yang baik biasanya dihasilkan oleh Sumber Daya Manusia yang berkompeten di bidangnya. Sumber Daya Manusia yang berkompeten harus berasal dari bibit berkualitas (Iskandar, Marhanah, & Kusumah, 2015).

Beberapa upaya yang telah dilakukan oleh pihak Amazing Art World untuk meningkatkan kepuasan wisatawan yaitu dengan cara menurunkan harga, meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kualitas fasilitas. (Sumber : Pengelola Amazing Art World Bandung)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dari itu peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai, **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM BERWISATA DI AMAZING ART WORLD BANDUNG"** .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan di Amazing Art World Bandung?
2. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan di Amazing Art World Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Amazing Art World?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan di Amazing Art World Bandung.
2. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan di Amazing Art World Bandung.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Amazing Art World Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut yaitu:

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Manfaat Bagi peneliti adalah memberikan suatu pengalaman yang baru berkaitan dengan penelitian, serta melatih kemampuan diri untuk dapat mengidentifikasi dan menganalisis suatu permasalahan yang terjadi pada suatu kawasan secara sistematis dengan mengaplikasikan teori yang selama ini diperoleh.

b. Bagi Pengelola dan Instansi terkait

Sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola dan instansi terkait, dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Amazing Art World.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat dijadikan suatu referensi bagi penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan di suatu kawasan wisata.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

BAB I berisi uraian tentang pendahuluan dan merupakan bagian awal dari skripsi yang terdiri dari :

1. Latar Belakang Penelitian
2. Perumusan Masalah
3. Tujuan Penelitian
4. Manfaat Penelitian
5. Struktur Organisasi Skripsi

BAB II berisi uraian tentang kajian pustaka, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Kajian pustaka mempunyai peran yang sangat penting, kajian pustaka berfungsi sebagai landasan teoritik dalam menyusun pertanyaan penelitian, tujuan, serta hipotesis, BAB II terdiri dari :

1. Pembahasan teori-teori dan konsep dan turunannya dalam bidang yang dikaji.

BAB III berisi penjabaran yang rinci mengenai metode penelitian yang terdiri dari :

1. Waktu, tempat penelitian, populasi dan sampel.
2. Desain, metode, dan rancangan penelitian.

3. Definisi operasional.
4. Pengembangan instrument antara lain : pengujian Validitas, Reliabilitas, dan hasil uji Validitas dan Reliabilitas.
5. Teknik pengumpulan data.
6. Teknik analisis data.

Untuk penelitian kuantitatif pengujian validitas dan reliabilitas instrument serta analisis data dilakukan dengan beberapa tahap, mungkin menggunakan software tertentu, disini saya menggunakan *SPSS 20 for Windows*.

BAB IV berisi tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari :

1. Pengolahan data atau analisis data
2. Pemaparan data kuantitatif
3. Pembahasan dan penelitian

BAB V menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis dan temuan penelitian. Ada dua alternatif cara penulisan kesimpulan, yakni dengan cara butir demi butir atau dengan uraian padat, BAB V terdiri dari :

1. Kesimpulan
2. Saran