

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Indonesia sebagai negara kepulauan mempunyai sektor pariwisata yang sangat berpotensi, berbagai macam daya tarik telah ditawarkan di Indonesia tidak hanya keindahan alam melainkan berbagai tempat di Indonesia bisa dijadikan objek pariwisata, seperti bangunan-bangunan bersejarah, tempat makan, maupun kawasan belanja. Tidak sedikit wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik datang untuk menikmati objek wisata yang ada di Indonesia. Dari data statistik berikut bisa dilihat perkembangan kunjungan wisatawan yang datang ke Indonesia dari tahun ke tahun.

TABEL 1.1
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DI
INDONESIA TAHUN 2004 - 2010

Tahun	Jumlah wisatawan	Pertumbuhan (%)	Rata-Rata Lama Tinggal (Hari)	Rata-Rata Pengeluaran Per Orang (USD)		Penerimaan devisa	
				Per Hari	Per Kunjungan	Juta USD	Pertumbuhan (%)
2004	5.321.165	19,12	9,47	95,17	901,66	4.797,90	18,85
2005	5.002.101	-6,00	9,05	99,86	904,00	4.521,90	-5,75
2006	4.871.351	-2,61	9,09	100,48	913,09	4.447,98	-1,63
2007	5.505.759	13,02	9,02	107,70	970,98	5.345,98	20,19
2008	6.234.497	13,24	8,58	137,38	1.178,54	7.347,60	37,44
2009	6.323.730	1,43	7,69	129,57	995,93	6.297,99	-14,29
2010	7.002.944	10,74	8,04	135,01	1.085,75	7.603,45	20,73

Sumber : Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia

TABEL 1.2
STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK DI INDONESIA
TAHUN 2004 – 2010

Tahun	Jumlah Wisatawan Domestik	Perjalanan (ribuan)	Rata-rata lama tinggal (hari)	Total pengeluaran (triliun Rp)
2004	111.352.000	202.763	1,82	71,70
2005	112.701.000	198.359	1,76	74,72
2006	114.270.000	204.553	1,93	88,21
2007	115.335.000	222.389	1,92	108,96
2008	117.213.000	225.041	1,92	123,17
2009	119.944.000	229.731	1,92	137,91
2010	122.312.000	234.377	1,92	150,49

Sumber : Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia

Dari data kunjungan wisatawan di atas cukup membuktikan bahwa sektor pariwisata di Indonesia sudah berkembang dan telah menjadi daya tarik bagi para wisatawan yang selanjutnya akan terus digalakan untuk menyumbang devisa negara non migas, untuk itu pemerintah harus benar-benar bekerja keras dalam memajukan sektor pariwisata ini. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan cara membenahi daerah-daerah yang masih belum tertata dan menonjolkan potensi yang ada di daerah tersebut serta membekali masyarakat Indonesia tentang pentingnya pariwisata. Melihat adanya peluang besar dari industri pariwisata maka kebutuhan terhadap industri perhotelan harus semakin baik, karena salah satu faktor kenyamanan wisatawan dalam berwisata adalah dengan adanya hotel/akomodasi yang berkualitas yang bisa menunjang semua kebutuhan para wisatawan.

Di seluruh wilayah Indonesia untuk saat ini sudah banyak tersebar hotel-hotel berbintang 4 ataupun berbintang 5 yang memiliki fasilitas lengkap sehingga para wisatawan bisa mengunjungi Indonesia tanpa terhalang oleh

akomodasi. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dari tahun ke tahun tingkat hunian hotel di Indonesia terus meningkat, berikut data tingkat hunian kamar hotel berbintang yang tersebar di seluruh provinsi Indonesia.

TABEL 1.3
PERBANDINGAN TINGKAT HUNIAN KAMAR (THK)
HOTEL BERBINTANG
TAHUN 2011 DAN 2010

No	Provinsi	Januari		Februari	
		2011	2010	2011	2010
1	Sumatera Utara	42,57 %	37,07 %	44,49 %	35,87 %
2	Sumatera Barat	40,05 %	41,08 %	40,37 %	44,85 %
3	DKI Jakarta	56,41 %	52,55 %	58,01 %	47,22 %
4	Jawa Barat	48,40 %	48,40 %	48,74 %	46,62 %
5	Jawa Tengah	38,54 %	39,45 %	41,71 %	38,47 %
6	DI Yogyakarta	37,40 %	47,28 %	45,47 %	45,19 %
7	Jawa Timur	46,58 %	43,72 %	47,10 %	51,11 %
8	Bali	64,66 %	53,21 %	62,23 %	56,91 %
9	Sulawesi Utara	32,88 %	34,59 %	34,39 %	47,35 %
10	Sulawesi Selatan	39,90 %	36,05 %	40,05 %	41,71 %
11	Sulawesi Tengah	70,01 %	57,50 %	68,90 %	64,27 %
12	Kalimantan Timur	55,35%	45,26 %	53,78 %	52,51 %
13	Kalimantan Selatan	58,11 %	52,61 %	55,57 %	55,70 %
14	Kalimantan Barat	32,61 %	40,18 %	38,63 %	34,61 %
15	Riau	39,14 %	37,55 %	46,04 %	40,60 %
16	NTB	40,22 %	37,18 %	45,46 %	37,61 %
17	Kepulauan Riau	35,61 %	34,03 %	41,90 %	38,97 %
18	Lampung	52,28 %	48,79 %	54,88 %	47,21 %
19	Jambi	47,80 %	47,81 %	40,70 %	45,67 %
20	Kep. Bangka Belitung	43,98 %	34,04 %	44,85 %	30,18 %
TOTAL		50,47 %	46,12 %	51,34 %	47,03 %
Kenaikan (poin)		4,35 %		4,30%	

Sumber : Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia

Berdasarkan data tersebut tingkat hunian kamar hotel berbintang di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan, yaitu sebanyak 4%. Hal ini menunjukkan bahwa hotel merupakan kebutuhan untuk para wisatawan dan sangat berpengaruh terhadap sektor pariwisata di Indonesia. Kenaikan tersebut

tidak hanya dialami oleh provinsi-provinsi yang sudah maju dalam sektor pariwisatanya seperti Bali ataupun Belitung namun untuk provinsi yang cukup tergolong baru sekalipun sudah mengalami peningkatan yang cukup pesat, seperti provinsi Kepulauan Riau yang mengalami peningkatan 3%-4% setiap tahunnya, hal ini bisa membuktikan adanya potensi pariwisata yang bisa menarik para wisatawan.

Kepulauan Riau merupakan Provinsi ke-32 di Indonesia yang mencakup Kota Tanjungpinang, Kota Batam, Kabupaten Bintan, Kabupaten Karimun, Kabupaten Natuna, Kabupaten Kepulauan Anambas dan Kabupaten Lingga. Adapun luas wilayahnya, yaitu sebesar 252.601 km², sekitar 95% merupakan lautan dan hanya sekitar 5% daratan. Kondisi ini sangat mendukung bagi pengembangan usaha budidaya perikanan maupun wisata pantai dan bahari. Salah satu daerah yang mempunyai potensi wisata bahari yang sangat baik adalah Kota Batam. Kota Batam dikelilingi oleh pantai-pantai yang sangat indah dan alami, seperti Pantai Sekilak, Pantai Mirota, Pantai Nongsa, Pantai Melur dan lain-lain, yang sering digunakan untuk kegiatan wisata seperti *snorkeling* maupun *diving*. Kota Batam juga menyajikan aneka bentuk sarana wisata lain, yaitu wisata seni dan budaya, wisata belanja, wisata ekonomi dan konferensi, serta wisata kemanusiaan. Banyaknya potensi wisata di Kota Batam membuat para pesaing bisnis membangun berbagai *resort* berstandar internasional. Salah satu resort yang menjadi unggulan Kota Batam adalah Nongsa Point Marina & Resort.

Nongsa Point Marina & Resort merupakan resort yang mempunyai fasilitas *berthing* berstandar internasional dengan fasilitas lain seperti hotel, *chalet*, *apartmet*, *restaurant*, *bar*, *function room*, kolam renang, dan lain-lain. Adapun untuk penjualan kamar, Nongsa Point Marina & Resort tidak mengalami kesulitan terbukti dengan data penjualan kamar berikut ini :

TABEL 1.4
DATA PENJUALAN KAMAR DI NONGSA POINT MARINA & RESORT BATAM TAHUN 2010

No	Bulan	Kamar terjual	Jumlah Tamu per Kamar
1	Januari	1144	4258
2	Februari	925	3446
3	Maret	906	3512
4	April	983	3576
5	Mei	1059	3852
6	Juni	892	3390
7	Juli	1275	4486
8	Agustus	970	3586
9	September	1201	4058
10	Oktober	922	3434
11	November	1299	4762
12	Desember	1326	4843
JUMLAH		12902	47203

Sumber : Nongsa Point Marina & Resort

Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan bahwa penjualan kamar di Nongsa Point Marina & Resort yang terjadi setiap bulannya sangat baik. Terutama pada Bulan November dan Desember, karena pada saat itu Nongsa Point Marina & Resort telah menyelenggarakan *event* tahunan khusus untuk *boaters* seperti Singapore Street Regatta, *Blue Water Rally* dan juga Neptune, serta bertepatan juga dengan hari-hari besar seperti Imlek, Christmas, dan New Year. Di balik keberhasilan yang telah diraih oleh suatu perusahaan tidak akan

lepas dari masalah-masalah yang mereka alami, sama halnya dengan Nongsa Point Marina & Resort.

Menurut penuturan *Room Division Manager* (RDM) Nongsa Point Marina & Resort, salah satu masalah yang sedang mereka hadapi untuk saat ini adalah banyaknya konsumen yang mengeluh akan kurangnya fasilitas wisata yang ada di Nongsa Point Marina & Resort. Dari data yang didapat tercatat hampir 80% tamu pada saat *weekend* diantarkan ke resort lain untuk menikmati fasilitas yang ada di resort tersebut. Hal itu diduga karena para konsumen tidak merasa puas akan fasilitas wisata yang dimiliki oleh Nongsa Point Marina & Resort.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu prioritas utama yang harus selalu diperhatikan dalam suatu perusahaan, karena dengan konsumen yang merasa puas maka dapat menciptakan loyalitas antara pelanggan dengan perusahaan, yang akan menguntungkan kedua belah pihak. Seperti yang telah diuraikan oleh Schnaars (Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, 2005) bahwa :

pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan

Konsumen yang merasa tidak puas mempunyai kemungkinan akan merubah perilaku keputusan belinya, dalam hal ini para konsumen akan mencari alternatif resort lain untuk meningkatkan kepuasan sehingga menyebabkan konsumen tersebut berpindah. Di samping itu hal tersebut akan

menimbulkan citra negatif dari konsumen yang menyebabkan mereka enggan datang untuk kedua kalinya, dan juga akan berdampak buruk bagi pendapatan resort.

Oleh karena itu Nongsa Point Marina & Resort harus bisa menghadapi sumber masalah tersebut yaitu kurangnya fasilitas wisata. Karena fasilitas di suatu resort merupakan hal yang cukup penting untuk menunjang semua kebutuhan wisatawan, seperti yang dikemukakan oleh Fred Lawson & Manuel Boud-Bovy (1977:245) fasilitas wisata adalah:

fasilitas pendukung kegiatan wisata seorang pengunjung harian atau seorang wisatawan, walaupun fasilitas bukanlah hal utama yang bisa menjadikan konsumen merasa puas, namun dengan adanya fasilitas akan memudahkan segala bentuk kegiatan yang akan dilakukan oleh para konsumen.

Hal ini juga dibenarkan oleh pernyataan dari Bukart dan Medlik (1974:133):

fasilitas bukanlah faktor utama yang dapat menstimulasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Pada intinya fungsi fasilitas haruslah bersifat melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/wisatawan yang dilakukan dalam rangka mendapat pengalaman rekreasi. Disamping itu fasilitas dapat pula menjadi daya tarik wisata.

Hal-hal yang harus dilakukan untuk menangani masalah yang terjadi di Nongsa Point Marina & Resort diantaranya, dengan cara memperbaiki fasilitas-fasilitas yang sudah rusak, menambah beberapa fasilitas yang dibutuhkan oleh para konsumen dan menjaga fasilitas-fasilitas yang tersedia.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dan membahasnya menjadi karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan mengambil judul :

“Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen di Nongsa Point Marina & Resort Batam”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut, maka yang menjadi identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fasilitas wisata di Nongsa Point Marina & Resort Batam ?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di Nongsa Point Marina & Resort Batam ?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen di Nongsa Point Marina & Resort Batam ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis di Nongsa Point Marina & Resort adalah :

1. Untuk mengidentifikasi bagaimana fasilitas wisata di Nongsa Point Marina & Resort Batam
2. Untuk mengidentifikasi bagaimana kepuasan konsumen di Nongsa Point Marina & Resort Batam
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen di Nongsa Point Marina & Resort Batam

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang bermanfaat bagi semua pihak, diantaranya yaitu :

1. Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis khususnya mengenai fasilitas wisata di Nongsa Point Marina & Resort Batam sebagai alat dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga penulis dapat memahami lebih jauh lagi dalam prakteknya dilapangan

2. Perusahaan

Sebagai bahan masukan, perbandingan dan pertimbangan dalam membuat rencana dan mengevaluasi program pemasaran serta memperbaiki pengambilan keputusan khususnya yang berkaitan dengan fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen.

3. Akademi

Dengan harapan semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi yang memerlukan dengan kajian penelitian yang sama.

E. Definisi Istilah

Menurut Kelingers (Asep Hermawan, 2005: 188) definisi istilah atau disebut juga sebagai definisi konstitutif adalah “ mendefinisikan suatu konstruk atau konsep dengan konstruk atau konsep lainnya”. Berikut definisi istilah dalam penelitian ini :

1. Resort

Resort merupakan suatu kawasan wisata yang di dalamnya terdapat sarana akomodasi dan sarana hiburan sebagai penunjang kegiatan wisata.

2. Fasilitas wisata

Fasilitas berasal dari bahasa Belanda, yaitu *faciliteit* yang artinya prasarana atau wahana untuk melakukan atau mempermudah sesuatu. Sehingga fasilitas pariwisata dapat diartikan sebagai sarana untuk melancarkan fungsi dalam bidang pariwisata, dalam pengembangan sebuah objek wisata dibutuhkan adanya fasilitas yang berfungsi sebagai pelengkap dan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan yang bermacam-macam.

3. Kepuasan konsumen

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (artinya melakukan atau membuat), sehingga secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai "upaya untuk pemenuhan sesuatu". Hal itu ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan konsumen menjadi sesuatu yang kompleks.

F. Hipotesis

Sugiyono (2011:64) mengemukakan definisi hipotesis sebagai berikut :

jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Hipotesis dapat dibedakan menjadi dua, yaitu hipotesis penelitian dan hipotesis statistik. Pengertian hipotesis penelitian seperti telah dikemukakan di atas. Selanjutnya hipotesis statistik itu ada, bila penelitian bekerja dengan sampel. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Terdapat Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen di Nongsa Point Marina & Resort “.

Hal ini diperkuat dengan adanya premis, yaitu teori dari Bukart dan Medlik (1974:133)

fasilitas bukanlah faktor utama yang dapat menstimulasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Pada intinya fungsi fasilitas haruslah bersifat melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/wisatawan yang dilakukan dalam rangka mendapat pengalaman rekreasi. Disamping itu fasilitas dapat pula menjadi daya tarik wisata.