

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, keterbukaan pasar mengakibatkan persaingan produk dan jasa dalam satu pasar semakin banyak. Hal inipun menjadikan munculnya persaingan antar produsen dalam pemenuhan kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan pelanggan yang optimal, sebab tujuan mendasar dari suatu bisnis ialah menghasilkan kepuasan pelanggan. Memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik merupakan salah satu cara untuk memuaskan konsumen. Semakin majunya zaman, semakin besar mobilitas aktivitas manusia, dan jadwal kerja yang makin berantakan menyebabkan kebutuhan hidup manusia juga makin meningkat, sehingga manusia tidak lagi bekerja semata-mata dalam mencukupi kebutuhan sandang, pangan, dan papan, namun juga bagi keperluan mereka akan rekreasi dan hiburan. Rekreasi adalah aspek terpenting dari keberadaan manusia, sebab tergolong sarana untuk meremajakan tubuh dan pikiran sesudah seharian bekerja melalui mengunjungi tempat-tempat di mana individu bisa bersantai, bermain, dan bersenang-senang dengan keluarga mereka.

Mengacu pada Devismayasari dan Prasetyawan (2015) apabila kebutuhan rekreasi seseorang tercukupi, ia akan memperoleh sejumlah manfaat, termasuk peningkatan kreativitas, kepuasan, dan kepuasannya. Dengan kata lain, manusia membutuhkan rekreasi untuk menghilangkan rutinitas yang monoton dan mengembalikan kesenangan dalam hidupnya. Sehingga, seseorang rela

membelanjakan penghasilannya guna memenuhi kebutuhan rekreasinya, yang merupakan peluang bisnis yang luar biasa untuk wirausahawan. Potensi bisnis tempat rekreasi tidak terlepas dari kenyataan bahwa setiap orang pasti ingin keluar dari aktivitas kerja yang monoton dan melelahkan, dan justru menghabiskan waktu bersama keluarga atau teman dekat di tempat yang dapat mereka nikmati dan bersenang-senang. Hal inipun menunjukkan adanya pasar yang besar bagi industri rekreasi karena rekreasi biasanya dilaksanakan dengan berkelompok, misalnya tamasya keluarga. Salah satu tempat rekreasi bersama keluarga adalah *Waterpark*.

Waterpark merupakan wahana rekreasi dengan menggunakan *pola aplikasi Engineered Water Pleasure*. Dengan garis besar, *Waterpark* diartikan selaku taman rekreasi air atau tempat bermain air seperti seluncuran, bantalan air, kolam arus/sungai malas, kolam gelombang/kolam ombak dan tempat bermain air lainnya.

George Millay adalah orang yang pertama kali membangun dan memperkenalkan *Waterpark* di dunia. Beliau juga pendiri *Sea World* (1970) dan *Wet'n Wild Waterpark* (1977) di Orlando, USA. Taman rekreasi *waterpark* dijadikan sebagai wahana rekreasi favorit masyarakat dunia, tak terkecuali di Indonesia. Tren *waterpark* di Indonesia sudah booming sejak 10 tahun terakhir di berbagai daerah.

Di daerah Bali sudah banyak *waterpark* yang ada tersebar di seluruh Bali. Salah satu *waterpark* yang ada di Bali yakni *Nirmala Waterpark Ungasan*. *Nirmala Waterpark Ungasan* yang beralamatkan di Jalan Raya Ungasan, Kuta Selatan yang dibuka pada tahun 2011. Wahana bermain ini memiliki konsep *Water Recreation* yang artinya *Nirmala Waterpark* tidak hanya untuk hiburan saja, namun juga untuk meningkatkan edukasi di dalam lingkungan rekreasi keluarga sehingga pas bagi tempat wisata di Bali untuk anak dan keluarga. Namun seiring berjalannya waktu,

semakin banyaknya pesaing yang muncul yang mengakibatkan ketatnya persaingan. Persaingan tersebut akan berpengaruh ke hasil pendapatan. Adapun data pendapatan Nirmala *Waterpark* Ungasan dari bulan Maret hingga Oktober 2022 seperti nampak pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Data Pendapatan Nirmala *Waterpark* Ungasan periode Maret – Oktober 2022

Bulan	Data Pendapatan (Rupiah)
Maret	15.084.000
April	23.050.000
Mei	48.667.500
Juni	47.418.200
Juli	44.373.500
Agustus	40.581.000
September	41.505.000
Oktober	39.642.000

Sumber : Nirmala *Waterpark* Ungasan

Pada Tabel 1.1 dapat diketahui data pendapatan Nirmala *Waterpark*. Pendapatan Nirmala *Waterpark* Ungasan berasal dari penjualan tiket dewasa, tiket anak, tiket pengantar, tiket gazebo, tiket sekolah, tiket pelampung, foodcourt, dan pendapatan sewa tempat. Data pendapatan diambil dari bulan Maret 2022 dikarenakan seluruh aktivitas dimulai dari bulan Maret setelah pandemi. Pada bulan Maret 2022 hingga Mei 2022 penjualan mengalami kenaikan sedangkan dari bulan Juni 2022 sampai Oktober 2022 mengalami kemerosotan. Banyaknya persaingan yang begitu kompetitif pada bisnis rekreasi di Bali, dengan demikian dibutuhkan kegiatan pemasaran yang efektif dari Nirmala *Waterpark* supaya para konsumen merasakan puas yang sesuai dengan harapannya

Menurut Kotler (2018) Secara umum, kepuasan adalah kesenangan atau ketidaksenangan yang dialami seseorang ketika membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk dengan harapan mereka. Dalam upaya menilai seberapa

besar tingkat kepuasan konsumen pada wahana bermain Nirmala *Waterpark* Jimbaran, dengan demikian sebelumnya telah dilaksanakan kuesioner awal terhadap 10 informan. berlandaskan Tjiptono (2014) tersedia 4 indikator yang memberikan pengaruh bagi kepuasan konsumen diantaranya kualitas produk (Y1), kualitas layanan (Y2), emosional (Y3), Harga (Y4). Dibawah ini perolehan kuesioner awal pada 10 responden pengunjung wahana bermain Nirmala *Waterpark* Ungasan.

Tabel 1.2
Observasi Awal Variabel Kepuasan Konsumen

No	Skor Kepuasan Konsumen				Total	Kategori
	Y1	Y2	Y3	Y4		
1	3	4	4	4	15	Sangat tinggi
2	4	4	4	4	16	Sangat tinggi
3	4	5	4	5	18	Sangat tinggi
4	3	3	4	5	15	Sangat tinggi
5	4	3	3	4	14	Sangat tinggi
6	4	3	4	3	14	Sangat tinggi
7	4	4	3	3	14	Sangat tinggi
8	3	3	3	3	12	Tinggi
9	4	5	4	3	16	Sangat tinggi
10	3	3	3	4	13	Tinggi
Jumlah	36	37	36	38	146	Tinggi

Tabel 1.2 menunjukkan penilaian pengunjung terhadap kepuasan konsumen di wahana bermain Nirmala *Waterpark* Ungasan yang tergolong tinggi. Indikator harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen. Harga ialah nilai atas produk atau jasa yang ditukarkan untuk mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa. Tingginya kepuasan konsumen pada wahana bermain Nirmala *Waterpark* di Ungasan disebabkan oleh harga yang bersaing dan mutu pelayanan yang memadai. Hal ini senada dengan teori yang dijelaskan Kotler (2008) yang mengatakan ada sejumlah hal yang dipengaruhi bagi kepuasan

konsumen yaitu kualitas pelayanan dan harga. Kualitas layanan yang baik ialah faktor terpenting bagi sebuah bisnis. Kualitas layanan adalah evaluasi konsumen terhadap standar layanan yang diterima atau dirasakan dibandingkan dengan tingkat harapan (Lupiyadi, 2013). (Lupiyadi, 2013).

Menurut Tjiptono (2019) kualitas layanan mengacu pada sejumlah bagian yang mencakup keahlian dalam memberi layanan secara segera dan memuaskan (*reliability*), keinginan staf dalam memberikan bantuan terhadap pelanggannya dan memberi layanan yang tanggap (*responsiveness*), pengetahuan, sopan, dan sifat bisa dipercayai, bebas bahaya, resiko ataupun keraguan (*assurance*), kemudahan didalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pengertian terkait keperluan individual pelanggan (*emphaty*), mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, staff, dan sarana komunikasi (*tangibles*). Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden pengunjung wahana bermain Nirmala *Waterpark* Ungasan.

Tabel 1.3
Observasi awal Variabel Kualitas Pelayanan

No	Skor Kualitas Pelayanan					Total	Kategori
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
1	4	4	4	4	4	20	Tinggi
2	3	4	4	4	3	18	Tinggi
3	4	5	3	3	4	19	Tinggi
4	4	4	4	4	3	19	Tinggi
5	3	3	3	3	4	16	Tinggi
6	3	3	3	3	3	15	Sedang
7	5	4	5	4	4	22	Sangat tinggi
8	4	4	4	4	3	19	Tinggi
9	4	3	3	3	4	17	Tinggi
10	4	5	5	5	5	24	Sangat tinggi
Jumlah	38	39	38	37	37	189	Tinggi

Tabel 1.3 menunjukkan penilaian pengunjung terhadap kualitas pelayanan wahana bermain Nirmala *Waterpark* Ungasan termasuk tinggi. Indikator

responsiveness memiliki pengaruh paling besar terhadap kualitas pelayanan. *Responsiveness* merupakan kesediaan membantu pengunjung dalam memberikan jasa dengan cepat. Perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan dengan respon layanan yang cepat dan tanggap akan menjadi daya tarik pengunjung untuk berkunjung ke wahana bermain Nirmala *Waterpark* Ungasan. Kunci kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan akan terletak pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Apabila perusahaan memberikan pelayanan prima kepada konsumen, mereka akan merasa puas dan menganggap bahwa perusahaan tersebut profesional dalam memberikan pelayanan. Namun jika pelayanan perusahaan kepada konsumen buruk, konsumen akan beranggapan bahwa perusahaan kurang profesional dalam memberikan pelayanannya. Tujuan dari kualitas pelayanan yaitu membantu memudahkan konsumen dalam menjalankan kegiatan bisnis baik untuk pengguna jasa maupun barang, perusahaan wajib memberi layanan maksimal terhadap konsumennya, sebab kualitas layanan mempunyai kaitan erat dengan rasa puas konsumen. Makin baiknya kualitas layanan yang diberi terhadap konsumen, dengan demikian makin tingginya tingkat kepuasan dan harapan konsumen.

Penelitian Lutfiyani dan Eunis (2019) membuktikan bawasanya kualitas pelayanan mempunyai bukti yang kuat memberikan pengaruh bagi tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini senada dengan studi yang dilaksanakan Martua (2018) memperlihatkan kualitas pelayanan mempunyai dampak signifikan bagi kepuasan pelanggan. Akan tetapi pendapat Stantia (2018) berbanding terbalik dengan penelitian diatas yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh negatif signifikan pada kepuasan konsumen.

Selain kualitas pelayanan, harga juga mempunyai factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga ialah jumlah uang yang dikenakan untuk sebuah barang ataupun jasa, ataupun jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen dalam mendapatkan kegunaan dari mempunyai ataupun mempergunakan sebuah barang maupun jasa (Kotler dan Armstrong, 2008). Mengacu kepada Tjiptono (2019) satu-satunya komponen formula pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi bisnis adalah harga. Harga yang bersaing dipasar dengan kualitas serta kegunaan yang dirasakan konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen bagi produk atau jasa. Mengacu pada kotler dan Armstrong (2008) ada 4 indikator harga yakni: Harga yang Terjangkau (X2.1), penyesuaian harga terhadap produk (X2.2), daya saing harga (X2.3), penyesuaian harga terhadap kegunaan (X2.4). Dibawah ini perolehan observasi awal terhadap 10 responden pengunjung wahana bermain Nirmala *Waterpark* Ungasan.

Tabel 1.4
Observasi Awal Variabel Harga

No	Skor Harga				Total	Kategori
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		
1	4	3	3	4	14	Tinggi
2	3	3	3	4	13	Tinggi
3	4	4	5	4	17	Sangat tinggi
4	4	4	3	4	15	Tinggi
5	5	4	4	5	18	Sangat tinggi
6	3	4	4	5	16	Tinggi
7	4	4	3	4	15	Tinggi
8	3	4	3	4	14	Tinggi
9	3	4	3	4	14	Tinggi
10	4	4	3	4	15	Tinggi
Jumlah	37	38	34	42	151	Tinggi

Tabel 1.4 memperlihatkan penilaian pengunjung terhadap harga pada wahana bermain Nirmala *Waterpark* Ungasan yang tergolong tinggi. Indikator

kesesuaian harga melalui manfaat memiliki dampak mendominasi bagi variabel harga. Kesesuaian harga dengan manfaat merupakan metrik perusahaan yang menunjukkan apakah harga suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen sebanding dengan manfaat yang diberikannya. Harga adalah sesuatu yang dapat dikelola, dan itu menentukan apakah konsumen menerima suatu produk atau tidak. Harga ditentukan semata-mata oleh kebijakan perusahaan, dengan berbagai faktor diperhitungkan. Perusahaan wajib terus memperhatikan harga yang ditentukan bagi pesaing supaya harga mereka sendiri tidak terlalu rendah ataupun sebaliknya. Kepuasan konsumen akan muncul saat konsumen merasakan kepuasan terhadap layanan yang didapatkannya dan sesuai dengan harga yang dibebankan. Hasil studi Ngadino (2019) mengungkapkan bahwasanya produk, harga, dan kualitas pelayanan memberikan dampak positif bagi kepuasan konsumen. Anggriana (2017) juga mendapatkan hasil positif jika harga, promosi dan kualitas pelayanan dengan simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Akan tetapi studi yang dilaksanakan Kurniawati (2019) berbanding terbalik. Perolehan temuan tersebut mengungkapkan bahwasanya hanya kualitas pelayanan saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan harga dan brand image tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Oktarini (2019) juga mengungkapkan bahwasanya harga memberikan pengaruhnya dengan negatif bagi kepuasan konsumen

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini memilih Nirmala Waterpark Ungasan sebagai subjek penelitian karena berdasarkan data penjualan dalam lima bula terakhir yang mengalami penurunan dan semakin banyaknya persaingan bisnis rekreasi lainnya serta adanya ketidak konsistenan dari penelitian

terdahulu yang membuat peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul
“Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Nirmala *Waterpark* Ungasan”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan penelitian latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian pada Nirmala *Waterpark* sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan pendapatan perbulan Nirmala *Waterpark* Ungasan dalam lima bulan terakhir
2. Semakin banyaknya pesaing dan beragamnya wahana bermain yang ada di daerah sekitaran Nirmala *Waterpark* yang membuat Nirmala *Waterpark* untuk membentuk kualitas pelayanan yang kuat dan harga yang bersaing untuk memenangkan persaingan
3. Terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen
4. Adanya kesenjangan hasil penelitian terkait kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah pada Nirmala *Waterpark*, maka pembahasan penelitian ini terbatas pada kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada wahana bermain *Nirmala Waterpark* di Ungasan?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada wahana bermain *Nirmala Waterpark* di Ungasan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada wahana bermain *Nirmala Waterpark* di Ungasan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada wahana bermain *Nirmala Waterpark* di Ungasan
2. Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada wahana bermain *Nirmala Waterpark* di Ungasan
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada wahana bermain *Nirmala Waterpark* di Ungasan

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran yang terkait dengan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen Nirmala *Waterpark* dalam menentukan kebijakan melalui informasi yang didapatkan dalam penelitian ini, khususnya mengenai kualitas pelayanan dan harga dalam kepuasan konsumen pada wahana bermain Nirmala *Waterpark*

