

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang ini kebutuhan akan hiburan menjadi hal penting untuk mengatasi kejenuhan aktivitas sehari-hari, tingginya aktivitas dan mobilitas sehari-hari membuat masyarakat mencari entertainment/hiburan yang dapat melepaskan penat sekaligus menjadi sarana untuk berkumpul bersama keluarga dan teman. Melihat kesempatan ini perusahaan berlomba-lomba menghadirkan wahana dan sarana hiburan.

Semakin berkembangnya wahana/sarana hiburan di kawasan Jabodetabek membuat perusahaan semakin gencar menghadirkan wahana yang inovatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu wahana hiburan yang kini semakin diminati yaitu waterpark. Waterpark atau taman bermain air kini banyak dibangun sebagai jawaban atas tuntutan berbagai kemudahan yang dicari oleh masyarakat yaitu sebagai sarana bermain yang edukatif sekaligus bersifat menghibur. Tiap Waterpark pada umumnya selalu menawarkan tema yang berbeda beda. Sebagian besar waterpark yang bermunculan saat ini bersifat tematik, artinya, ornament-ornamen yang dibuat pengelola menunjukkan suatu cerita yang berhubungan dengan dunia air. Contoh : Ocean Park Water Adventure menggunakan tema pantai dan laut, Marcopolo Waterpark Serpong menawarkan tema konsep taman air diatas mal.

Berikut adalah daftar waterpark yang terdapat di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) :

Tabel 1.1

Daftar Waterpark di Wilayah Jabodetabek

No	Nama Wisata Air	Perusahaan	Lokasi
1	The Jungle Bogor Nirwana Water Adventure	PT. Bakrieland Development Tbk.	Bogor
2	Ocean Park Water Adventure	PT. Bumi Serpong Damai	Tangerang
3	Waterboom Lippo Cikarang	Grup Lippo	Cikarang, Bekasi
4	Waterboom Jakarta, Pantai Indah Kapuk	Grup Agung Sedayu	Jakarta
5	Marcopolo Waterpark Serpong	Grup Gapuraprima	Tangerang
6	Snowbay Waterpark, Taman Mini Indonesia Indah	PT. Arum Investment Indonesia	Jakarta
7	Depok Fantasi Waterpak, Grand depok city	PT. Ciptagraha Konstruksindo	Depok
8	Atlantis Water Adventure, Ancol Jakarta Baycity	PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk.	Ancol, Jakarta
9	Waterpark Eldorado, Kota Legenda Cibubur	PT. Duta Pertiwi Tbk.	Cibubur, Jakarta
10	Pondok Indah Waterpark	PT. Metropolitan Kentjana Tbk.	Jakarta
11	Marcopolo Water Adventures, Bukit Cimanggu Villa	Grup Gapuraprima	Bogor
12	Mutiara Waterpark	PT. Hestha Buwana Pratita	Serang, Banten

Sumber : Data diolah peneliti

Dengan banyaknya persaingan wahana hiburan *waterpark*. Aspek-aspek seperti lokasi yang strategis sehingga mudah diakses masyarakat dan juga harga yang terjangkau oleh konsumen menjadi hal penting bagi kepuasan konsumen.

Marcopolo Waterpark Serpong (Marcopolo Water Adventure) adalah taman rekreasi air pertama di Indonesia yang berada di atas Gedung dengan ketinggian 50 meter diatas permukaan air laut. Marcopolo Waterpark Serpong terletak di Jalan MH. Thamrin KM 2,7 Serpong, Tangerang Selatan. Taman

permainan air tersebut berbeda dibanding water park kebanyakan karena dibangun di lantai kelima Serpong Town Square. Serpong town square sendiri yang dahulu berkonsep mal telah mengkonversi menjadi CBD Serpong yang kini terdiri dari ruko, apartemen, dan hotel. Namun sepiunya pengunjung ruko dan usaha yang berada di kawasan tersebut membuat waterpark ini kurang populer dan diminati oleh konsumen.

Lokasi yang kurang strategis menjadi keluhan bagi konsumen Marcopolo Waterpark Serpong dikarenakan akses jalan menuju serpong town square yang harus dilalui dengan jalan tol karawaci menuju tol kebon nanas. Sehingga banyak konsumen dari arah Tangerang Karawaci dengan kendaraan bermotor ataupun tidak berkendara harus memutar jauh melalui jalan raya Serpong. Hal ini menjadi keluhan karena konsumen tersebut harus menghabiskan waktu 20 hingga 30 menit lebih lama.¹

Selain lokasi yang sulit dijangkau oleh konsumen berkendara bermotor ataupun tidak berkendara, lokasi Marcopolo Waterpark Serpong dinilai kurang memberikan kenyamanan, seperti diketahui bahwa sebelum menjadi sebuah Waterpark lokasi ini merupakan sebuah mall yang desain dan kegunaannya ditujukan untuk sebuah mall, dengan demikian tempat parkir yang disediakan untuk semua pengunjung Marcopolo Waterpark Serpong berada di lantai lima bersamaan dengan lokasi Marcopolo Waterpark Serpong, hal ini membuat para pengunjung berkendara bermotor dan tidak berkendara kurang nyaman karena selain tempat parkir yang agak jauh, jalan

¹ <http://myfidausfamily.wordpress.com23juli2011>

menuju parkir kelantai lima cukup menanjak sehingga menyulitkan pengunjung berkendara bermotor dan pengunjung yang tidak berkendara karena harus berjalan melalui tangga hingga lantai lima.²

Selain lokasi yang kurang strategis dan nyaman, Marcopolo Waterpark Serpong juga kurang memelihara kenyamanan dan keamanan kolam renang hal ini dapat dilihat dari seringnya ditemui lantai kolam renang yang rusak dan tidak rata, sehingga dapat membahayakan pengunjung Marcopolo Waterpark Serpong. Selain itu kebersihan dilingkungan sekitar kolam kurang terjaga hal ini dapat dilihat dari banyaknya sampah dan lumut yang berserakan disekitar area kolam renang.³

Konsumen tentu akan mempertimbangkan lokasi yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih wahana rekreasi. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk mendirikan sebuah wahana rekreasi.

Sebelum seseorang akan memutuskan untuk datang pada wahana rekreasi tentu mereka akan mempertimbangkan lokasi tempat wahana tersebut. Selain lokasi yang strategis, nyaman dan keamanan suatu tempat rekreasi menjadi pertimbangan bagi seseorang untuk berekreasi. Suatu tempat rekreasi yang berada di lokasi yang strategis dan dengan maintenance yang baik dari lingkungan akan lebih sukses dibanding dengan suatu tempat rekreasi yang kurang strategis.

² <http://myfidausfamily.wordpress.com>,1juli2012

³ <https://id.foursquare.com>27februari2012

Kepuasan seseorang untuk menggunakan jasa merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, selain lokasi yang strategis, wahana rekreasi harus mempunyai kelebihan seperti menetapkan harga yang kompetitif. Biasanya konsumen dalam menggunakan layanan jasa akan membanding-bandingkan harga, memilih layanan jasa yang harga dasarnya murah, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau berbagai alasan lainnya. Perceived value menurut Morris adalah evaluasi menyeluruh dari kegunaan suatu produk yang didasari oleh persepsi konsumen terhadap sejumlah manfaat yang akan diterima dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan atau secara umum dipikiran konsumen. Value dikenal dengan istilah “*value for money*”, “*best value*”, dan “*you get what you pay for*”.⁴

Tabel 1.2

Harga Tiket Masuk Wahana Waterpark di Wilayah Jabodetabek

No	Nama Wisata Air	Lokasi	Harga Tiket Masuk
1	The Jungle Bogor Nirwana Water Adventure	Bogor	Rp 150.000 - Rp 200.000
2	Ocean Park Water Adventure	Tangerang	Rp 75.000
3	Waterboom Lippo Cikarang	Cikarang, Bekasi	Rp 55.000 - Rp 85.000
4	Waterboom Jakarta, Pantai Indah Kapuk	Jakarta	Rp 55.000 - Rp 85.000
5	Marcopolo Waterpark Serpong	Tangerang	Rp 50.000
6	Snowbay Waterpark, Taman Mini Indonesia Indah	Jakarta	Rp 120.000 - Rp 150.000
7	Depok Fantasi Waterpak, Grand depok city	Depok	Rp 28.000 - Rp 50.000
8	Atlantis Water Adventure, Ancol Jakarta Baycity	Ancol, Jakarta	Rp 90.000 - Rp 120.000

⁴ Ibnu Hajar Dewantara, Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Emas 22% Di Kota Kraksaan (Malang, 2014), hal. 5

9	Waterpark Eldorado, Kota Legenda Cibubur	Cibubur, Jakarta	Rp 40.000
10	Pondok Indah Waterpark	Jakarta	Rp 50.000 - Rp 70.000
11	Marcopolo Water Adventures, Bukit Cimanggu Villa	Bogor	Rp 35.000 - Rp 50.000
12	Mutiara Waterpark	Serang, Banten	Rp 30.000
13	Kolam Renang Palem Semi Karawaci	Tangerang	Rp 23.000 - Rp 30.000
14	Kolam Renang Modern Tirtamas	Tangerang	Rp 22.000

Sumber : Data diolah peneliti

Untuk dapat menikmati wahana Marcopolo Waterpark Serpong konsumen harus membayar sebesar Rp 50.000,- berlaku sama untuk *weekdays*. Dengan harga tersebut banyak konsumen merasa diberatkan karena tidak sesuai harga yang ditetapkan oleh pengelola dengan fasilitas dan kenyamanan yang didapat. Dengan harga tiket masuk sebesar Rp 50.000,- banyak konsumen merasa harga tersebut terlalu mahal jika dilihat dengan minimnya fasilitas bermain dikolam renang seperti seluncuran, kotornya air dan lingkungan, serta sedikit fasilitas kolam untuk orang dewasa yang hanya disediakan 1 kolam kecil dengan tinggi 150 cm, dan kurangnya keamanan oleh *safety guard*.⁵

Apabila dibandingkan harga tiket masuk wahana Marcopolo Waterpark Serpong sebesar Rp 50.000,- tidak sebanding dengan wahana waterpark lain seperti waterpark Eldorado yang hanya menetapkan harga tiket masuk sebesar Rp 40.000,- tetapi tetap memberikan kenyamanan dan kebersihan kolam renang. Begitu juga dengan mutiara waterpark yang menetapkan harga lebih terjangkau yaitu Rp 35.000,- tetapi tetap memeberikan kenyamanan dan kebersihan kolam renang.

⁵ <https://id.foursquare.com27februari2012>

Selain waterpark-waterpark lain yang manjadi pesaing Marcopolo Waterpark Serpong, kolam renang yang walaupun tidak berkonsep waterpark tetapi tetap memberikan kenyamanan, kebersihan dan keamanan dengan harga yang terjangkau, seperti kolam renang Palem Semi Karawaci yang menyediakan 3 kolam yaitu: kolam khusus balita, kolam khusus anak kecil, dan juga kolam khusus dewasa dengan tinggi yang sudah disesuaikan, kebersihan air, dan keamanan oleh *safety guard*.⁶ Merupakan menjadi sebuah tantangan bagi Marcopolo Waterpark Serpong .Hal ini harus segera diwaspadai oleh pihak pengelola wahana Marcopolo Waterpark Serpong, karena apabila konsumen tidak puas akan harga dan fasilitas yang diterima maka konsumen akan beralih pada wahana waterpark lain.

Mengacu pada latar belakang penjelasan diatas maka, penelitian ini akan berfokus untuk meneliti wahana **Marcopolo Waterpark Serpong** . Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Lokasi dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen wahana Marcopolo Waterpark Serpong (Survei: Pada Pengunjung Wahana Marcopolo Waterpark Serpong Tangerang)”**

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan terhadap wahana Marcopolo Waterpark Serpong yang masih rendah diduga karena faktor lokasi yang bermasalah, dimana lokasi Marcopolo Waterpark Serpong dinilai kurang strategis.

⁶ www.kaskus.co.id,10juni2012

2. Kepuasan Pelanggan terhadap wahana Marcopolo Waterpark Serpong yang rendah juga dapat dipengaruhi oleh faktor persepsi harga, dimana harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan fasilitas dan kenyamanan yang dirasakan pengunjung.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka dapat terlihat masalah utama pada penelitian ini adalah kurangnya kepuasan pelanggan pengunjung Marcopolo Waterpark Serpong.

Dan karena keterbatasan waktu penelitian maka masalah yang ingin diteliti pada penelitian juga dibatasi hanya pada pengaruh lokasi dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Marcopolo Waterpark Serpong.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan permasalahan di atas, maka perumusan masalah penelitian adalah:

1. Apakah lokasi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Marcopolo Waterpark Serpong?
2. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Marcopolo Waterpark Serpong?
3. Apakah lokasi dan persepsi harga secara bersama-sama dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Marcopolo Waterpark Serpong?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perguruan Tinggi

Memberikan informasi mengenai pengaruh lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan daya beli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.