

BAB I

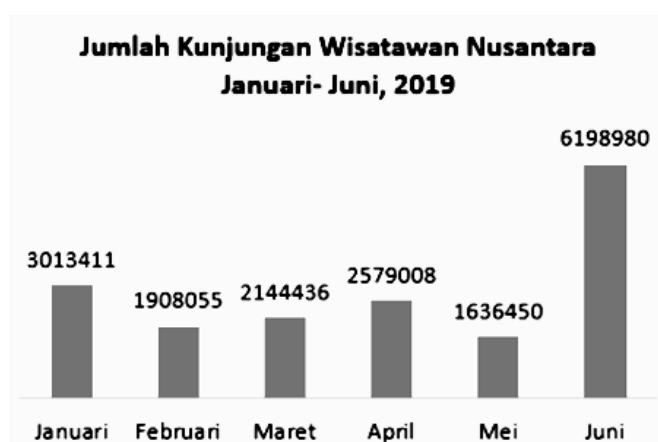
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat besar dan beragam sehingga dapat dimanfaatkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Industri pariwisata salah satunya. Bank Indonesia (BI) menyatakan pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk mendongkrak devisa Indonesia. Salah satu alasannya karena sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan pariwisata terdapat di dalam negeri (www.kompas.com, 2019). Maka dari itu, industri pariwisata sekarang ini semakin diminati karena pada hakikatnya setiap manusia membutuhkan liburan agar dapat menyegarkan kembali badan dan pikiran sebelum melakukan rutinitasnya kembali. Kunjungan pariwisata merupakan salah satu pilihan yang tepat (www.detik.com, 2019). Menurut Undang Undang No. 10/2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah (www.peraturan.bpk.go.id, 2019).

Jakarta memiliki objek pariwisata yang beragam dan tak kalah menarik dengan kota lainnya (www.nativeindonesia.com, 2019). Suryati menyebutkan pada tahun 2019 kunjungan wisatawan nusantara ke Jakarta

hingga bulan Juni tercatat sebanyak 17,48 juta pengunjung. Kunjungan wisatawan nusantara ke Jakarta setiap bulannya bersifat fluktuatif, dimana kunjungan wisatawan terbanyak terjadi pada bulan Juni yakni sebesar 6,2 juta wisatawan. Salah satunya disebabkan karena pada bulan tersebut merupakan libur lebaran sehingga banyak orang yang memanfaatkannya dengan mengunjungi objek-objek wisata di Jakarta.



Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Gambar I. 1 Jumlah kunjungan wisatawan nusantara Januari – Juni 2019 di Jakarta

Sebagai ibu kota negara dan juga pusat perekonomian, Jakarta memang menjadi kota tersibuk di Indonesia. Fasilitas serba modern ada di kota ini. Namun, bukan berarti Jakarta tidak memiliki tempat wisata yang indah dan layak untuk dikunjungi. Berikut ini merupakan objek wisata Jakarta yang banyak dikunjungi wisatawan hingga Juni 2019 yakni Taman Impian Jaya Ancol, Taman Margasatwa Ragunan, Taman Mini Indonesia Indah, Monumen Nasional, dan Museum Sejarah Jakarta.



Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Gambar I. 2 Objek wisata yang banyak dikunjungi wisatawan

Berdasarkan hasil riset Portal Statistik Sektor Provinsi DKI Jakarta yang dirilis pada Juli 2019 mencatat jumlah kunjungan terbanyak yakni diposisi pertama Taman Impian Jaya Ancol mencapai 6,8 juta kunjungan dengan rata-rata kunjungan setiap bulannya yakni 1,13 juta (www.statistik.jakarta.go.id, 2019). Taman Impian Jaya Ancol merupakan kawasan wisata terpadu di kota Jakarta. Hal ini dikarenakan Ancol memiliki fasilitas yang sangat lengkap sebagai wahana rekreasi keluarga. Hampir semua wahana rekreasi yang terkenal ada di tempat ini. Setiap tahun ada banyak sekali pengunjung yang datang ke tempat ini untuk menghabiskan waktu liburan mereka bersama keluarga. Taman Impian Jaya Ancol ada sejak 1966 sebagai kawasan wisata terpadu. Objek wisata di Ancol berupa pantai dan taman, *Dunia Fantasi*, *Atlantis*, *Ocean Dream*

Samudra, Sea World, Marina, Pasar Seni, dan masih banyak lagi (www.liputan6.com, 2019).

Semakin banyaknya perkembangan objek wisata akhir-akhir ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Masing-masing objek wisata berlomba-lomba dalam meningkatkan kepuasan pengunjung, salah satunya promosi. Promosi yang dilakukan Taman Impian Jaya Ancol yakni melalui media cetak, billboard, dan terutama media sosial. Sulistyawati dalam *Republika* menyatakan Manager Corporate Communication PT Pembangunan Jaya Ancol (Tbk) Rika Lestari mengatakan, promosi Ancol via media sosial gencar dilakukan oleh pihaknya. Mereka mengkampanyekan Ancol melalui media sosial. Materi di media sosial mulai dari promo, informasi, pertanyaan, hingga kuis. Pihak Ancol menjamin, setiap pertanyaan para netizen lewat media sosial akan direspons dengan cepat karena ada tim khusus yang menanganinya. Para petugas ini memang khusus bertugas mempublikasikan konten tentang Ancol (www.republika.co.id, 2016).

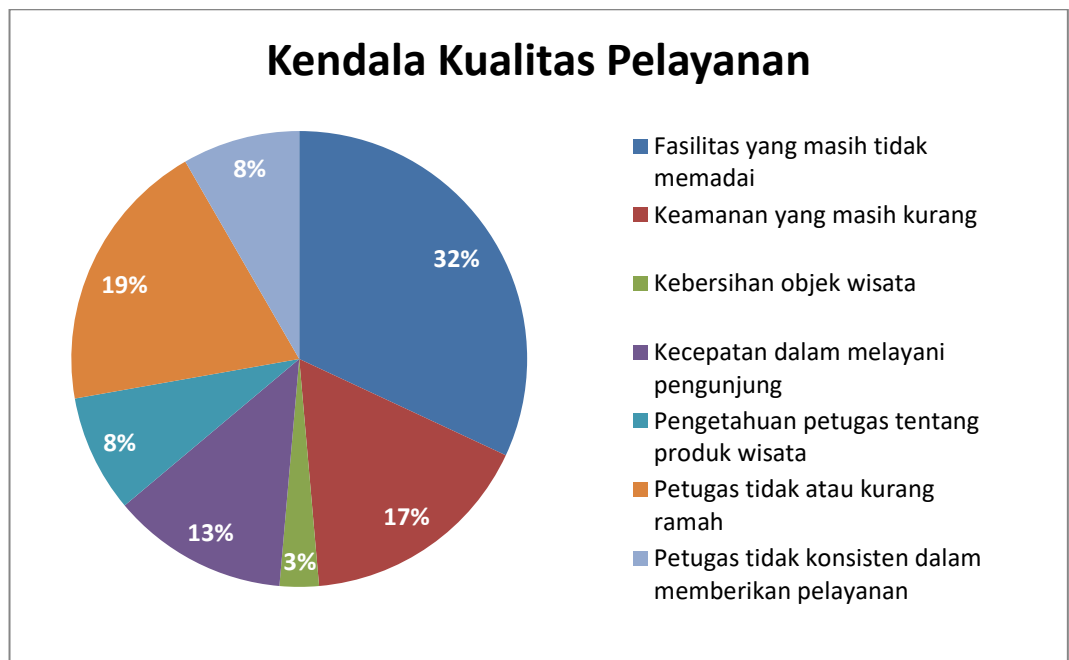
Menurut Santoso & Wardojo, (2016) promosi yang efektif dapat menciptakan kepuasan pengunjung. Selain promosi, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor dalam menciptakan kepuasan. Peneliti menemukan dan merangkum berbagai keluhan pengunjung di media sosial maupun portal berita akan kualitas pelayanan di Taman Impian Jaya Ancol, antara lain :

Tabel I. 1 Rangkuman keluhan pengunjung dari berbagai sumber

No	Nama	Keluhan	Sumber
1	Tim YLKI	<ul style="list-style-type: none"> • Pengaturan lalu lintas dan petunjuk arah yang kurang jelas • Standar keamanan dan keselamatan perahu wisata yang masih kurang • Tiket tidak menyebutkan asuransi yang didapatkan untuk pengunjung • Masih banyak sampah di sekitar pantai • Belum bebas dari asap rokok 	Pusat Siaran Pers (www.pusatsiaranpers.com, 2020)
2	Handoko, Decynug, dan Jasintha	<ul style="list-style-type: none"> • Lambatnya layanan bus <i>wara wiri</i> • Perhatian ke pengunjung yang masih kurang dalam pelayanan bus <i>wara wiri</i> • Fasilitas bus <i>wara wiri</i> yang kurang terawat 	Twitter (www.twitter.com, 2019)
3	Parla, Diki, Tytaniahu go, Lala, Ato, Abang, Tagan	<ul style="list-style-type: none"> • Petunjuk arah yang minim • Etika komunikasi unit pintu gerbang timur • Lambatnya pelayanan kereta wisata • Unit pelayanan kurang ramah dan terlalu cepat • Sistem keamanan 	Ulasan Google Maps (maps.google.com)

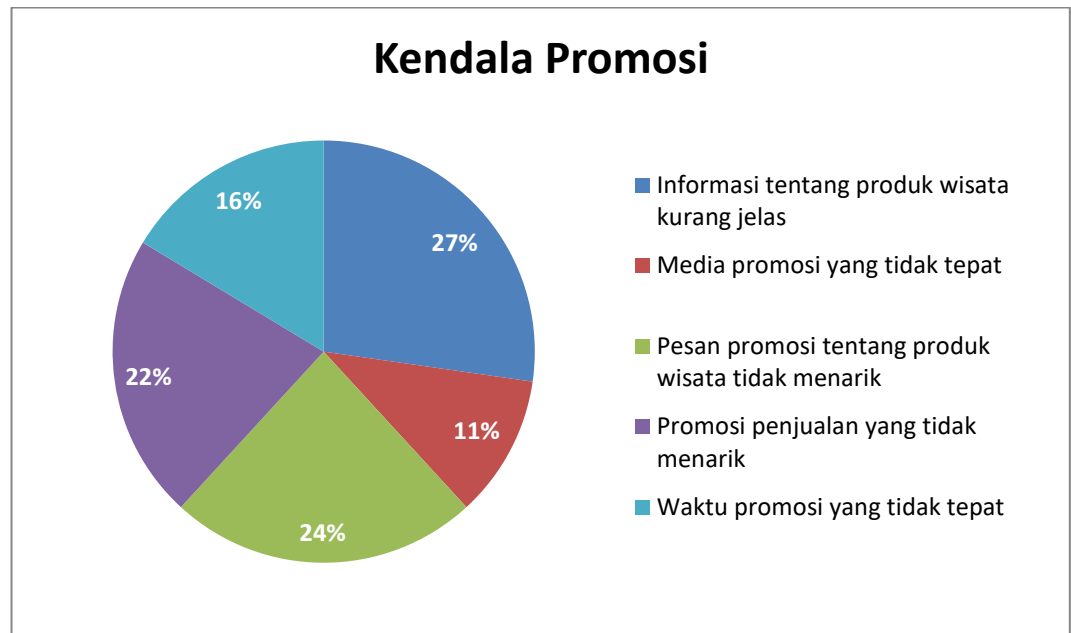
Sumber : data diolah oleh peneliti

Berdasarkan survey awal yang dilakukan oleh peneliti melalui Google Form yang disebar pada responden yang pernah mengunjungi Taman Impian Jaya Ancol, diperoleh informasi bahwa terdapat kendala mengenai kualitas pelayanan dan promosi. Data tersebut sudah diolah oleh peneliti sebagai berikut :



Gambar I. 3 Data survei awal kendala kualitas pelayanan di Ancol

Grafik tersebut menunjukkan bahwa terdapat kendala dalam kualitas pelayanan di Taman Impian Jaya Ancol antara lain yakni fasilitas, keamanan, kebersihan, cepat tanggap, pengetahuan mengenai produk, keramahan, dan konsistensi pelayanan. Kendala terbanyak terdapat pada fasilitas yang tidak memadai sejumlah 32 persen. Sehingga membuktikan terdapat masalah dalam kualitas pelayanan di Taman Impian Jaya Ancol.



Gambar I. 4 Data survei awal kendala promosi di Ancol

Berdasarkan data tersebut diketahui kegiatan promosi yang dilakukan pihak Taman Impian Jaya Ancol masih ditemukan beberapa masalah seperti pesan promosi yang kurang jelas, pesan promosi yang tidak menarik, media promosi yang tidak tepat, promosi penjualan yang tidak menarik, dan waktu promosi yang tidak tepat.

Survey ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cici Safitasari dan Ida Maftukhah (2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan pengunjung baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan Laporan Keberlanjutan PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk (Perseroan), pelanggan Ancol berasal dari berbagai lapisan masyarakat, yaitu mulai dari pelanggan sektor rumah tangga maupun industri. Pengunjung berasal dari berbagai kalangan. Apabila dilihat dari

kelompok usianya, secara umum pengunjung masih didominasi oleh pengunjung dewasa dan remaja (www.korporat.ancol.com, 2018). Maka dari itu peneliti tertarik untuk menjadikan mahasiswa di Jakarta sebagai objek penelitian karena sesuai dengan dominasi pengunjung usia remaja.

Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung antara lain kualitas pelayanan dan promosi. Berdasarkan data yang telah dipaparkan dan kondisi yang ada menjadi ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) dan promosi (*promotion*) terhadap kepuasan pengunjung (*visitor satisfaction*) objek wisata Taman Impian Jaya Ancol pada mahasiswa di Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) dapat mempengaruhi Kepuasan Pengunjung (*Visitor Satisfaction*) secara positif dan signifikan?
2. Apakah Promosi (*Promotion*) dapat mempengaruhi Kepuasan Pengunjung (*Visitor Satisfaction*) secara positif dan signifikan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung (*Visitor Satisfaction*) di objek wisata Taman Impian Jaya Ancol.
2. Untuk mengetahui apakah Promosi (*Promotion*) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung (*Visitor Satisfaction*) di objek wisata Taman Impian Jaya Ancol.

1.4 Kebaruan Penelitian

Penelitian kualitas pelayanan (*service quality*) dan promosi (*promotion*) sudah diteliti oleh banyak peneliti, misalnya di Indonesia penelitian oleh Safitasari & Maftukhah (2017), Sangkaen *et al.* (2015), B. Santoso & Wardoyo (2016), Mardiyani & Murwatiningsih (2015), Setyaningsih & Murwatiningsih (2017), Rahayu (2015), di Iran penelitian oleh Ranjbarian & Pool (2015), di Spanyol penelitian oleh Calabuig Moreno *et al.* (2015). Penelitian kualitas pelayanan (*service quality*) dan promosi (*promotion*) diteliti menggunakan objek tempat wisata yang berbeda-beda, seperti wisata cagar alam, wisata bahari, dan wisata budaya. Dalam penelitian ini, peneliti memilih objek wisata bahari, dikarenakan masih jarang ditemukan penelitian pada objek wisata tersebut.

Selanjutnya, kualitas pelayanan (*service quality*) dan promosi (*promotion*) diteliti menggunakan teknik pengambilan sampel secara *incidental sampling*, *convenient sampling*, *accidental sampling*, dan *purposive sampling*. Kualitas pelayanan (*service quality*) dan promosi (*promotion*) diteliti menggunakan teknik analisis data yang beragam, seperti *Path Analysis* (Analisis Jalur), *Structural Equation Modeling* (SEM), dan analisis regresi. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dan mengambil mahasiswa di Jakarta yang pernah mengunjungi Taman Impian Jaya Ancol dalam satu tahun terakhir sebagai subjek, dengan menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dan promosi (*promotion*) dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, *revisit intention*, dan WOM. Dalam penelitian ini, peneliti mengukur kualitas pelayanan (*service quality*) dan promosi (*promotion*) terhadap kepuasan pengunjung (*visitor satisfaction*) objek wisata Taman Impian Jaya Ancol pada mahasiswa di Jakarta.