

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang bisa mendukung dalam pengembangan perekonomian suatu negara. Sebagai negara yang kaya akan sumber daya, Indonesia memiliki cukup banyak obyek wisata. Elemen dari sumber daya, misalnya air, pepohonan, udara, hamparan pegunungan, pantai, bentang alam, dan sebagainya. Berdasarkan elemen-elemen tersebut tidak akan menjadi sumber daya yang berguna bagi pariwisata kecuali semua elemen tersebut dapat memuaskan dan memahami kebutuhan manusia. Oleh karena itu, dengan adanya elemen sumber daya tersebut diperlukan intervensi dari manusia untuk merubahnya dalam bentuk objek wisata yang lebih bermanfaat serta berlomba-lomba untuk menciptakan keunggulan masing-masing guna meningkatkan jumlah pengunjung.

Berdasarkan portal berita liputan6.com Jakarta, Khofifah Indar Parawansa selaku Gubernur Jawa Timur menyatakan bahwa industri pariwisata di wilayahnya menjadi magnet investasi efektif serta salah satu dari lima sektor prioritas pembangunan Jawa Timur selain infrastruktur, maritim, energy dan pangan. Selain itu saat ini minat masyarakat untuk melakukan kegiatan berwisata itu sangat banyak karena untuk menghibur diri dari segala kepenatan akibat rutinitas pekerjaannya, maka dengan adanya tren pariwisata era 4.0 merubah perilaku wisatawan yang cenderung lebih mandiri sehingga tidak mengandalkan agen perjalanan wisata, artinya mereka dapat mencari informasi tentang tujuan wisata melalui media sosial.

Apabila membahas tentang tempat wisata, Kabupaten Madiun merupakan salah satu wilayah di Jawa Timur yang memiliki beberapa obyek wisata. Salah satu obyek wisata tersebut adalah taman wisata Madiun Umbul Square yang merupakan destinasi wisata andalan pemerintah Kabupaten Madiun karena juga tempat rekresasi peninggalan dari Belanda. Berikut merupakan jumlah pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo Tahun 2019 :

Tabel 1. Data Pengunjung Taman Wisata Madiun Umbul Square Dolopo Tahun 2019.

Bulan	Jumlah pengunjung
Januari	19.911
Februari	6.505
Maret	7.722
April	10.715
Mei	2.595
Juni	24.646
Juli	10.968
Agustus	4.299
September	21.215
Oktober	11.356
November	12.639
Desember	39.434
Jumlah	172.005

Berdasarkan data tabel diatas, jumlah pengunjung yang datang ke taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo sangat fluktuatif, dimana jumlah pengunjungnya tidak stabil atau berubah-ubah. Jumlah pengunjung terbanyak terjadi pada bulan Desember 2019 serta terbanyak kedua pada bulan Juni 2019. Taman wisata Madiun Umbul Square juga sempat mengalami sepi pengunjung sekitar tahun 2011-2013 yang disebabkan salah satunya munculnya pusat perbelanjaan modern yang mengakibatkan peralihan kunjungan, dimana banyak masyarakat yang lebih menyukai berkunjung ke tempat perbelanjaan tersebut.

Taman wisata Madiun Umbul Square mendapat prioritas agar terus mengalami peningkatan angka kunjungan wisatanya. Peningkatan pengunjung ini dapat diupayakan oleh pengelola Madiun Umbul Square dengan membentuk sebuah citra destinasi. Citra destinasi adalah sebuah kepercayaan atau sebuah pandangan dari wisatawan terhadap suatu destinasi. Pembentukan citra sebelum terjadinya perjalanan adalah fase terpenting dalam proses pemilihan daerah tujuan wisata. Citra yang dipersepsikan setelah terjadinya kunjungan wisata juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Sebagai pengunjung atau penikmat jasa, kepuasan pengunjung dapat diukur melalui penilaian secara menyeluruh terhadap obyek wisata, dimana penilaian tersebut berkaitan dengan kualitas dari destinasi wisata yang dilihat atau yang didapatkan oleh wisatawan itu sendiri. Destinasi wisata yang baik akan menimbulkan citra yang baik pula serta dapat membuat wisatawan merasa puas dan melakukan kunjungan kembali di masa mendatang tergantung pada kemampuan daerah tujuan wisata dalam menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan.

Dalam membangun sebuah citra yang baik, Madiun Umbul Square memperlengkap segala fasilitas wisata dengan memiliki kolam renang, pemandian air hangat, bianglala, kora-kora, waterboom, komedi putar, rumah hobbit, 9 dimensi, flaying fox, roller coaster, mini zoo yang merupakan wahana permainan anak dan wahana permainan dewasa yang seru dan tujuannya untuk menciptakan kemenarikan serta keindahan tersendiri bagi pengunjung dalam memilih berkunjung ke Madiun Umbul Square Dolopo ini. Umumnya, wisata yang sudah memiliki citra yang baik tentunya akan membuat pengunjung itu tidak hanya mendapatkan pengalaman wisata saja

akan tetapi dari segi keamanan misalnya barang bawaan, kemudian kenyamanan dan kebersihan tempat wisata harus didapatkan pengunjung. Bahkan, sekarang ini banyak wisata yang sudah menerapkan penitipan barang bawaan pengunjung serta lengkap dengan penjagaan dan keamanan sehingga pengunjung dapat berwisata tanpa ada rasa kecemasan, namun hal serupa sepertinya belum diterapkan di wisata Madiun Umbul Square ini. Selain itu terdapat wahana yang tidak dioperasikan secara efektif, contohnya bianglala yang sering tidak dinyalakan ketika ada pengunjung yang datang, sehingga apabila pengunjung yang ingin menaikinya masih menimbulkan keraguan.

Mewujudkan suatu citra destinasi yang bagus dan bernilai baik bagi pengunjung, harus bisa memberikan fasilitas yang sesuai dengan harapan pengunjung. Fasilitas wisata disini apabila dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung maka akan memberikan dampak yang baik bagi mereka untuk berkunjung kembali di lain hari dan tentunya mereka akan merekomendasikan mengenai hal-hal positif kepada orang lain. Hal ini bisa dinamakan dengan terciptanya kepuasan terhadap suatu destinasi.

Berdasarkan perkembangan zaman, untuk memberikan dampak yang lebih baik bagi suatu objek wisata juga dapat memberikan sebuah kesan yang baik dan memberikan pengalaman yang positif pada pengunjung, maka dapat dilakukan sebuah strategi yaitu *experiential marketing*. Dalam konsep *experiential marketing* ini berupaya selalu menghadirkan pengalaman-pengalaman yang positif, mengesankan serta unik. Konsep pemasaran yang seperti ini diharapkan pengunjung bisa membedakan wisata yang satu dengan yang lainnya. Konsep ini membuat pengunjung dapat merasakan serta memperoleh pengalaman langsung melalui lima dimensi dari sebuah

experiential marketing yaitu panca indera (*Sense*), Perasaan (*Feel*), Cara Berfikir (*Think*), Kebiasaan (*Act*), dan Pertalian (*Relate*). Oleh karena itu, diharapkan konsep pemasaran yang seperti ini dapat bisa tertanam di benak mereka.

Madiun Umbul Square juga menerapkan *experiential marketing* karena konsep ini sangat cocok di terapkan pada sektor hiburan. Akan tetapi, konsep tersebut belum dirasakan sepenuhnya oleh pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square. Dalam menerapkan strategi ini, pengelola taman wisata ini belum menjalankan dengan maksimal, walaupun sudah menawarkan fasilitas, jasa, dan desain yang menarik serta sangat kompetitif sekali akan tetapi masih banyak kekurangan yang menyebabkan kejanggalan dalam konsep ini. Beberapa kekurangan yang dimaksud yaitu terdapat beberapa tempat yang kurang bersih seperti terdapat sampah yang berserakan disekitar mini *zoo* dan disekitar salah satu wahana lainnya. Selain itu, wahana pemandian air hangat yang terkenal disana cukup kurang terawatt, sehingga pemandian tersebut kotor dan berlumut. Kemudian di bagian mini *zoo* masih tercium bau yang kurang sedap dan cukup mengganggu pengunjung yang sedang melihat binatang-binatang di dalamnya. Berhubung di Madiun Umbul Square ini bisa digunakan untuk rekreasi, edukasi, dan juga *adventure*, sebaiknya ada sebuah *guide* yang mendampingi setiap pengunjung yang datang supaya menambah kesan tersendiri, akan tetapi adanya *Guide* disini kurang efektif karena penyediaan *Guide* tidak diterapkan oleh semua pengunjung akan tetapi hanya sebagian pengunjung tertentu saja.

Experiential marketing tidak hanya memberikan sebuah manfaat dari suatu produk jasa yang gunanya untuk mencuri hati pengunjung, akan tetapi

harus bisa memberikan pengalaman yang luar biasa. Pengalaman yang didapatkan oleh pengunjung jika dirasakan kurang baik, maka pengunjung tentunya akan merasa kecewa atau tidak puas dan pulang dengan membawa pengalaman yang mengecewakan, bisa jadi mereka akan menceritakan pengalaman buruk tersebut kepada orang lain. Kemudian sebaliknya, jika pengalaman yang didapatkan oleh pengunjung tersebut memuaskan atau tidak mengecewakan, maka pengunjung akan masih teringat pada wisata itu walaupun mereka sudah beranjak dari tempat tersebut bahkan bisa jadi mereka akan loyal atau kembali lagi mengunjungi tempat wisata tersebut.

Taman wisata Madiun Umbul Square merupakan objek wisata yang bergerak dibidang jasa. Oleh karena itu, untuk dapat menciptakan kepuasan pengunjung, pengelola wisata harus memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas. Kualitas pelayanan yang diharapkan dari pengunjung meliputi fasilitas yang memadai, kemudian pelayanan yang baik dan ramah, terciptanya kenyamanan, ketentraman serta keamanan dari pengunjung, sehingga perusahaan harus mempertimbangkan beberapa hal tersebut mengenai kualitas pelayanan yang baik saat ini dan untuk kelancaran dimasa yang akan datang. Pelaksanaan pelayanan ini wajib dilakukan mulai dari pimpinan yang paling atas sampai karyawan yang biasanya berhubungan langsung dengan pengunjung.

Masalah yang sering timbul terkait kualitas pelayanan jasa pada taman wisata Madiun Umbul Square ini adalah karyawan yang kurang memahami mengenai sejarah atau segala informasi mengenai wisata tersebut, jadi apabila ada pengunjung yang bertanya mengenai wisata karyawan tersebut tidak bisa menjawab dengan tepat karena kurangnya

pengetahuan. Padahal pelayanan itu dikatakan baik apabila karyawan tanggap (*responsive*) dalam menginformasikan segala sesuatu kepada konsumen secara jelas. Selain itu, terdapat karyawan yang hanya fokus pada wilayah kerjanya sendiri sehingga apabila ada pengunjung bertanya mengenai keperluan lainnya karyawan itu kurang tanggap dalam memberikan informasi, padahal kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu strategi yang menguntungkan untuk mempertahankan pelanggan dan memberikan kepuasan pengunjung. Karena baik tidaknya kualitas pelayanan itu dapat dilihat dari persepsi pengunjung.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata, produk berupa manfaat dan perasaan yang didapat oleh pengunjung merupakan hal yang sangat fundamental. Kenyataan yang sering terjadi di lapangan, kebanyakan pemasar obyek wisata sering memberikan ekspektasi yang tinggi yang pada kenyataannya sering tidak sesuai, padahal tujuan daripada individu atau masyarakat berkunjung selain untuk memenuhi kebutuhan jasmani maupun rohani mereka juga ingin mendapatkan kepuasan atau pengalaman yang mengesankan dengan berwisata. Kepuasan konsumen itu sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja yang di dapatkan dengan ekspektasi mereka. Membangun kepuasan pada pengunjung obyek wisata itu sangat penting karena akan berdampak pada penilaian pengunjung terhadap suatu destinasi dan kemungkinan terjadinya kunjungan kembali. Terciptanya kepuasan konsumen itu dapat dipengaruhi oleh citra destinasi, *experiential marketing*, dan kualitas pelayanan. Jadi apabila ketiga faktor tersebut kurang diperhatikan oleh pengelola obyek wisata kemungkinan besar jumlah pengunjung yang datang cenderung

fluktuatif dimana hal tersebut kini tengah dialami oleh taman wisata Madiun Umbul Square . Sehingga, berdasarkan uraian yang dijelaskan tersebut maka penulis mengambil penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Destinasi, *Experiental marketing*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Madiun Umbul Square Dolopo”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo ?
2. Apakah *experiental marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo?
4. Apakah citra destinasi, *experiental marketing*, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo.
 - b) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *experiental marketing* terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo.

- c) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo.
- d) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra destinasi, *experiential marketing*, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Madiun Umbul Square Dolopo.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 jenis, yaitu manfaat secara Teoristis dan Manfaat secara Praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a) Manfaat praktis

- 1) Bagi pembaca atau peneliti lain, dapat memberikan tambahan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan di bidang pemasaran, selain itu dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
- 2) Bagi Peneliti, Sebagai alat ukur untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.
- 3) Bagi perusahaan, diharapkan bisa dijadikan pedoman untuk mengambil langkah dalam mengambil strategi atau evaluasi yang tepat untuk kedepannya yang berguna untuk keberlangsungan bisnis wisatanya. Kemudian juga memberikan bukti empiris Khususnya mengenai pengaruh citra destinasi,

experiental marketing, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada pihak pengelola wisata Madiun Umbul Square Dolopo dalam upaya untuk menambah jumlah pengunjung

