

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis jasa semakin ketat, seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka kebutuhan untuk mengkonsumsi jasa semakin meningkat pula. Persaingan bisnis jasa dapat juga dilihat dari perkembangan industri pariwisata yang banyak bermunculan di suatu tempat. Dalam Undang-undang RI nomer 10 tahun 2009 pasal 3 tentang kepariwisataan, “Kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat”. Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan, Dalam Undang-undang RI nomer 10 tahun 2009 pasal 1 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa :

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah.
- d. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
- e. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata.

- f. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Ismayanti (2010 : 68), menjelaskan kepuasan wisatawan, “Setiap kegiatannya, wisatawan mencari kepuasan berupa manfaat wisata. Manfaat wisata dihasilkan dari total nilai yang diterima setelah dikurangi oleh total beban yang harus dikeluarkannya”. Dalam hal ini menuntut setiap perusahaan jasa di Industri pariwisata, harus menempatkan pemenuhan kebutuhan wisatawan pada kepuasan sebagai tujuan utama. Kotler dan Keller (2012 : 128), mendefinisikan kepuasan, “Kepuasan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa atas hasil dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan”. Kepuasan wisatawan memiliki peran penting dalam produk dan jasa pariwisata, sebagai perencanaan pemasaran untuk tujuan dan penilaian yang harus menjadi parameter dasar yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk tujuan dan layanan (Sofi *et al*, 2014 : 7). Dapat dimaknai bahwa kepuasan wisatawan adalah penilaian evaluasi wisatawan merasakan senang atau kecewa denganyang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan. Jika produk atau jasa yang dirasakan dibawah harapan, wisatawan merasa tidak puas. Tetapi sebaliknya, apabila produk yang dirasakan melebihi harapan, wisatawan akan merasa sangat puas.

Ismayanti (2010 : 68) menjelaskan harapan wisatawan, “Pelayanan merupakan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk memenuhi perasaan kepuasan wisatawan, dimana produk atau jasa telah mencapai harapan yang

diinginkan”. Harapan wisatawan adalah tentang tingkat harapan dan kepuasan memiliki makna penting pembangunan berkelanjutan pariwisata dalam citra tempat tujuan yang diberikan yang bersangkutan (Lather *et al*, 2012 : 5). Harapan wisatawan tersebut dapat dimaknai, pariwisata harus memberikan pelayanan yang diinginkan wisatawan untuk membangun citra tempat tujuan secara baik demi memenuhi harapan wisatawan terhadap obyek wisata yang dikunjungi.

Dasgupta (2011 : 124), menjelaskan citra tempat tujuan, “Citra dapat digambarkan sebagai mental yang dibangun, dikembangkan oleh konsumen berdasarkan kesan yang dipilih dari mengolah informasi tentang tempat tujuan dari berbagai sumber dari waktu ke waktu”. Membangun citra tempat tujuan sangat penting dalam pembangunan wisata. Citra tempat tujuan sebagai representasi mental individu dari pengetahuan, perasaan, dan persepsi keseluruhan tempat tujuan tertentu (Chin dan Qu, 2008 : 90). Dapat dimaknai pengelolaan informasi yang baik membawa citra tempat tujuan dinilai secara positif oleh wisatawan yang mengunjungi tempat wisata tersebut.

Di dalam membangun citra tempat tujuan harus didukung oleh kualitas layanan. Kotler dan Keller (2012 : 131) mendefinisikan kualitas, “Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang mampu untuk memuaskan”. Kualitas layanan yang lebih baik akan menarik banyak pelanggan dan akan menghasilkan lebih banyak pendapatan. Sarana dan prasarana adalah komponen penting dari kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan wisatawan (Sofi *et al*, 2014 : 7). Dari definisi kualitas layanan tersebut, dapat

dimaknai pariwisata dalam memberikan layanan harus dengan kualitas yang terbaik demi memenuhi kepuasan wisatawan.

Faktor yang menentukan kualitas layanan memenuhi dalam kepuasan adalah persepsi kualitas. Aliman *et al* (2014 : 213), menjelaskan “Persepsi kualitas pelayanan ditentukan oleh persepsi pelanggan”. Dari definisi persepsi kualitas tersebut dapat diartikan proses pelayan sebagai persepsi konsumen dalam penilaian dan perbandingan pengalaman wisatawan terhadap obyek wisata lain yang dikunjungi.

Harapan wisatawan, persepsi kualitas dan citra tempat tujuan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai yang dirasakan dari suatu obyek wisata. Nilai yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Semakin tinggi nilai yang dirasakan wisatawan di daerah tujuan wisata, semakin tinggi kepuasan mereka. Ini berarti para wisatawan merasa puas dengan uang, waktu dan usaha yang dihabiskan mengunjungi obyek wisata (Aliman *et al*, 2014 : 214). Dari definisi nilai yang dirasakan tersebut dapat dimaknai obyek wisata dalam memberikan layanan jasa akan memberikan nilai dan menjadi harapan, persepsi kualitas serta citra tempat tujuan dalam kepuasan wisatawan yang berkunjung di obyek wisata.

Pariwisata dianggap sebagai industri terbesar di dunia yang membuat kontribusi terhadap perekonomian sebagian besar negara maju dan berkembang (Sofi *et al*, 2014 : 1). Bagi negara berkembang seperti Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dengan keindahan alam serta beraneka ragam budaya, menjadi

keuntungan dan mampu menarik minat wisatawan untuk mengunjungi pariwisata yang ada di Indonesia.

Dalam website <http://www.surabaya.go.id/> (diakses 19 September 2014). Kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia dengan luas wilayah 33.306,30 Ha, dengan jumlah penduduk yang mencapai sekitar 3,110,187 orang di Tahun 2012. Kota Surabaya berkembang sebagai kota metropolitan. Posisi strategis Kota Surabaya sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat membuatnya selalu dinamis.

Pada 28 Juli 2014, PT Sinar Mutiara Sinergi mendirikan wahana wisata malam yaitu Suroboyo Carnival Night Market di Kertomenanggal, Surabaya. Suroboyo Carnival Night Market memiliki konsep obyek wisata malam hari yang di desain untuk suasana hiburan keluarga yang terintegrasi dan dipadukan dengan tempat perbelanjaan, permainan, dan hiburan lainnya dalam satu tempat.

Dalam website <http://news.detik.com/> (diakses 19 September 2014). Pengelola Surabaya Carnival Night Market mengungkapkan, “Kehadirannya di Surabaya adalah guna mendukung program pemerintah kota Surabaya dalam mengembangkan wisata, sekaligus sebagai tujuan wisata nasional bahkan internasional”.

Semenjak pertama dibuka wisata Suroboyo Carnival Night Market (SCNM) mendapatkan respon yang baik, hal ini terlihat dari banyaknya wisatawan yang berkunjung.

Dalam website <http://www.jawapos.com/> (diakses 19 September 2014) “Manajemen SCNM, rupanya sudah memprediksi pengunjung bakal membludak. Padahal, kemarin baru masa *trial soft launching*”. Head marketing dan public relation SCNM, Tomas Andrianto menyatakan “Melihat antrean pengunjung sejak pukul 15:30, sebelum loket buka. Diperkirakan, pengunjung hari pertama Surabaya Carnival mencapai sekitar 8 ribu orang”.

Fenomena yang terjadi pada Suroboyo Carnival Night Market adalah membludaknya wisatawan Suroboyo Carnival Night Market berdampak pada

kemacetan pada kawasan Jalan Ahmad Yani Surabaya, hal ini disebabkan antrean panjang untuk memasuki wisata. Tentu hal ini dapat merugikan berbagai pihak, khususnya wisatawan.

Dalam website <http://www.jawapos.com/> (diakses 5 Oktober 2014) “Selain dampak kemacetan, tindakan itu diperkuat dengan belum lengkapnya dokumen amdal lalin SCNM. Dari hasil pemeriksaan pemkot dan kepolisian, ternyata manajemen tempat rekreasi itu belum memenuhi syarat untuk lahan parkir dan akses keluar masuk kendaraan”.

Maka dari itu PT Sinar Mutiara Sinergi harus bisa mengatasi masalah kemacetan tersebut demi harapan wisatawan akan kenyamanan untuk memasuki wahana hiburan baru di Surabaya yang berkonsep hiburan keluarga yang terintegrasi dan dipadukan dengan tempat perbelanjaan serta permainan.

Suroboyo Carnival Night Market juga mempunyai permasalahan dalam hal menyediakan fasilitas wahana hiburan yang dapat membahayakan wisatawan, hal ini disebabkan kurang memperhatikan standar keselamatan.

Dalam website <http://www.lensaindonesia.com/> (diakses 5 Oktober 2014) “Fasilitas wahana hiburan Suroboyo Carnival dianggap tidak layak dan standar keselamatan pengunjungnya diragukan. Terbukti, beberapa sarana seperti roller coaster dan bianglala disinyalir menggunakan infrastruktur bekas atau sudah usang. Salah satu pengunjung Suroboyo Carnival yang hadir dalam acara pembukaan pada 28 Juli 2014, Ine Listyani mengaku menjadi saksi wahana roller coaster sempat terhenti atau macet beberapa menit saat memuat penumpang. Akibatnya, beberapa pengunjung sempat dibuat panik atas kejadian itu karena dianggap membahayakan penumpang”.

Suroboyo Carnival Night Market menyediakan lebih dari 50 wahana permainan, tempat perbelanjaan serta juga menyediakan hiburan pertunjukan kesenian dan makanan khas Surabaya. Maka dari itu Suroboyo Carnival Night

Market perlu memperhatikan kualitas layanan dan persepsi kualitas didalam menyediakan fasilitas wahana hiburan.

Dalam website <http://wisata.kompasiana.com/> (diakses 12 Oktober 2014) “Acara Surabaya Tourism Destination Award 2013” di Grand City yang dihadiri oleh Walikota Surabaya, Tri Risma Harini, menampilkan lebih dari 45 obyek wisata menarik di Surabaya. Dari sejumlah itu, terpilih 15 nominasi terbaik untuk mendapat penghargaan. Dalam sambutannya, Ibu Risma mengatakan bahwa persepsi masyarakat internasional maupun lokal terhadap Surabaya telah berubah. Menurut ibu Risma, serombongan orang asing menyatakan kekagumannya pada Surabaya. Mereka melihat kota Surabaya tertata rapi, memiliki banyak obyek wisata, dan satu lagi yang menarik, masyarakatnya yang ramah”.

Citra tempat tujuan juga sangat penting dimana obyek wisata itu berada di suatu daerah. Dalam hal itu perlu diperhatikan obyek alam seperti taman dan kebersihan kota Surabaya dan kebersihan Suroboyo Carnival Night Market karena bisa menarik wisatawan untuk mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market.

Harapan wisatawan, persepsi kualitas, citra tempat tujuan dan kualitas layanan jika dikelola dengan baik maka akan memberikan nilai yang dirasakan sehingga akan menghasilkan kepuasan wisatawan saat mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market di Surabaya. Berdasarkan data, fenomena dan riset problem tersebut penelitian ini sangat penting dilakukan demi mengetahui kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market di Surabaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Harapan Wisatawan, Persepsi Kualitas, Citra Tempat Tujuan, Kualitas Layanan Dengan Mediasi Nilai Yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Wisatawan Mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market Di Surabaya”**.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang muncul berdasarkan latar belakang tentang pengaruh harapan wisatawan, persepsi kualitas, kualitas layanan dengan mediasi nilai yang dirasakan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market di Surabaya adalah :

- a. Apakah harapan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market?
- b. Apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market?
- c. Apakah citra tempat tujuan berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market?
- d. Apakah harapan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market?
- e. Apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market?
- f. Apakah citra tempat tujuan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market?
- g. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market?
- h. Apakah nilai yang dirasakan memediasi pengaruh harapan wisatawan, persepsi kualitas dan citra tempat tujuan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tentang pengaruh harapan wisatawan, persepsi kualitas, kualitas layanan dengan mediasi nilai yang dirasakan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market di Surabaya adalah :

- a. Untuk menguji harapan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market.
- b. Untuk menguji persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market.
- c. Untuk menguji citra tempat tujuan berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market.
- d. Untuk menguji harapan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market.
- e. Untuk menguji persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market.
- f. Untuk menguji citra tempat tujuan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market.
- g. Untuk menguji kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market.
- h. Untuk menguji nilai yang dirasakan memediasi pengaruh harapan wisatawan, persepsi kualitas dan citra tempat tujuan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tentang pengaruh harapan wisatawan, persepsi kualitas, kualitas layanan dengan mediasi nilai yang dirasakan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market di Surabaya. maka penelitian yang dilakukan ini mempunyai manfaat bagi peneliti maupun pihak-pihak yang terkait diantaranya :

a. Bagi Suroboyo Carnival Night Market

Mengetahui seberapa besar signifikan pengaruh harapan wisatawan, persepsi kualitas, citra tempat tujuan, kualitas layanan dan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market di Surabaya.

b. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui sejauh mana teori yang diterima selama menempuh perkuliahan dapat diterapkan dalam dunia kerja dan kehidupan di masyarakat.

c. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian digunakan sebagai bahan acuan atau informasi untuk bahan penelitian lebih lanjut bagi mahasiswa STIE Perbanas Surabaya.

d. Bagi Peneliti Lain

Memberikan acuan dan gambaran serta informasi bagi pembaca lain agar menjadi tambahan wawasan dan juga sebagai dasar untuk mengadakan penelitian lebih lanjut serta hasil ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar dibagi kedalam lima bab, dimana setiap bab menjadi sub-sub bab berisi uraian yang mendukung isi secara sistematis dari setiap bab secara keseluruhan. Adapun sistematika skripsi ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan secara umum materi-materi yang akan dibahas : latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISI DATA

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, pembahasan

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.