

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Wisata Taman Hud-Hud

Salah satu tempat tujuan orang mencari hiburan, rekreasi bersama keluarga, atau yang biasa disebut dengan Wisata di Kabupaten Karawang adalah Wisata Taman Hud-Hud, yang berada di Desa Amansari Kecamatan Rengasdengklok. Wisata ini didirikan oleh Kh. Junaedi Albaghdadi yang merupakan pimpinan pondok pesantren Albaghdadi di Karawang, Indonesia pada tahun 2017. Wisata ini dibangun dengan konsep Alam yang akan membuat suasana menjadi tenang, damai, dan nyaman. Setiap pengunjung yang datang akan merasa bahwa Wisata tersebut bukan seperti tempat Wisata melainkan seperti milik pribadi dikarenakan kenyamanan dan ketentramannya. Lihat foto di lampiran 14.

Fasilitas yang terdapat di Wisata Taman Hud-Hud yaitu Kolam Renang Anak & Dewasa, Rumah Pohon, Kapal Laut, Motor Atv, Sepeda, Taman, Kolam Ikan, Kolam Pemancingan, Kantin, Panggung Hiburan, Ruang Karaoke, Loker, Toilet, dan lain sebagainya. Namun, Wisata utama dalam Taman Hud-Hud yaitu Kolam Renang Anak & Dewasa. Lihat foto di lampiran 15.

Wisata Taman Hud-Hud beroperasi pada hari Selasa-Minggu dan dibuka mulai pukul 08:00-17:00 setiap harinya kecuali pada hari Jumat dibuka mulai pukul 13:00-17:00. Pengunjung Wisata Taman Hud-Hud bisa menikmati semua fasilitas yang ada di dalam Wisata dengan melakukan satu kali transaksi. Wisata Taman Hud-Hud terletak di Jl. Proklamasi Desa Amansari Dusun Sasak RT/RW 011/003 Rengasdengklok Karawang, Jawa Barat, Indonesia.

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1

Logo Wisata Taman Hud-Hud

Sumber: https://www.instagram.com/taman_hudhud/, diakses 16 September 2020
Terlihat pada logo terdapat tulisan Hud-Hud, nama Taman Hud Hud sendiri diambil inspirasi cerita Nabi Sulaiman bahwa semua binatang yang berkumpul, tapi ada satu burung yang terlambat datang yaitu burung hud hud. Akan tetapi burung tersebut membawa kabar baik dan menggembirakan, maka taman ini dinamakan Hud Hud.

1.1.3 Visi Misi Perusahaan

Berikut adalah visi dan misi Wisata Taman Hud-Hud

a. Visi Wisata Taman Hud-Hud

Terciptanya tempat wisata yang Indah, Nyaman, dan aman.

b. Misi Wisata Taman Hud-Hud

- 1) Menjaga kualitas ekosistem destinasi wisata
- 2) Memberikan pelayanan yang berkualitas
- 3) Meningkatkan daya tarik wisata

1.1.4 Produk dan Layanan

a. Produk

Wisata Taman Hud-Hud memiliki beberapa fasilitas yang dapat digunakan tanpa harus membayar lagi. Berikut adalah fasilitas Wisata Taman Hud-Hud :

Tabel 1.1
Fasilitas Wisata Taman Hud-Hud

No	Fasilitas
1	Kolam Renang Anak Kedalaman 40cm
2	Kolam Renang Anak Kedalaman 73cm
3	Kolam Renang Dewasa Kedalaman 135cm
4	Seluncur Air
5	Kolam Terapi
6	Kolam Ikan
7	Gazebo
8	Rumah Pohon
9	Motor ATV
10	Sepeda
11	Kapal Laut Karaoke
12	Kantin
13	Lahan Parkir

Sumber : Data Olahan Peneliti 2020

b. Layanan

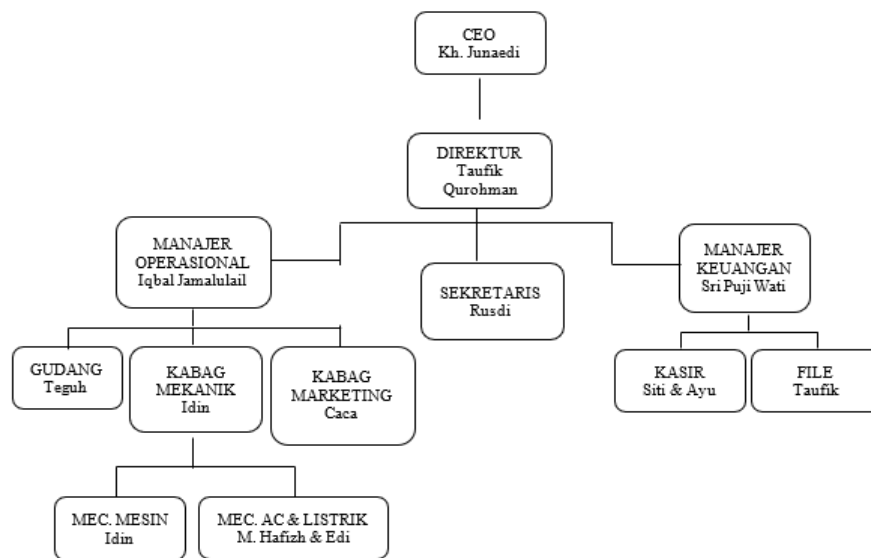
Wisata Taman Hud-Hud Karawang menggunakan media sosial Instagram untuk membantu mempromosikan tempat Wisatanya dan melayani para konsumen melalui DM (*Direct Message*) pada *Official Account* @taman_hudhud jika konsumen tersebut memiliki pertanyaan yang ingin diajukan.

Wisata Taman Hud-Hud Karawang buka pada pukul 08.00 – 17.00 (*weekday & weekend*).

Harga tiket masuk Wisata Taman Hud-Hud karawang

- 1) Tiket masuk area : Selasa-Jumat Rp.30.000/orang
Sabtu & Minggu Rp.50.000/orang
- 2) Parkir mobil : Rp.5.000/unit
- 3) Parkir motor : Rp.2.000/unit

1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 1.2

Struktur Organisasi Wisata Taman Hud-Hud

Sumber: Hasil Wawancara Bersama Manajer Personalia Iqbal Jamalulail

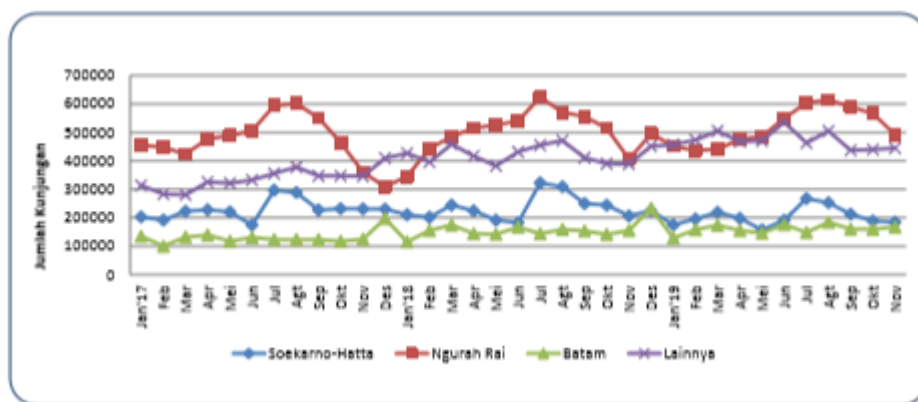
(Lihat Foto di Lampiran 16)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Secara umum kita mengetahui bahwa setiap Negara dibelahan pelosok Dunia ingin menjadikan dirinya menjadi Negara yang maju, baik dari SDM maupun SDA. Salah satu faktor yang paling menonjol sebuah Negara dikatakan atau dikategorikan Negara maju adalah faktor ekonomi, dan ini yang menjadi tolak ukur tidakmajunya sebuah Negara.

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Pariwisata memberi dampak dalam perluasan lapangan usaha dan kesempatan kerja, peningkatan *income* per kapita dan peningkatan devisa Negara.

Dewasa sekarang, Pariwisata telah menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Hal tersebut menggambarkan bahwa sektor pariwisata semakin berkembang. Berdasarkan data tahun 2017 hingga November 2019, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia terus mengalami peningkatan.



Gambar 1.3

Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Pintu Masuk Januari 2017 – November 2019

Sumber: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/01/02/1651/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-november-2019-mencapai-1-29-juta-kunjungan.html>, diakses

23 Januari 2020

Secara kumulatif, Januari-November 2019, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia mencapai 14,92 juta kunjungan atau naik 3,55 persen dibanding jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama tahun sebelumnya yang berjumlah 14,40 juta kunjungan. Jumlah kunjungan wisman ini terdiri atas wisman yang berkunjung melalui pintu masuk udara sebanyak 9,03 juta kunjungan, pintu masuk laut sebanyak 3,84 juta kunjungan, dan pintu masuk darat sebanyak 2,05 juta kunjungan.

Sejalan dengan perkembangan dunia pariwisata saat ini, daerah - daerah di Indonesia mulai menyusun dan mengembangkan potensi wisata daerah untuk pembangunan kepariwisataan nasional. Salah satu aspek yang penting dalam pengembangan potensi wisata di daerah adalah promosi dalam rangka meningkatkan jumlah arus kunjungan ke daerah itu sendiri. Untuk melakukan promosi diperlukan adanya upaya pemahaman mendalam mengenai pasar yang kemudian menjadi dasar dalam penyusunan strategi dan program promosi.

Indonesia memiliki ribuan destinasi, baik yang sudah populer namanya maupun yang masih belum digarap optimal. Apalagi pembangunan infrastruktur terus digalakkan, maka bukan tidak mungkin dunia pariwisata akan menjadi andalan baru bagi pemasukan negara.

Berdasarkan data World Travel & Tourism Council, pariwisata Indonesia menjadi yang tercepat tumbuh dengan menempati peringkat ke-9 di dunia, nomor tiga di Asia, dan nomor satu di kawasan Asia Tenggara. Capaian di sektor pariwisata itu juga diakui perusahaan media di Inggris, The Telegraph yang mencatat Indonesia sebagai “The Top 20 Fastest Growing Travel Destinations”. (Sumber: <https://www.kemendparekraf.go.id/post/siaran-pers-pariwisata-diproyeksikan-jadi-penyumbang-devisa-terbesar-lima-tahun-ke-depan>. Diakses 5 Juli 2020).

Salah satu daerah yang mulai merintis, memelihara, mengembangkan, dan melestarikan wilayahnya untuk menjadi daya tarik wisata adalah Kabupaten Karawang. Kabupaten Karawang merupakan kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Barat. Kabupaten Karawang banyak menyimpan potensi yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha. Untuk itu Pemerintah Kabupaten Karawang memberikan dukungan penuh untuk perusahaan yang ingin melakukan investasi di segala bidang usaha, baik di bidang perkebunan, perikanan, pertanian dan kepariwisataan. Khusus untuk bidang kepariwisataan Kabupaten Karawang banyak mempunyai obyek wisata yang mempunyai potensi dan daya tarik yang masih belum dikelola secara optimal tetapi mempunyai prospek pasar skala nasional dan internasional. Oleh karena itulah, Kabupaten Karawang giat mengembangkan potensi wilayahnya untuk tujuan wisata dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Salah satu tujuan wisata lokal di Kabupaten Karawang yang ramai dikunjungi adalah Objek Wisata Taman Hud-hud yang berlokasi di Jalan Proklamasi Desa Amansari Rengasdengklok ini menawarkan wahana wisata liburan keluarga

berkonsep Alam. Taman wisata ini terbilang cukup baru karena baru beroperasi sejak Maret 2017 dengan target pasar nasional hingga internasional. Tempai ini menyediakan beberapa fasilitas seperti 3 kolam renang, 6 unit rumah pohon, kapal laut, panggung, lapangan dan 40 unit gazebo. Selain itu, objek wisata yang berdiri diatas lahan 1,2 hektare ini juga menyediakan kantin.

Untuk mengetahui tentang Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang, peneliti melakukan *pra-penelitian* dengan menggunakan metode observasi dan wawancara (berstruktur dan tidak berstruktur).

Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang tempat wisata yang baru dibuka dan memiliki fasilitas dan layanan yang potensial. Pada tahun 2017 hingga 2019 diketahui jumlah kunjungan wisatawan yang masuk ke Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya, kemudian wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat pada tahun 2016 hingga 2017 mengalami peningkatan sebesar 10,14%. Artinya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia maupun Jawa Barat selalu meningkat setiap tahunnya. Sedangkan jumlah pengunjung Wisata Taman Hud-Hud selalu mengalami penurunan jumlah pengunjung terhitung dari tahun 2017 hingga 2019, dimana pada tahun 2019 adalah jumlah penurunan pengunjung Wisata Taman Hud-Hud yang sangat drastis.

Dari hasil observasi, berikut adalah data kunjungan Wisata Taman Hud-Hud Karawang.

Tabel 1.2
Data Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Taman Hud-hud Karawang
Bulan Januari - Desember 2019

No	Bulan	Jumlah Pengunjung	Kenaikan / Penurunan Jumlah Pengunjung	Presentase (%)
1	Juni	20781		
2	Juli	5304	-15477	-74,48
3	Agustus	2029	-3275	-61,75
4	September	1764	-265	-13,06
5	Oktober	3240	1476	83,67

(Bersambung)

(Sambungan Tabel 1.2)

6	November	1857	-1383	-42,69
7	Desember	1578	-279	-15,02
Jumlah		36553	-19203	123,33
Rata – rata		5221,857	-3200,5	20,555

Sumber: Hasil Wawancara Penulis Dengan Manajer Personalia Iqbal Jamalulail

Berdasarkan data tersebut menunjukkan penurunan jumlah wisatawan yang cukup signifikan, hal ini mengindikasikan rendahnya minat Wisatawan terhadap Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang, sehingga dibutuhkan upaya untuk meningkatkan daya tarik Wisatawan terhadap Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang agar sesuai yang diharapkan.

Berangkat dari hal tersebut, peneliti memilih Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang sebagai Objek Penelitian, karena Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang merupakan Wisata yang dikategorikan baru keberadaannya dan belum sepenuhnya masyarakat (Wisatawan) mengetahui keberadaannya, jadi diperlukan adanya upaya-upaya yang signifikan agar visi misi Pariwisata itu terpenuhi pada umumnya, dan secara khusus bagi pengelola Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang seperti dengan memberikan reklame secara berkelanjutan dan insentif.

Peneliti melakukan wawancara (tidak struktur) dengan beberapa pengelola Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang dan para pengunjung (wisatawan), dalam hal mempromosikan Objek Wisata Taman Hud-hud Pengelola menggunakan pemasaran langsung dan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Selain itu, peneliti menemukan masalah dalam pengolahan Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang yaitu SDM di Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang yang mengakibatkan kurangnya kepuasan pada diri pengunjung. Pengunjung masih banyak yang belum puas dengan informasi yang diberikan oleh Wisata taman Hud-Hud melalui media sosial maupun pemasaran secara langsung. Menurut peneliti hal tersebut tidak sesuai dengan indikator kepuasan pelanggan yaitu keandalan (*reliability*) dan ketanggapan (*responsiveness*).

Untuk dapat mengetahui tanggapan responden sebagai pengunjung Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang mengenai Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang, pada tanggal 6 September 2019 peneliti melakukan wawancara (terstruktur) secara langsung dengan

memberikan beberapa pertanyaan kepada 32 pengunjung Wisata Taman Hud-Hud Karawang yang ada di lokasi. Berikut adalah hasil tanggapan pengunjung Objek Wisata Taman Hud-Hud terhadap Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang.

Tabel 1.3

Tanggapan Konsumen terhadap Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang.

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban	
			Setuju	Tidak Setuju
1.	Promosi	1. Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang memiliki media promosi yang memadai (seperti <i>website</i> , <i>billboard</i> , spanduk, iklan dan lain-lain)	3 orang	29 orang
		2. Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang telah melakukan upaya promosi berupa <i>voucher discount</i> dan sangat saya merasa puas	23 orang	9 orang
		3. Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang telah memberikan banyak informasi mengenai Wisata Taman Hud-Hud dan memberikan kesempatan pada saya mengenai informasi yang disampaikan	15 orang	17 orang
2.	Kualitas Pelayanan	1. Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang sangat menjaga penampilan karyawan.	18 orang	14 orang

(Bersambung)

(Sambungan Tabel 1.3)

		2. Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang telah memberikan pelayanan sesuai dengan yang di janjikan (ketepatan waktu jam operasional, dalam menanggapi keluhan, dll)	11 orang	21 orang
		3. Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pengunjung	13 orang	19 orang
3.	Kepuasan Pengunjung	1. Saya akan melakukan kunjungan kembali ke Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang karena saya merasa puas setelah berkunjung kesana. 2. Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang merupakan tempat wisata yang cocok untuk direkomendasikan sebagai tujuan rekreasi.	16 orang 28 orang	16 orang 4 orang

Sumber: Hasil olahan data peneliti.

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa Objek Wisata Taman Hud-hud belum sepenuhnya melakukan promosi dan pelayanan yang baik sehingga menghasilkan kepuasan bagi pengunjung. Dapat dilihat dari beberapa tanggapan pengunjung yang berpendapat bahwa Objek Wisata Taman Hud-hud belum memiliki media promosi yang memadai, Objek Wisata Taman Hud-hud merupakan tempat wisata yang memberikan rasa senang, nyaman saat berkunjung, Objek Wisata Taman Hud-hud bukan merupakan tempat wisata yang lebih unik dibandingkan tempat wisata yang lain. Secara keseluruhan pengunjung merasa senang tetapi belum merasakan kepuasan yang optimal terhadap Objek Wisata Taman Hud-hud.

Berdasarkan prakuesioner menunjukkan bahwa pengunjung akan merasa lebih puas dan senang jika Wisata Taman Hud-Hud melakukan promosi secara maksimal. Dengan demikian terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung. Artinya semakin baik promosi dan kualitas pelayanan yang dilakukan secara maksimal oleh Wisata Taman Hud-Hud maka semakin tmeningkatnya pengunjung yang merasa puas. Hal tersebut merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh pihak pengelola. Pada umumnya promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh tinggi terhadap kepuasan pengunjung. Jika pihak pengelola tidak memperhatikan promosi dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka berakibat kurangnya minat pengunjung pada Wisata Taman Hud-Hud Karawang.

Salah satu Penelitian terdahulu oleh Stela Sangkaeng, Lisbeth Mananeke, & Sem G. Oroh (2015) yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara” yang mengatakan bahwa promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan wisatawan di objek Wisata Taman Laut Bunaken.

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan ini layak untuk diteliti dengan mengambil judul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Taman Hud-hud Karawang”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana promosi di objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang?
2. Bagaimana kualitas pelayanan di objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang?
3. Bagaimana kepuasan pengunjung di objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang?
4. Bagaimana pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang?
5. Bagaimana pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran promosi di objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran kualitas pelayanan di objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran kepuasan pengunjung di objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung di objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan di bidang pemasaran jasa pariwisata mengenai pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang sebagai bahan kajian dalam penelitian lebih lanjut.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini semoga dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang dalam strategi pengambilan keputusan mengenai promosi dan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung terutama pengelola Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang harus memperhatikan keamanan apa saja yang dianggap penting oleh pengunjung agar mereka merasa aman.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Objek Wisata Taman Hud-Hud Karawang”**.

Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisa penelitian, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai gambaran bagi peneliti, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, variabel operasional dan skala pengukuran, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan tentang teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil analisis temuan dan saran mengenai penelitian.