

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan usaha khususnya dalam bidang obyek wisata sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang sengit diantara perusahaan yang lain. Kartajaya (2010: 15) juga secara jelas menyebutkan bahwa perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan sangat dinamis telah memaksa perusahaan untuk terus secara aktif merumuskan dan mengkomunikasikan strategi guna mendapatkan sumber-sumber dalam mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini menyebabkan ilmu pemasaran mendapat perhatian penuh dari para perusahaan tersebut. Perusahaan dituntut untuk memikirkan agar jasa yang dihasilkan dapat terjual dipasaran dan dihargai sebagai jasa yang memiliki kualitas, mengingat tingginya persaingan antara perusahaan lain.

Songa Adventure adalah sebuah jasa wisata alam yang bernuansa sungai dan alam bebas di Probolinggo, dimana pada Jasa wisata alam ini terdapat pilihan paket wisata alam yang beragam dengan fasilitas yang lengkap dan aman, Songa Adventure merupakan kawasan wisata alam yang telah terintegrasi dengan beberapa destinasi wisata seperti arum jeram, outbound dan permainan alam yang cukup menantang, dimana tempat ini ingin menawarkan daya tarik yang menghibur tetapi juga pendidikan, disamping itu tempat wisata alam ini mencerminkan nilai-nilai dan filosofi dari daerah untuk memberikan nuansa keindahan alam bebas dan memberikan pengalaman khusus bagi pengunjung untuk menikmati nuansa sungai dan alam bebas. Demi menunjang wisata alam

Songa Adventure memberikan fasilitas *base camp* yang *representative*, *camping ground*, tenda, matras, *sleepingbag*, aula yang luas, area parkir yang nyaman, souvenir shop. Untuk menunjang kenyamanan wisatawan meskipun dialam bebas Songa Adventure juga menyediakan mushola, *loker*, restaurant, kamar mandi, shower terbuka dan ruang ganti lokasi *outbound* yang bisa untuk kegiatan *low impact* sampai *high impact*.

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2008:56) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen. Schiffman dan Kanuk (2007) dalam Roy (2014:6) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan sebagai proses penting dipengaruhi oleh lingkungan eksternal yang terdiri dari bauran pemasaran (produk, promosi, harga, distribusi) dan lingkungan sosial budaya (keluarga, sumber informasi, sumber non komersial, kelas sosial, budaya dan sub budaya). Kemudian lingkungan internal (faktor psikologis) yang terdiri dari motivasi, kepribadian, pembelajaran, persepsi, dan sikap.

Subroto (2008:36) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian fasilitas menurut

Arikunto (2008;2) adalah fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha. Fasilitas yang disediakan oleh Songa Adventure adalah *base camp* yang *representative, camping ground*, tenda, matras, *sleepingbag*, aula yang luas, area parkir yang nyaman, souvenir shop. Untuk menunjang kenyamanan wisatawan meskipun dialam bebas Songa Adventure juga menyediakan mushola, *loker*, restaurant, kamar mandi, shower terbuka dan ruang ganti lokasi *outbound* yang bisa untuk kegiatan *low impact* sampai *high impact*

Menurut Tjiptono (2005 : 110): “kualitas jasa atau kualitas pelayanan yang mendefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.” Dalam meningkatkan kualitas layanan yang baik untuk wisatawan Songa Adventure menyediakan kotak layanan pelanggan dan melakukan evaluasi kualitas layanan demi terciptanya kualitas layanan yang baik sehingga wisatawan yakin memilih Songa Adventure.

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk atau jasa karena harga adalah satu dari empat *marketing mix* (bauran pemasaran) Kotler (2008: 415). Menurut Kotler (2008:439) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menetapkan harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan penjualan menurun, tetapi sebaliknya jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh

perusahaan baik dalam bentuk barang maupun jasa Arikunto (2008:79). Songa Adventure memberikan harga terjangkau bagi wisatawan dan memberikan potongan harga sesuai dengan banyaknya rombongan wisatawan yang menggunakan jasa wisata alam Songa Adventure.

Keberadaan Songa Adventure merupakan wisata alam bebas pertama di kota Probolinggo. Wisata alam bebas ini nantinya akan menjadi *epicentrum* pengembangan kawasan wisata terpadu di kota Probolinggo masa depan. Dengan berbagai macam fasilitas yang ditawarkan oleh Songa Adventure tidak serta merta dapat membawanya ketitik pemasaran yang baik dengan berubah-ubahnya iklim ekonomi masyarakat dan keadaan pasar yang tidak tidak tentu mengharuskan PT. Songa Alam Lestari memiliki strategi pemasaran yang baik jika ingin menarik minat pengunjung terus meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, maka menarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Wisatawan Menggunakan Jasa Songa Adventure.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah disajikan pada latar belakang dan untuk memudahkan di dalam proses pembahasan pada penelitian ini, maka rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti disajikan berikut ini :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan wisatawan menggunakan jasa Songa Adventure?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan menggunakan jasa Songa Adventure?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan wisatawan menggunakan jasa Songa Adventure?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini diharapkan dapat :

1. Untuk menganalisis dan menguji apakah fasilitas berpengaruh secara parsial keputusan wisatawan menggunakan jasa Songa Adventure
2. Untuk menganalisis dan menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial keputusan wisatawan menggunakan jasa Songa Adventure
3. Untuk menganalisis dan menguji apakah harga berpengaruh secara parsial keputusan wisatawan menggunakan jasa Songa Adventure

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana dikemukakan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini merupakan sarana bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan wisatawan menggunakan jasa Songa Adventure.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan perusahaan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan wisatawan menggunakan jasa Songa Adventure. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Universitas

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi penelitian lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti.
- b. Hasil dari penelitian ini diharap dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan yang ada di Universitas Muhammadiyah Gresik dan sebagai bahan pertimbangan baik untuk menambah wawasan pengetahuan maupun sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang.