

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Permasalahan**

Perusahaan jasa berkembang dengan sangat pesat beberapa dekade ini. Dalam bidang jasa pemahaman akan konsumen menjadi sesuatu yang sangat penting. Bahkan dalam usaha jasa terdapat moto "konsumen adalah raja", dimana moto tersebut menggambarkan bahwa pemahaman akan keinginan konsumen dan pelayanan terhadap konsumen merupakan suatu harga yang mati. Mengenal konsumen meliputi pemahaman akan apa yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk, pengevaluasian produk dan pembelian kembali produk. Dengan mengenal berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen, pengusaha dapat meningkatkan peluang kesuksesan usahanya. Pemahaman akan konsumen dapat menjadi pertimbangan tim marketing dalam memilih segmentasi, targeting dan positioning perusahaan.

Semakin banyaknya manusia yang menghabiskan waktu untuk bekerja membuat produk jasa diminati konsumen. Para konsumen banyak yang menggunakan produk jasa untuk melepas stress. Dari sekian banyak usaha jasa yang menjanjikan salah satunya adalah *Water Park*. Dahulu para masyarakat hanya dapat berenang di kolam-kolam renang dengan fasilitas seadanya, sekarang mereka dimanjakan dengan berbagai fasilitas dan wahana air untuk semakin menikmati kegiatan berenang. Berbagai *Water Park* di Indonesia sangat diminati oleh para konsumen terutama saat liburan sekolah atau kantor tiba. Sebut saja beberapa *Water Park* yang sukses seperti Pantai Indah Kapuk, The Jungle, Atlantis Ancol dan Snowbay TMII selalu dibanjiri pengunjung. Hal tersebut juga mengundang pembukaan usaha *Water Park* di berbagai daerah di Indonesia salah satunya adalah Water Splash Tasikmalaya.

Water Splash Tasikmalaya merupakan *Water Park* dengan lahan terbesar di daerah Jawa Barat. Water Splash telah berdiri sejak tahun 2009. Pada awal berdiri Water Splash Tasikmalaya memberikan peluang yang menjanjikan sebagai salah satu *Water Park* yang diminati konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya antusias pengunjung pada saat libur lebaran 2009. Dengan harga tiket sebesar Rp.35.000,-, Water Splash Tasikmalaya masih menjadi tempat bermain air yang diminati konsumen. Akan tetapi awal yang menjanjikan tersebut semakin jauh dari harapan dikarenakan konsumen tidak kembali lagi untuk bermain pada liburan-liburan berikutnya. Hal tersebut dapat dilihat dari menurunnya konsumen yang datang secara drastis. Berbagai usaha telah dilakukan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan jumlah konsumen yang datang. Salah satunya dengan membuat berbagai pertunjukan yang diharapkan dapat menarik minat konsumen, tetapi usaha tersebut tidak berhasil. Bahkan harga tiket kini telah turun jauh dari tahun 2009 sebesar Rp.35.000,- menjadi Rp.15.000,- pada tahun 2011.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang dihadapi adalah Water Splash mulai ditinggalkan pengunjung dan mengalami kerugian untuk biaya investasi dan overhead. Berkurangnya pengunjung dapat disebabkan berbagai faktor seperti:

- Ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan.
- Adanya kemungkinan kesalahan dalam hal segmentasi, targetting dan positioning.
- Perusahaan kurang memahami perilaku konsumen di Tasikmalaya.
- Munculnya pesaing baru dengan lokasi lebih dekat pusat kota menambah permasalahan perusahaan.
- Faktor ekonomi masyarakat yang menurun.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Masalah perusahaan masih sangat luas baik mengenai perilaku konsumen maupun hal lainnya maka agar laporan tugas akhir ini terarah dengan baik dan karena keterbatasan waktu pengamatan dan biaya, maka dilakukan pembatasan masalah, antara lain:

- Kuesioner ditujukan kepada para pengunjung Water Splash Tasikmalaya secara khusus dan pengunjung Water Park secara umum.
- Perilaku individu konsumen yang diamati hanya motivasi dan gaya hidup berdasarkan Lowe Indonesia.
- Faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumen yang diamati hanya demografi, ekonomi, sosial dan keluarga.
- Penurunan faktor ekonomi tidak diteliti lebih lanjut.
- Water Park yang dijadikan saingan adalah Tee Jay Water Park Tasikmalaya.

### 1.4 Perumusan Masalah

Adapun masalah yang berusaha dirumuskan pada penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen *Water Park*?
- 2) Faktor apa saja yang harus ditingkatkan dilihat dari harapan dan kepuasan konsumen Water Splash Tasikmalaya?
- 3) Kelebihan dan kelemahan apa yang dimiliki Water Splash Tasikmalaya dibandingkan dengan pesaingnya?
- 4) Bagaimana faktor-faktor perbedaan individu dilihat dari motivasi dan gaya hidup konsumen *Water Park*?
- 5) Bagaimanakah segmentasi, targetting dan positioning Water Splash Tasikmalaya?
- 6) Usulan apa yang dapat diberikan kepada manajemen Water Splash Tasikmalaya?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Mengetahui faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen *Water Park*?
- 2) Mengetahui faktor apa saja yang harus ditingkatkan dilihat dari harapan dan kepuasan konsumen *Water Splash Tasikmalaya*.
- 3) Mengetahui kelebihan dan kelemahan *Water Splash Tasikmalaya* dibandingkan dengan pesaing.
- 4) Mengetahui faktor-faktor perbedaan individu dilihat dari motivasi dan gaya hidup konsumen *Water Park*.
- 5) Mengetahui segmentasi, targeting dan positioning untuk *Water Splash Tasikmalaya*.
- 6) Memberikan usulan kepada manajemen *Water Splash Tasikmalaya*.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan berisikan tentang bab - bab yang ada sebagai berikut:

#### BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi tentang latar belakang permasalahan, Identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah yang terjadi pada perusahaan, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan yang semuanya akan digunakan untuk mendukung pengamatan dan pengolahan data.

#### BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab studi pustaka berisi berbagai teori-teori yang diperlukan untuk melakukan pengumpulan data, pengolahan data dan analisis yang merupakan landasan berpikir penulis.

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian berisi flowchart yang menjelaskan mengenai urutan-urutan dalam melakukan penelitian dari awal hingga akhir penelitian, yang dibuat secara sistematis dan dengan penjelasan singkat untuk mempermudah dan memperjelas penelitian.

### BAB 4 PENGUMPULAN

Pada bab pengumpulan berisikan data-data yang dikumpulkan baik dengan menggunakan wawancara, pengamatan lapangan dan penyebaran kuesioner. Data yang dikumpulkan antara lain data umum perusahaan, struktur organisasi dan pengumpulan data lainnya.

### BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab pengolahan data dan analisis ini, data yang terkumpul dilakukan pengolahan baik dengan menggunakan software tertentu seperti SPSS ataupun secara manual dan teoritis dengan menggunakan berbagai data yang telah dikumpulkan. Setelah data diolah dan mendapatkan hasil maka data tersebut dianalisis untuk kemudian mendapatkan jawaban dari perumusan masalah yang dirumuskan pada bab 1. Hasil dari analisis kemudian juga digunakan untuk memberikan usulan kepada pihak manajemen.

### BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran berisi kesimpulan dari analisis data untuk memecahkan masalah yang telah dirumuskan. Disertakan juga saran-saran perbaikan untuk perusahaan agar lebih baik.