

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Rekreasi telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia modern. Tekanan pekerjaan dan rutinitas sehari-hari telah menjadikan rekreasi sebagai sarana untuk melepaskan penat dan berkumpul bersama keluarga. Rekreasi diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan seseorang pada saat waktu luang untuk suatu kegiatan yang menyenangkan dengan nilai sosial sebagai hasilnya. Salah satu aktivitas rekreasi yang biasa dilakukan dengan mengunjungi destinasi wisata. Terdapat berbagai rujukan destinasi wisata yang bisa dikunjungi, salah satunya taman bermain .

Taman bermain bertema merupakan tempat dengan daya tarik yang terdiri dari berbagai wahana dengan toko maupun restoran di dalamnya. Taman bermain memiliki beberapa tema yang beragam mulai dari tema *adventure* dengan berbagai wahana yang menantang adrenalin, tema *futurism* yang mengungkap pengetahuan teknologi, tema internasional yang memasukan unsur miniatur di dalam taman bermain, tema *nature* yang memasukan unsur satwa dan kehidupan laut, tema *fantasy* yang menghadirkan karakter kartun, dan tema sejarah yang memasukan unsur budaya di dalam taman bermain (Ho dan Ap, 2009). Tema merupakan salah satu komponen penting dalam menciptakan pengalaman (*experience*) ketika berada di taman bermain (Milman, 2008; Wong dan Cheung, 1999 dalam Milman dkk, 2012). Lebih lanjut, tema yang terdapat pada taman

bermain dapat menciptakan atmosfer untuk berimajinasi, dan menstimulasi pikiran serta memberikan pengalaman yang unik kepada pengunjung (Milman dkk, 2012).

Taman bermain menjadi salah satu pilihan destinasi wisata yang digemari oleh keluarga. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan ke taman bermain yang terus meningkat. Pada tahun 2012, tercatat 147 juta orang berkunjung ke taman bermain dan jumlahnya meningkat menjadi 150 juta orang pada tahun 2013 (Travel.Kompas.com, 2014). Pertumbuhan kelas menengah dan gaya hidup baru yang ditandai oleh pola konsumsi telah membuat taman bermain sebagai salah satu tujuan utama rekreasi dan mendorong peningkatan jumlah taman bermain di Indonesia (Mix.co.id, 2014).

Indonesia pun tercatat memiliki taman bermain yang masuk ke dalam 20 besar pengunjung terbanyak di dunia berdasarkan laporan *Theme Entertainment Association* (TEA, 2013). Atlantis Water Adventure, yang berada di Jakarta menempati urutan ke 17 dengan jumlah pengunjung tahun 2012 mencapai 1.000.000 orang dan 960.000 orang pada tahun 2013. Selain itu, The Jungle Adventure yang berada di Bogor menempati urutan ke 20 dengan jumlah pengunjung pada tahun 2012 mencapai 951.000 orang dan 880.000 orang pada tahun 2013 (TEA, 2013).

No	PARK AND LOCATION	CHANGE	2013	2012	No	PARK AND LOCATION	CHANGE	2013	2012
1	CHIMELONG WATERPARK, Guangzhou, China	7.5%	2,172,000	2,021,000	11	AQUAVENTURE, Dubai,UAE	-7.7%	1,200,000	1,300,000
2	TYPHOON LAGOON AT DISNEY WORLDS, Orlando, FL	2.0%	2,142,000	2,100,000	12	SUNWAY LAGOON,Kuala Lumpur, Malaysia	-8.1%	1,130,000	1,200,000
3	BLIZZARD BEACH AT DISNEY WORLD, Orlando, FL	2.0%	1,968,000	1,929,000	13	SHENYANG ROYAL HERMAN WATER PARK,Shenyang,China	10.0%	1,130,000	1,000,000
4	OCEAN WORLD, Gangwon-Do, South Korea	-1.2%	1,700,000	1,720,000	14	PSICLAGO, Girardo (Bogota), Colombia	0.2%	1,035,000	1,033,000
5	THERMAS DOS LARANJAS, Olinda, Brazil	26.9%	1,650,000	1,300,000	15	SCHLITZERBANN, New Braunfels, TX	1.0%	1,027,000	1,017,000
6	CARRIBEAN BAY, Gyeonggi-Do, South Korea	7.6%	1,623,000	1,508,000	16	WOONGIN PLAYDOCK WATERDOCK,Gyeonggi-Do, South Korea	-0.6%	979000	1,001,000
7	AQUATICA, Orlando, FL	1.0%	1,553,000	1,538,000	17	ATLANTIS WATER ADVENTURE, Jakarta, Indonesia	-2.0%	980000	1,000,000
8	WET 'N WILD GOLD COAST,Australia	17.4%	1,409,000	1,200,000	18	BEACH PARK, Aquira,Brazil	14.4%	964000	840000
9	WET 'N WILD, Orlando,FL	1.0%	1,259,000	1,247,000	19	SUMMERLAND,Tokyo,Japan	-5.2%	939000	990000
10	RESOM SPA CASTLE,Daejeon, South Korea	2.7%	1,189,000	1,158,000	20	THE JUNGLE WATER ADVENTURE,Bogor,West Java	-7.5%	880000	951000
TOTAL							7.10%	26,887,000	25,100,000

Sumber: TEA/AECOM 2013 Theme Index & Museum Index: The Global Attractions Attendance Report dipublikasikan oleh Themed Entertainment Association (TEA)

### Gambar 1.1

#### 20 Water Parks Dengan Pengunjung Terbanyak di Dunia

Beberapa taman bermain baru mulai bermunculan di Indonesia antara lain Trans Studio Bandung dan Trans Studio Makassar dengan konsep taman bermain dalam ruangan (*indoor*) yang menggabungkan unsur teknologi, pendidikan dan *adventure*, Jungle Land dengan konsep *water park* yang merupakan taman bermain terbesar di Indonesia dengan luas 40 ha, Jawa Timur Park I dan II yang berada di Malang, dan Suroboyo Carnival Night Market yang mengusung tema pasar malam dengan berbagai wahana.

Suroboyo Carnival Night Market merupakan salah satu wisata taman bermain yang dibuka pada tanggal 28 Juli 2014. Kehadiran Suroboyo Carnival membuat warga Surabaya antusias dalam menyambut taman bermain yang menjadi salah satu wisata unggulan dikarenakan minimnya jumlah taman bermain yang ada di Surabaya. Suroboyo Carnival menjadi jawaban akan hausnya warga Surabaya untuk berekreasi tanpa harus keluar kota. Taman bermain seperti Suroboyo Carnival yang merupakan bisnis dalam bidang jasa dimana pengalaman

pengunjung menjadi salah satu hal yang utama, namun pada pembukaan Suroboyo Carnival Night Market banyak keluhan yang disampaikan oleh pengunjung seperti yang terdapat pada Gambar 1.2.



Sumber : Fanspage Suroboyo Carnival Night Market  
 (facebook.com/permalink.php?story\_fbid=552259541566521&id=40349437310)

**Gambar 1.2**

### **Keluhan Pengunjung Suroboyo Carnival Night Market Saat *Soft Launching***

Keluhan pada saat *soft launching* Suroboyo Carnival Night Market yang disampaikan pengunjung di *fanspage facebook* resmi Suroboyo Carnival. Keluhan yang disampaikan oleh akun *facebook* Wieke Septina Gamirda menyatakan bahwa kebersihan toilet dan penggunaan kartu saat membeli makanan di area Suroboyo Carnival tidak efektif selain itu tempat untuk menukarkan kartu juga hanya tersedia satu. Akun *facebook* bernama Arthur Wijaya mengatakan

keluhannya akan minimnya petugas di dalam area Suroboyo Carnival dan faktor kebersihan toilet yang ada di Suroboyo Carnival. Akun *facebook* Harie Sayberie mengungkapkan keluhan akan kurangnya jumlah mushala, minimnya petunjuk arah di area Suroboyo Carnival dan kurangnya petugas yang ada di tiap wahana. Keluhan pengunjung diatas didominasi oleh fasilitas yang ada di lingkungan jasa atau yang biasa disebut dengan *servicescape*.

Berdasarkan fenomena kemunculan Suroboyo Carnival dan keluhan pengunjung saat pembukaan Suroboyo Carnival maka penelitian ini mengambil obyek penelitian Suroboyo Carnival. Keluhan pengunjung atas *servicescape* akan memberikan *word of mouth* yang negatif bagi pihak Suroboyo Carnival. *Word of mouth* negatif akan merugikan pihak Suroboyo Carnival apabila keluhan tentang *servicescape* tersebut tidak dievaluasi dan diperbaiki.

*Servicescape* merupakan lingkungan fisik yang memberikan bukti berwujud terhadap kualitas perusahaan jasa (Lovelock dkk, 2010:30). Lebih lanjut, *servicescape* menurut Bitner (1992) terdiri atas *ambient conditions*, *spatial layout*, serta *functionality*, *sign* dan *symbols*. Mengadopsi dari penelitian yang dilakukan Dong dan Siu (2013), elemen lingkungan jasa (*servicescape elements*) dibagi menjadi dua yaitu *substantive staging* dan *communicative staging*. *Substantive staging* merupakan lingkungan jasa yang bersifat fisik yaitu *background* dan *functional* yang terdiri atas *ambient condition* dan *spatial layout*. Sementara itu, *communicative staging* merupakan aspek komunikasi yang terdapat pada lingkungan jasa seperti perilaku karyawan (*employee behavior*),

penampilan karyawan (*employee image*) serta budaya lokal (*cultural atmospheric*) yang ada di taman bermain .

*Ambient conditions* termasuk ke dalam *background* yang ada lingkungan jasa seperti temperatur, pencahayaan, musik, ataupun skema warna (Lovelock dkk, 2011:284). *Spatial layout* merupakan penataan perlengkapan maupun peralatan yang ada di lingkungan jasa (Bitner, 1992). Kaitannya dengan keluhan yang disampaikan sebelumnya oleh pengunjung Suroboyo Carnival berkaitan dengan *servicescape* yang bersifat *substantive staging* maupun *communicative staging* seperti minimnya jumlah papan petunjuk, kebersihan toilet maupun perilaku karyawan kepada pengunjung. Lebih lanjut, keluhan pengunjung setelah mengunjungi Suroboyo Carnival menandakan ketidakpuasaan mereka atas pelayanan jasa yang diberikan.

Dong dan Siu (2013) menyatakan bahwa pengunjung akan mengevaluasi pengalaman jasa (*service experience evaluation*) yang mereka rasakan berdasarkan apa yang mereka terima ketika berada di lingkungan jasa. Evaluasi pengalaman jasa merupakan hasil dari evaluasi yang dilakukan oleh pengunjung selama berada di lingkungan jasa baik yang berupa *substantive staging* maupun *communicative staging*. Hasil evaluasi inilah yang akan menentukan perilaku pengunjung selanjutnya seperti menceritakan pengalamannya kepada kerabat (*experience extension*) maupun mengingat pengalaman tersebut dengan cara membeli *souvenir* atau mengabadikannya lewat sebuah foto yang menarik (*experience intensification*).

Dong dan Siu (2013) menyatakan dalam penelitiannya, pengunjung yang senang akan pelayanan jasa cenderung melakukan pembelian *souvenir* ataupun mengabadikan pengalaman jasa dengan cara berfoto di taman bermain untuk menjadikan pengalaman tersebut menjadi *tangible* yang disebut sebagai *experience intensification*. Hal ini dikarenakan jasa wujud dari pengalaman jasa bersifat *intangible* sehingga dengan keberadaan foto selama berada di taman bermain dan membeli *souvenir* dapat menjadikan pengalaman pengunjung menjadi *tangible*. Selain itu, pada taman bermain seperti Suroboyo Carnival biasanya pengunjung cenderung datang dengan berkelompok bersama teman-teman dan mereka akan mengajak kerabat ataupun merekomendasikan taman bermain tersebut yang disebut sebagai *experience extension*.

Pengalaman pengunjung pada taman bermain tidak hanya ditentukan oleh *substantive staging* maupun *communicative staging* yang sudah disebutkan sebelumnya, namun ada hal yang mempengaruhi evaluasi pengunjung atas pengalaman jasa saat berada di taman bermain yaitu ketertarikan pengunjung untuk berpartisipasi dengan mencoba berbagai wahana yang ada di taman bermain maupun berinteraksi dengan karyawan yang disebut sebagai *desire for active participation*. Selain itu, pengunjung juga biasanya berimajinasi saat bermain di wahana maupun ketika melihat arsitektur dan tema yang diusung oleh taman bermain yang disebut sebagai *fantastic imaginary orientation*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Dong dan Siu (2013) yang berjudul *servicescape elements, customer predispositions and service experience : The case of theme park visitor* dengan

obyek penelitian Hongkong Disney Land dan Ocean Park. Perbedaan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yaitu replikasi kritis dikarenakan peneliti melihat indikator-indikator yang terdapat pada dimensi variabel *substantive staging* maupun *communicative staging* yang pada penelitian sebelumnya tidak dibentuk dalam konstruk formatif dan tidak menekankan pada aspek dimensi yang terdapat pada variabel *substantive staging* maupun *communicative staging* sedangkan pada penelitian ini indikator-indikator dalam tiap dimensi dapat terlihat.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas tentang fenomena perkembangan taman bermain di Indonesia dan keluhan yang dialami pengunjung saat berada di Suroboyo Carnival. Maka peneliti ini meneliti lebih dalam mengenai **“Pengaruh Elemen Lingkungan Jasa terhadap Evaluasi Pengalaman Jasa Pengunjung Suroboyo Carnival Night Market dengan Variabel Moderasi *Customer Predispositions*”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah elemen lingkungan jasa yang terdiri atas a) *substantive staging* dan b) *communicative staging* berpengaruh signifikan terhadap evaluasi pengalaman jasa pengunjung Suroboyo Carnival ?
2. Apakah *customer predispositions* yang terdiri atas a) *fantastic imaginary orientation* dan b) *desire for active participation* memperlemah atau

memperkuat hubungan elemen lingkungan jasa dengan evaluasi pengalaman jasa ?

3. Apakah evaluasi pengalaman jasa berpengaruh signifikan terhadap *experience intensification* dan *experience extension* pengunjung Suroboyo Carnival ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh *substantive staging* dan *communicative staging servicescape* terhadap evaluasi pengalaman jasa pengunjung Suroboyo Carnival.
2. Untuk mengetahui bagaimana *customer predispositions* memperlemah atau memperkuat hubungan elemen lingkungan jasa dengan evaluasi pengalaman jasa.
3. Untuk mengetahui pengaruh evaluasi pengalaman jasa terhadap *experience intensification* dan *experience extension* pengunjung Suroboyo Carnival.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka penulis berharap dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat bagi pengetahuan

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang nyata, terutama mengenai analisis elemen lingkungan jasa, *customer predispositions* dan evaluasi pengalaman jasa pada layanan jasa Suroboyo Carnival.

## 2. Manfaat bagi praktisi pemasaran

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada praktisi pemasaran agar dapat lebih memahami evaluasi pengalaman jasa yang berkaitan dengan obyek wisata serta peran *customer predispositions* dan elemen lingkungan jasa pada perilaku pengunjung obyek wisata Suroboyo Carnival.

### 1.5 Sistematika Penulisan Isi Skripsi

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang yang mengangkat fenomena perkembangan taman bermain di Indonesia dan kehadiran taman bermain di Surabaya yaitu Suroboyo Carnival. Selain itu bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan isi skripsi.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian beserta pertanyaan penelitian dan model analisis dalam penelitian.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, unit analisis, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas serta teknik analisis.

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini mengemukakan gambaran umum subjek dan objek penelitian, hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil analisis, dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini menyatakan simpulan penelitian dan saran untuk akademisi maupun untuk praktisi.

**Daftar Pustaka****Lampiran**