

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan dalam bidang ekonomi selama ini telah membawa perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya perusahaan, baik yang bergerak dibidang jasa maupun barang. Salah satu bidang usaha yang berkembang pesat dalam bidang usaha jasa. Industry jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi. Salah satu yang bergerak dibidang jasa yaitu industri pariwisata.

Melalui Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, pariwisata adalah salah satu urusan pemerintah pilihan bagi daerah yang memiliki potensi pariwisata. Hal ini memberikan kewenangan bagi daerah untuk melakukan perencanaan, pengembangan dan pengelolaan pariwisata di daerah. Kemajuan dalam bidang ekonomi selama ini telah membawa perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya perusahaan, baik yang bergerak dibidang jasa maupun barang.

Salah satu bidang usaha yang berkembang pesat dalam bidang usaha jasa. Industri jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberi nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi Pengunjung. Industri dalam bidang jasa seperti,

telekomunikasi, transportasi, informasi, keuangan, konstruksi, pelayanan kesehatan, pariwisata, dan lain sebagainya. Salah satu yang bergerak dibidang jasa yaitu industri pariwisata.

Menurut Salah Wahab dalam Oka A. Yoeti mengemukakan definisi pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

Perkembangan pariwisata di Indonesia ini tidak jauh dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah dan pihak-pihak terkait. Menurut Kotler dan Keller dalam (Fachriza dan Moeliono, 2017) Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Perkembangan pariwisata haruslah bertujuan *customer-centric strategy* yang mencakup 3 hal. Pertama, *customer satisfaction* dimana wisatawan puas dengan destinasi wisata kita tawarkan. Kedua, *customer retention/loyalty* dimana wisata berkunjung kembali dan loyal dengan destinasi wisata kita. Ketiga, *customer advocacy* dimana wisatawan merekomendasikan destinasi wisata kepada wisata lain.

Indonesia merupakan Negara dengan potensi yang besar sebagai daerah tujuan wisata dunia. Terdapat dua hal yang menjadi daya tarik utama pariwisata Indonesia. Pertama adalah pesona alam (*natural resources*). Indonesia memiliki

alam yang indah yang mampu bersaing dengan pariwisata Negara lain, misalnya sungai, pantai yang indah, air terjun, pegunungan serta keanekaragaman hayati. Kedua adalah kekayaan budaya (*cultural resources*). Indonesia termasuk Negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia. Penduduk Indonesia terdiri dari berbagai suku dengan budaya, agama, dan adat istiadat yang beraneka ragam. Hal tersebut menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan dan didukung dengan peninggalan-peninggalan sejarah dan ditambah masyarakat Indonesia yang dikenal dengan keramah-tamahan.

Provinsi Jambi salah satu daerah nusantara yang menyimpan potensi pariwisata sejarah dan kebudayaan yang bernilai tinggi. Provinsi jambi telah dikenal memiliki banyak suku yang berbeda diantaranya suku kubu (suku anak dalam), suku kerinci, suku melayu jambi dan lain sebagainya yang bermigran ke provinsi jambi. Selain memiliki suku yang baerbeda-beda provinsi jambi juga kaya akan peninggalan-peninggalan sejarah, misalnya masjid kuno, naskah-naskah kuno, artefak batu silindrik, candi-candi dan lain sebagainya. Sebagai salah satu daerah dengan kekayaan sumber daya alam yang beragam menjadi potensi bagi destinasi wisata alam provinsi jambi. Wisata alam provinsi jambi tersebar hampir diseluruh daerah.

Kabupaten Kerinci memiliki daya tarik pariwisata tersendiri yang dapat dikembangkan sehingga kedepannya menjadi tujuan wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun demikian daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Kerinci belum dikembangkan dengan baik termasuk sarana dan prasarana pendukungnya

sehingga belum menjadi tujuan wisata yang belum memberikan kontribusi yang berarti dalam perekonomian Kabupaten Kerinci.

Kabupaten Kerinci dikelilingi oleh area perbukitan bukit barisan yang dapat membuat pemandangan yang sangat menakjubkan, di Kecamatan Siulak tepatnya di Bukit Tengah dijadikan sebagai pusat Pemerintahan Kabupaten Kerinci, dari Bukit Tengah pemandangannya begitu bagus bisa terlihat pemandangan gunung Kerinci dan Danau Kerinci. Di Bukit Tengah juga didirikan objek wisata Taman Ayla yang menawarkan tempat wisata yang begitu indah yang terdiri dari kolam renang, tempat karaoke, serta dengan tamannya.

Menurut Setiawan (2012) berpendapat bahwa keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Di objek wisata Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci dilihat dari segi keunikan produk yang dimiliki terbilang belum begitu unik karena produk yang dimiliki Taman Ayla juga dimiliki oleh pesaing-pesaingnya, kualitas produk juga terbilang masih rendah ini dapat dilihat dari kualitas air yang masih kurang bersih, tempat berteduh dan tempat makan yang masih terbuat dari kayu dan bambu serta dengan harga yang masih tinggi ini dapat dilihat dari harga tiket masuk yang tergolong mahal untuk kalangan kelas bawah yaitu sebesar Rp. 10.000/orang. Berikut ini adalah harga produk di Taman Ayla Bukit Tengah Kabupaten Kerinci yang dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Harga Produk di Taman Ayla Bukit Tengah Kabupaten Kerinci dan
Harga Pesaing

No	Nama Produk	Harga (Rp)	Harga Pesaing
1	Mie Instan	12.000	10.000
2.	Nasi Goreng	14.000	12.000
3	Tiket Masuk Dewasa	10.000	8.000
4	Tiket Masuk Anak-Anak	5.000	4.000
4	Karaoke	5.000/lagu	5.000/lagu
5	Snack dll	+1000	Harga Standar

Sumber; Pengujung Ayla dan Ayla

Dari tabel 1.1 diatas dijelaskan harga produk di taman Ayla Bukit Tengah Kabupaten Kerinci yang dibandingkan dengan harga pesaingnya yaitu taman 3 bukit yang terletak di bukit tengah juga, dimana harga produk Ayla lebih mahal dibandingkan dengan Ayla seperti harga mie instan di Ayla Rp. 12.000 sedangkan di Ayla sebesar Rp. 10.000, harga nasi goreng di Ayla sebesar Rp. 14.000 dibandingkan dengan Ayla Rp. 12.000, tiket masuk dewasa di Ayla sebesar Rp. 10.000 sedangkan di Ayla sebesar Rp. 8.000 dan harga tiket masuk untuk anak-anak di Ayla sebesar Rp. 5.000 sedangkan di Ayla Rp.4.000 hanya harga karaoke yang harganya sama yaitu sebesar Rp.5000/lagu kemudian harga snack dll di Ayla +Rp. 1.000 dari harga standar sedangkan di Ayla masih harga standar. Disini dapat dilihat perbedaan harga antara Ayla dan Ayla untuk itu ini dapat dijadikan fenomena penelitian yang didukung oleh indikator harga.

Menurut Sunyoto (2005), ada lima faktor yang dapat digunakan dalam menentukan keunggulan bersaing yaitu Inovasi dan Kinerja Pemasaran. Menurut Zimmerer (2008) dalam Alamsyah (2015) bahwa inovasi produk merupakan suatu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada

akhirnya menciptakan pelanggan. Berdasarkan indikator inovasi produk dapat ditarik fenomena di Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci yaitu dilihat dari perubahan desainnya yang belum begitu ada perubahan ini dapat dilihat dari posisi tamannya yang masih seperti biasa sehingga pelanggan cenderung untuk mencari suasana yang baru dan pengembangan produk yang belum dilakukan oleh pihak Ayla seperti kolam renang untuk dewasa belum didukung dengan fasilitas renang seperti pelampung karena kedalaman kolam renang untuk dewasa cukup dalam. Berikut ini adalah pengembangan produk di Taman Ayla Bukit Tengah Kabupaten Kerinci yang dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2
Pengembangan Produk di Taman Ayla Bukit Tengah Kabupaten Kerinci Tahun 2022

No	Nama Produk	Jumlah Produk	Pengembangan
1.	Tempat Karaoke	1	Belum Ada
2.	Kolam Renang	4	1
3.	Air Panas	0	0
4.	Papan Seluncur	2	Belum Ada
5.	Kolam Ikan	1	Belum Ada
6.	Tempat Santai	4	Belum Ada
7.	Bunga Batik	1	Belum Ada
8.	WC	2	Belum Ada
9.	Kamar Mandi	2	Belum Ada
10.	Pelampung	4	Belum Ada
11.	Tempat Makan	2	Belum Ada

Sumber : Observasi di Taman Ayla Bukit Tengah Kabupaten Kerinci

Dari tabel 1.2 diatas menjelaskan tentang pengembangan produk di Taman Ayla Bukit Tengah Kabupaten Kerinci Tahun 2022 yang terdiri dari tempat karaoke yang berjumlah 1 buah belum ada pengembangannya sampai saat ini, kolam renang yang berjumlah 4 buah yaitu terdiri dari kolam renang untuk anak berjumlah 2 buah, kolam renang remaja 1 buah, kolam renang dewasa 1 buah

untuk pengembangannya hanya ada 1 buah sampai saat ini, untuk air panas belum ada di taman Ayla, papan seluncur berjumlah 2 buah dan belum ada pengembangannya, kolam ikan terdiri dari 1 buah dan belum ada pengembangannya, tempat santai 4 buah dan belum ada pengembangannya, bungan hanya ada satu jenis yaitu bungan batik dan belum ada pengembangannya, WC 2 buah dan belum ada pengembangannya, dan kamar mandi 2 buah dan belum ada pengembangannya, serta pelampung 4 buah dan belum ada pengembangannya kemudian tempat makan 2 buah dan belum ada pengembangannya. Ini dapat dijadikan fenomena penelitian karena sesuai dengan indikator inovasi produk yaitu pengembangan.

Menurut Alex dan Edi (2015) kinerja pemasaran adalah ukuran peningkatan kegiatan usaha pelaku UMKM dalam mewujudkan tujuan. Melihat fenomena yang terjadi di Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci belum begitu mengalami pertumbuhan pengunjung pada hari biasa, ini sesuai dengan indikator volume berkunjung, untuk indikator promosinya belum begitu maksimal karena Taman Ayla belum dikenal secara regional seperti daerah-daerah yang ada di kabupaten kerinci belum begitu banyak mengenal Taman Ayla ini berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis bersama narasumber dan wilayah pemasarannya belum begitu mencakup wilayah lain di luar Kabupaten Kerinci.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci maka Penulis tergugah untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran Terhadap**

Keunggulan Bersaing Pada Objek Wisata Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada objek wisata Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
2. Apakah terdapat pengaruh Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada objek wisata Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
3. Apakah terdapat pengaruh Inovasi Produk, dan Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada objek wisata Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada objek wisata Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada objek wisata Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.

3. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk, dan Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada objek wisata Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan digunakan sebagai bahan referensi bagi perusahaan akademis
- b. Sebagai bahan acuan untuk rekan-rekan Mahasiswa/i pada umumnya dan Mahasiswa/i STIE-SAK pada khususnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama dimasa yang akan datang.
- c. Sebagai sumbangsih penulis khazanah literatur akademika khususnya dalam bidang manajemen.

2. Manfaat Praktis

- a. Di harapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi manajemen pemasaran Taman Ayla Bukit Tengah, Kabupaten Kerinci
- b. Di harapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta mempelajari masalah-masalah yang berhubungan dengan pengaruh Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing.