

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2017:4) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. Sedangkan Manajemen pemasaran menurut Manullang dan Hutabarat (2016) adalah proses dalam menganalisa, merencanakan, melaksanakan dan mengontrol kegiatan dalam pemasaran yang mencakup ide-ide, barang dan jasa yang berdasar pertukaran dengan tujuan untuk menghasilkan kepuasan konsumen dan tanggung jawab produsen. Manajemen pemasaran menurut Swastha D. (2014) adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pemasaran secara total termasuk perumusan tujuan, kebijakan dalam pemasaran, program pemasaran dan strategi pemasaran dengan tujuan menciptakan pertukaran dan memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen baik individu atau organisasi.

Berdasarkan devinisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, menganalisis, pengorganisasian dan pengontrolan dari rencana yang sudah disepakati di awal, proses tersebut sangat mempengaruhi berjalan atau tidak suatu pemasaran maka dari pada itu hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan

maupun keinginan konsumen baik individu maupun organisasi untuk menghasilkan kepuasan konsumen.

2.2 Pengertian Pariwisata.

Pariwisata adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk tujuan hiburan dan pariwisata. Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi. Berbagai pengertian pariwisata sangat banyak dijelaskan oleh para ahli-ahli pariwisata, seperti organisasi pariwisata dunia (World Tourism Organization) yang mengemukakan definisi pariwisata sebagai berikut: *“The activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose,”* (WTO, 1999:1) Maksud dari definisi pariwisata menurut WTO, adalah pariwisata sebagai kegiatan orang atau sekelompok orang yang bepergian dengan melakukan perjalanan dan menempati sebuah tempat diluar lingkungan biasanya mereka tinggal dengan batas waktu tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis, dan tujuan lainnya. Pariwisata adalah suatu jenis perjalanan yang direncanakan dan dilakukan dari satu tempat ke tempat lain secara individu atau kelompok, dengan tujuan memperoleh beberapa bentuk kepuasan dan kesenangan. (Sinaga, 2010).

Wisata Alam memiliki banyak jenis wisata apabila dilihat dari obyek wisata yang dituju diantaranya adalah:

1. Wisata Alam yaitu perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan lingkungannya sebagai objek tujuan wisata.
2. Wisata Bahari yaitu wisata untuk menikmati keindahan laut
3. Wisata Sejarah adalah berkunjung ke tempat-tempat peninggalan sejarah seperti : Museum, Prasasti, Candi, dll.
4. Wisata Religi yaitu perjalanan mengunjungi tempat-tempat khusus bagi umat beragama, biasanya seperti tempat ibadah ataupun makam.
5. Wisata Budaya yaitu berwisata dengan tujuan mengenali adat dan budaya daerah setempat.
6. Wisata Pendidikan merupakan program wisata yang dipadukan dengan program pendidikan di dalamnya. Biasanya jenis wisata ini dilaksanakan oleh sekolah-sekolah guna mendukung pelajaran di sekolah yang bersangkutan.

Lahirnya pariwisata berawal dari faktor manusia dan perilaku manusia itu sendiri yang secara periodik manusia membutuhkan aktifitas-aktifitas baru yang dapat menumbuhkan kembali kesegaran dan semangat dalam kehidupannya.

2.3 Wisata Pantai

Pantai adalah sebuah bentuk geografis yang terdiri dari pasir, dan terdapat dipesisir pasir laut. Daerah pantai merupakan bagian daratan yang terdekat dengan laut. Garis pantai adalah garis batas antara laut dengan darat. Pesisir adalah bagian daratan yang tergenang oleh air laut ketika pasang naik dan kering ketika pasang surut. Wilayah pesisir/pantai adalah suatu hal yang lebarnya bervariasi yang mencakup tepi laut (shore) yang meluas ke daerah daratan hingga batas pengaruh maritim yang dirasakan, (Sutikno,2002).

Klasifikasi pantai menurut Sutikno (2002) dasar klasifikasinya adalah perkembangan garis pantai maju atau mundur. Pantai maju dapat disebabkan pengangkatan pantai atau progradasi oleh deposisi, sedangkan pantai mundur disebabkan pantai tengelam atau retrogradasi oleh erosi. Pantai menjadi batas daratan dan perairan laut. Secara garis besar wisata pantai biasanya melibatkan tiga unsur pokok yaitu:

1. Manusia, sebagai subyek pelaku
2. Tempat, sebagai obyek tujuan wisata
3. Waktu yang dihabiskan dalam melakukan aktifitas wisata.

Pantai merupakan salah satu tujuan objek wisata yang bisa dinikmati saat jenuh, bosan, dan stress. Pemandangan laut yang begitu luas membuat pikiran menjadi tenang pantai memberikan dampak yang sangat besar bagi kesehatan. Menurut Undang-Undang RI 2009, ada lima unsur penting yang melekat pada suatu obyek wisata, yaitu: Daya Tarik, Prasarana Wisata, Sarana Wisata, Infrastruktur, Masyarakat, Lingkungan, dan Budaya. Berikut ini adalah beberapa kegiatan yang bisa dilakukan dilaut pantai:

1. Menjelajahi dan Menikmati keindahan alam bawah laut yang sangat menakjubkan.

Terdapat banyak sekali biota laut dan juga batu karnag yang sangat indah di dasar lautan. Dengan menjelajahi dasar lautan, kita bisa menikmati keindahan tersebut sekaligus mempelajari banyak hal baru. Kegiatan menjelajahi alam bawah laut sering disebut dengan sea walker yang berarti menjelajahi lautan.

2. Diving dan Snorkeling.

Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan peralatan menyelam. Tujuan kegiatan ini selain untuk rekreasi juga sebagai sarana untuk mempelajari keragaman kehidupan yang ada di lautan. Kegiatan menjelajahi ini biasanya sering dilakukan disekitar panntai atau perairan dangkal.

3. Olahraga Air

Jenis kegiatan ini seperti speedboat, berselancar dan mengayuh perahu.

4. Menikmati Hasil Laut.

Bagi yang gemar menikmati ikan, jenis kegiatan ini pasti tak akan pernah terlewatkan. Menikmati hasil laut yang didapat secara langsung dari lautan tentu memiliki cita rasa yang berbeda.

1. Eko Wisata Bahari atau yang lebh dikenal dengan kegiatan konversasi bertujuan memberikan pengetahuan pada wisatawan untuk menjaga ekosistem pantai dan laut dari kerusakan.

2.4 Kepuasan Wisatawan

Kepuasan Wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Oliver,1980). Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pengunjung akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pengunjung akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. pengunjung yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Tingkat kepuasan amat subyektif dimana ukuran kepuasan satu pengunjung dengan pengunjung lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Pengunjung mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan pengunjung terpenuhi atau terlampaui. Hal ini karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian pengunjung dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan. Wisatawan yang marah atau tidak puas akan menimbulkan masalah karena dapat berpindah ke perusahaan lain dan menyebarkan berita negatif dari mulut ke mulut (Lovelock dan Wright,2007:102).

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan di kalangan pengunjung. Terciptanya kepuasan pengunjung dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pengunjung menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pengunjung, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Kaitan antara kepuasan konsumen dan kesetiaan konsumen tidak bersifat proporsional. Andaikan kepuasan konsumen diberi peringkat dengan skala satu sampai lima, maka pada level kepuasan konsumen yang sangat rendah (level satu), para konsumen cenderung menjauhi perusahaan dengan menyebarkan cerita jelek tentang perusahaan tersebut. Pada level dua sampai empat, konsumen agak puas tetapi masih merasa mudah untuk beralih ketika tawaran yang lebih baik muncul. Pada level kelima, konsumen sangat cenderung membeli ulang dan bahkan menyampaikan cerita pujian tentang perusahaan. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut, tidak sekedar suka yang berlebihan.

2.4.1 Faktor-faktor Kepuasan Wisatawan.

Menurut Kuswadi (2004:17) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

1. Mutu produk atau jasa

Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.

Contohnya bangunan serta kebersihan dari Pantai tersebut.

2. Mutu pelayanan

Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pengunjung, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pengunjung maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pengunjung yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada fasilitas yang rusak.

3. Harga

Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Pengunjung akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain. Contohnya bila pihak pengelola destinasi wisata Pulau Pahawang tidak menaikkan tarif biaya retribusi masuk maka pengunjung akan memberikan nilai yang baik atau harga yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan.

4. Keamanan

Wisatawan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pengunjung tersebut.

2.5 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Variabel	Metode	Hasil
1	Willi Yunantias (2012)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen	* Lingkungan • Aksesibilitas • Pelayanan • Kepuasan • Minat kunjung	* SEM • Analisis Faktor Konfirmatori	Lingkungan dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen,

		Terhadap Minat Kunjungan Pada Objek Wisata Pantai Widuri Di Pematang			aksesibilitas berpengaruh negative terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung
2	Christianto YV Tarigan (2013)	Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Mancanegara Pengunjung Objek Wisata Alam Taman Nasional Gunung Leuser Di Bukit Lawang SPTN Wilayah V Bahorok BTPN Wilayah III Stabat	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas pelayanan • Atribut wisata • Fasilitas 	-Deskriptif - IPA -CSI	Mayoritas wisatawan mancanegara merasa puas terhadap kunjungan mereka, sebesar 57% puas, 13 % sangat puas, dan 30% kurang puas dengan kualitas pelayanannya
3	Deden Wildan Ihsani (2005)	Analisis kepuasan konsumen terhadap atribut Wisata cangkung garut, jawa barat	<ul style="list-style-type: none"> *Kehandalan (Reliability) *Bukti Langsung (Tangible) *Ketanggapan (Responsiveness) *Jaminan (Assurance) *Empati (Empathy) 	- IPA - CSI	Hasil analisis terhadap Wisata Cangkung yang termasuk kedalam kuadran Prioritas Utama yang harus didahulukan pengelola wisata dan di tingkatkan kinerjanya adalah Pelayanan Wisata (3), kelengkapan Fasilitas (9), dan kebersihan (10). Kemudian yang termasuk kedalam kuadran Pertahankan Prestasi yang termasuk dalam daerah ini adalah Lokasi

					<p>wisata (1), Keamanan (4), dan Kenyamanan (7), sedangkan yang termasuk kedalam kuadran Prioritas Rendah adalah Harga tiket yang berlaku (2), Promosi (5), dan Pemandu wisata (8), sedangkan yang termasuk kedalam kuadran Berlebihan karena dari kepentingan konsumen berada pada tingkat kepentingan yang rendah, tetapi kinerja berada pada tingkat yang tinggi. Variabel yang dinilai berlebihan hanya ada satu yaitu manfaat yang diperoleh (6). Indeks kepuasan pelanggan (<i>customer satisfaction index</i>) yang diperoleh dalam penelitian terhadap konsumen wisata Cangkung adalah sebesar 52,46 persen. Indeks ini berada pada skala cukup puas, artinya pelanggan merasa cukup puas (belum memasuki taraf puas) dengan kinerja pengelola wisata Cangkung</p>
4	Siska Fitrianti, Iis Ismawati, Nova Sillia (2015)	Analisis tingkat kepuasan pengunjung kawasan wisata lembah harau	Produk, harga, tempat, promosi, orang, fisik dan proses	- IPA - CSI	<p>Nilai rata-rata kesesuaian antara kepentingan dan kinerja adalah 78,55%, artinya terdapat sekitar 78,55 % atribut di kawasan wisata lembah harau yang dianggap penting dan memiliki kinerja yang sesuai dengan harapan pengunjung dan sekitar 21,45% atribut yang ada</p>

					memiliki kinerja yang masih jauh dari harapan pengunjung.
5	Indri Pratama, Helma Helma (2019)	Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Pelayanan Wisata Pantai Tan Sirdano Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis	*Keandalan (Reliability) *Bukti Langsung (Tangible) *Ketanggapan (Responsivness) *Jaminan (Assurance) *Empati (Empathy)	- IPA - CSI	Nilai tingkat kepuasan pengunjung terhadap kinerja pengelola wisata Pantai Tan Sirdano berdasarkan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> adalah 70,12% yang berarti bahwa kinerja pengelola belum memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pengunjung. Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dengan IPA, dapat diketahui aribut-atribut yang harus diperbaiki dan ditingkatkan. Atribut-atribut yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Wisata Pantai Tan Sirdano adalah kebersihan di objek wisata Pantai Tan Sirdano, ketersediaan toilet, mushalla, tempat parkir dan wahana permainan, kondisi jalan di sekitar objek wisata Pantai Tan Sirdano, ketanggapan pengelola dalam merespon keluhan pengunjung, kerapihan di objek wisata Pantai Tan Sirdano (termasuk pedagang di dalam wisata Pantai Tan Sirdano).

2.6 Kerangka Pikir

Berdasarkan pada uraian latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian serta landasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan dalam kerangka pemikiran penelitian ini yaitu sebagai berikut

