BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Dalam setiap organisasi, komunikasi memegang peranan yang sangat penting. Komunikasi merupakan unsur pertama dalam berbisnis. Murphy dan Peck dalam menyoroti masalah komunikasi, menegaskan bahwa "komunikasi merupakan darah sebagai suatu sumber kehidupan bagi setiap organisasi dan merupakan suatu kunci sukses dalam karir bisnis dan kehidupan pribadi.". Lebih tegas dikatakan bahwa komunikasi itu sangat penting, sehingga apabila tidak ada komunikasi maka organisasi itu tidak akan berfungsi. Demikian menurut Buchari Alma (2001 : 190)

Komunikasi dalam sebuah organisasi perusahaan khususnya dan umumnya organisasi-organisasi lain, biasanya terjadi dalam dua kontek, yaitu komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan (*internal communication*) dan komunikasi yang terjadi diluar perusahaan (*external communication*). Di dalam komunikasi internal, baik secara vertical, horizontal, maupun diagonal sering terjadi kesulitan yang menyebabkan terjadinya ketidaklancaran komunikasi atau dengan kata lain terjadi miss komunikasi. Kesulitan ini terjadi dikarenakan adanya kesalahpahaman, adanya sifat psikologis seperti egois, kurangnya keterbukaan antar pegawai, adanya perasaan tertekan dan sebagainya, sehingga menyebabkan

komunikasi tidak efektif dan pada akhirnya tujuan organisasi pun sulit untuk dicapai .

Menurut Gunawan (1995 : 34) kesulitan komunikasi sebagai berikut "Komunikasi yang dilaksanakan oleh pimpinan terhadap bawahan (*downward communication*) tidak banyak meng-alami kesulitan; teapi sebaliknya komunikasi yang berjalan ke atas (*upward communication*) besar kemungkinan akan mengalami hambatan, demikian pula dalam komunikasi antar kolega (*horizontal communication*) dapat timbul kesulitan yang dikarenakan misalnya setiap anggota merasa tugasnya lebih penting atau merasa profesinya lebih tinggi."

Dengan adanya kesulitan-kesulitan atau masalah-masalah dalam komunikasi internal yang disebabkan oleh adanya kesalahpahaman, kurangnya keterbukaan, adanya tekanan-tekanan yang dirasakan oleh para anggota organisasi menyebabkan komunikasi dua arah (*two way communication*) menjadi terhambat dan dirasakan tidak harmonis . Ketidak harmonisan komunikasi ini dapat menimbulkan terjadinya hubungan kerja yang kurang baik, dan apabila hal ini dibiarkan akan menimbulkan implikasi yang kurang baik terhadap gairah kerja, motivasi kerja, konsentrasi kerja, dan pada akhirnya akan membawa dampak negatif terhadap produktivitas kerja, semangat moral dalam memberikan pelayanan dengan tujuan memuaskan pengunjung pada perusahaan jasa wisata.

Begitu juga dengan komunikasi eksternal perusahaan dapat memberikan informasi-informasi penting tentang perusahaan untuk dapat menarik simpati pengunjung untuk berkunjung pada perusahaan, selain itu komunikasi eksternal beguna juga untuk menggali informasi tentang nilai perusahaan di mata pengunjung, tentang kekurangan perusahaan dalam memberikan pelayanan serta untuk menggali harapan-harapan pengunjung.. Melalui komunikasi eksternal perusahaan dapat memperoleh informasi-informasi penting tentang keinginian perusahaan-perusahaan pesaing.

Kepuasan konsumen menjadi hal yang dinilai sangat penting untuk mencapai pelayanan prima dalam industri jasa. Konsumsi jasa dalam bentuk komoditas wisata bagi sebagian masyarakat negara maju dan masyarakat Indonesia telah menjadi salah satu kebutuhan sebagai akibat meningkatnya pendapatan, aspirasi dan kesejahteraannya. Sebagai suatu bidang usaha yang berorientasi bisnis, pengembangan wisata agro membutuhkan dukungan berbagai aspek antara lain sumberdaya manusia, promosi, dukungan sarana penunjang dan kemampuan manajemen pengelolaan. Sumberdaya manusia mulai dari pengelola sampai kepada masyarakat berperan penting dalam keberhasilan pengembangan wisata agro. Kemampuan pengelola wisata agro dalam menetapkan target sasaran dan menyediakan, mengemas, menyajikan paket wisata sesuai engan potensi yang dimiliki serta promosi yang terus menerus sangat menentukan keberhasilan dalam mendatangkan wisatawan.

Pengukuran kualitas pelayanan tidak dapat dipisahkan dari pengukuran kepuasan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan sangat

penting untuk dilakukan untuk mengetahui posisi perusahaan tersebut yang sebenarnya. Dalam pengukuran tingkat kepuasan pelanggan, bisa diukur gap yang terjadi antara tingkat pengharapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dari suatu perusahaan.

Jika tingkat persepsi pelanggan terhadap pelayanan lebih kecil dari harapan berarti pelanggan dalam keadaan tidak puas. Semakin besar *gap* yang terjadi, semakin besar pula tingkat ketidakpuasannya.

Water Park Sumber Udel Blitar adalah perusahaan yang menawarkan obyek wisata dengan konsep kolam renang dan taman main anak-anak. Aspek terpenting dalam suatu obyek wisata selain produknya adalah sistem pelayanan yang diterapkan. Pelayanan yang baik sangat menentukan kepuasan pengunjung, karena itu untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung perlu dilakukan pengukuran terhadap kualitas pelayanan Water Park Sumber Udel Blitar

Penelitian dilakukan di Water Park Sumber Udel Blitar. Penelitian ini bertujuan lingkup penelitian dibatasi hanya terhadap lima dimensi kepuasan pelanggan yang dikembangkan oleh Parasuraman (1991) yaitu pengukuran bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Penelitian dilakukan pada periode tahun 2009 dengan mengambil lokasi di Water Park Sumber Udel Blitar. Penelitian dilakukan dengan metode survey secara langsung terhadap pengunjung yang sedang mengunjungi lokasi wisata dan yang pernah mengunjungi tempat wisata,

survei dilakukan dengan menggunakan pertanyaan terstruktur dalam bentuk kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap pengunjung dan data sekunder yang diperoleh dari luar perusahaan.

B. Permasalahan

Komunikasi yang efektif, memungkinkan terciptanya hubungan kerja yang harmonis antara sesama anggota organisasi, sehingga kerjasama yang erat didukung dengan rasa pengertian dan keterbukaan akan meningkatkan gairah kerja dan motivasi kerja yang tinggi, dan pada akhirnya produktivitasnya pun diharapkan akan meningkat.

Mengingat luasnya bidang kajian komunikasi dan kepuasan pengunjung, dan agar pembahasan dalam penelitian ini lebih mendalam, maka penulis membatasi masalah pokok ini pada kajian komunikasi internal dan komunikasi eksternal sebagai variable stimulus serta pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung sebagai variable terikat.

C. Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dijawab melalui rangkaian kajian ini adalah : Apakah terdapat pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pengunjung?

D. Tujuan

1. Tujuan umum

Memperoleh gambaran yang nyata tentang pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pengunjung pada perusahaan jasa wisata Water Park Sumber Udel Blitar

2. Tujuan khusus

Untuk mengetahui bentuk komunikasi internal dan komunikasi eksternal di Water Park Sumber Udel Blitar dan untuk mengetahui pengaruh komunikasi internal dan eksternal terhadap kepuasan pengunjung di water park Sumber Udel Blitar

E. Manfaat penelitian

Bagi perusahaan penelitian ini berguna untuk mengetahui besarnya pengaruh komunikasi internal terhadap kepuasan pengunjung sehingga dapat digunakan untuk evaluasi guna memperbaiki komunikasi yang selanjutnya.

Bagi perusahaan penelitian sangat berguna sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam dalam memutuskan masalah yang berkenaan dengan komunikasi internal perusahaan.

MILIK PERPUSTAKAAN
STIE KESUMA NEGARA BLITAR

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menentukan kebijaksanaan yang akan diambil oleh pimpinan perusahaan dalam mengatasi masalah komunikasi yang dihadapi oleh perusahaan.