

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mengetahui bagaimana perilaku konsumen baik dilihat dari kepuasan para pelanggan atau pengguna, dari segi harga yang ditawarkan, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih cepat dan lebih baik dari pada para pesaingnya, dalam kondisi ini perusahaan harus menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan.

Di dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnis, umumnya yang harus diperhatikan perusahaan adalah orientasi pelanggan atau *customer orientation*. Dan khususnya pada dunia bisnis yang bergerak dibidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dan menentukan dalam mempertahankan, maupun menumbuhkembangkan perusahaan. Untuk memuaskan para pelanggan, kita perlu memahami apa yang penting bagi mereka dan berusaha paling tidak memenuhi harapan-harapan mendasar mereka, kebutuhan-kebutuhan pelanggan tidak hanya mengenai barang dan jasa itu sendiri. Banyak factor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terutama pelayanan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Demikian pula dengan bisnis perhotelan, merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kenyamanan. Sehingga masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini dan tujuan perusahaan akan dapat terwujud.

Kualitas pelayanan pada sebuah perhotelan atau perusahaan jasa dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya. Tentunya hal tersebut perlu menjadi perhatian dari para penyedia jasa. Konsumen pasti akan mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum, jika kenyataan dibawah harapan, konsumen cenderung tidak puas, kalau kenyataan sesuai dengan harapan konsumen akan puas serta kenyataan melampaui harapan konsumen akan merasa sangat puas.

Maraknya pembangunan hotel menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan diindustri perhotelan. Pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap dihotel mereka. Banyak cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen diantaranya dengan melakukan promosi, diskon, memasang iklan dan sebagainya. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang baik serta keramatahman sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak

penyedia jasa dan konsumen. hal tersebut tentu saja memberikan dampak positif bagi penyedia jasa serta membangun image positif dimata para konsumen. pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen atau bahkan hilang karena konsumen beralih ke jasa layanan lain yang memiliki pelayanan yang lebih baik.

Terutama perhotelan di kota Gorontalo yang telah berkembang pesat sehingga disamping hotel-hotel berbintang, juga banyak hotel-hotel melati seperti Grand City Hotel yang semakin banyak dibangun yang memiliki peminat yang tidak kalah dengan hotel-hotel berbintang. Keadaan ini tentu mendorong terjadinya persaingan diantara mereka, dalam merebut konsumen. dimana produk dan fasilitas yang ditawarkan menghendaki adanya penyesuaian dengan selera konsumen. Khususnya Grand City sebagai salah satu hotel melati di Gorontalo yang beralamat di Jl. Nani Wartabone No. 109, Grand City Hotel ini berdiri sejak tahun 1980, pada awalnya **Grand City Hotel** ini masih sebuah penginapan dengan nama **City Hotel**, seiring waktu penginapan City Hotel berjalan, diawal tahun 2000 kota gorontalo menjadi provinsi gorontalo yang dimana secara tidak langsung kota mengalami perkembangan disegala bidang. Terutama penginapan semakin banyak dibutuhkan. Maka diambillah keputusan untuk merenovasi dan penambahan kamar yang awalnya berjumlah 10 kamar menjadi 23 kamar dan dilengkapi dengan fasilitas pendingin udara/AC. Kemudian Di tahun 2007 diadakan kembali renovasi bangunan dengan menambah jumlah kamar yang tadinya dari 23 kamar menjadi 32

kamar, dan dilengkapi dengan banyak fasilitas untuk kenyamanan dan kepuasan tamu/pengunjung. Dari sinilah nama **City Hotel** berubah nama menjadi **Grand City Hotel**, dan berjalan sampai sekarang. grand city hotel ini memiliki 32 kamar dibagi menjadi tiga kelas yaitu kelas Superior dengan harga Rp.220.000 perkamar, kelas Delux dengan harga Rp.330.000 perkamar dan kelas Swit dengan harga Rp.412.500 perkamar. Hotel ini juga memiliki fasilitas-fasilitas seperti high speed internet, lahan parkir yang luas, restoran, taman, dry cleaning, kedai kopi, layanan internet, layanan kamar, Ac, dan lain-lain. Fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh Grand City Hotel tersebut tidak kalah bersaing dengan hotel-hotel melati lainnya bahkan hotel-hotel berbintang.

Berikut ini kita dapat melihat jumlah tamu yang menginap pada hotel Grand City Gorontalo sejak periode tahun 2010 sampai tahun 2012 :

Tabel 1.1
Jumlah tamu yang menginap pada Grand City Hotel Gorontalo
Periode tahun 2010 – tahun 2012

No	TAHUN	TAMU YANG MENGINAP
1	2010	3000 ORANG/ TAHUN
2	2011	3360 ORANG/ TAHUN
3	2012	3600 ORANG/ TAHUN

Sumber : Grand City Hotel Gorontalo, (Data diolah)

Dari tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa Grand City Hotel Gorontalo mengalami kenaikan jumlah tamu yang menginap setiap tahunnya. Dimana kita bisa melihat dari data yang diperoleh dari Grand City Hotel Gorontalo bahwa pada sertiap tahunnya sering mengalami kenaikan jumlah tamu yang menginap, dimana pada tahun 2010 jumlah

tamu yang menginap sebanyak 3000 orang pertahun sedangkan pada tahun 2011 jumlah tamu yang menginap mencapai 3360 orang pertahun dan pada tahun 2012 dimana jumlah tamu yang menginap sebanyak 3600 orang pertahun, Namun yang menjadi prioritas peneliti yaitu pada tahun 2012.

Namun dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk memilih Grand City Hotel Gorontalo, antara lain *tangible* meliputi penampilan gedung , interior bangunan dan penampilan karyawan, *reliability* meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik, *responsiveness* meliputi kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, *assurance* meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya karyawan, *empathy* yang meliputi rasa peduli dan perhatian yang diberikan pada pelanggan, kelima dimensi diatas disebut *service quality* yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelaynan.

Sebuah hotel harus selalu *survive* agar dapat bersaing dengan hotel-hotel lainnya, karena banyaknya hotel yang berada di kota gorontalo, maka Grand City Hotel Gorontalo harus berhati-hati dalam memahami keinginan konsumen, jangan sampai ada keluhan yang dapat merugikan perusahaan untuk mencegah hal tersebut agar tidak terjadi maka pihak

hotel perlu mengetahui apakah pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan konsumen.

Karena Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan agar merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat menciptakan loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan perusahaan menjadi baik dimata pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.(Tse dan Wilton, 1988) dalam bukunya (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2003)

Sedangkan Kotler (1994) dalam bukunya (Fandy Tjiptono Dan Anastasia Diana, 2003) melandaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari defenisi-defenisi tersebut dapat ditarik kesimpulan pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka

hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

Berdasarkan fenomena tersebut, memotivasi penyusun untuk meneliti masalah ini secara ilmiah melalui suatu penelitian untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Grand City Hotel Gorontalo mendapat respon yang memuaskan dari para pelanggannya. Inilah yang menjadi alasan peneliti untuk mengangkat masalah ini yang diformulasikan dalam satu judul yaitu :

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grand City Hotel Gorontalo”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari sumber yang telah ditetapkan sebelumnya maka dapat diambil beberapa masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Semakin ketatnya persaingan perhotelan memaksa pengusaha hotel untuk meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan hotel.
2. Kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis dan tujuan perusahaan akan dapat terwujud.
3. Pelanggan merupakan asset yang paling berharga bagi usaha yang bergerak dibidang jasa terutama jasa perhotelan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di uraikan maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pada Grand City Hotel Gorontalo?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

“Untuk mengetahui kualitas pelayanan Berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Grand City Hotel Gorontalo!”

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membberikan manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai sumbangsi pemikiran yang dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penyusun baik yang bersifat teoritis maupun praktis, sekaligus memberikan pengalaman yang sangat berarti untuk mempraktekkannya dalam dunia usaha.
2. Sebagai sumbangsih pemikiran yang konstraktif terhadap manajemen Grand City Hotel Gorontalo untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanannya baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang.

3. Sebagai sumbangsih pemikiran dan gagasan yang diberikan untuk dunia ilmu pengetahuan, khususnya ilmu sosial dan terutama bagi yang melakukan penelitian lebih lanjut.