

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam usaha jasa terdapat beberapa badan usaha yang dikategorikan bergerak dibidang pariwisata antara lain adalah jasa makanan dan minuman, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata dan jasa akomodasi. hal ini dapat dibuktikan dengan UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, adalah sebagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dalam kehidupan manusia, pariwisata sudah menjadi kebutuhan. Banyak dampak positif yang terjadi apabila pariwisata dikembangkan atau dikelola secara baik oleh suatu daerah atau negara terutama dari segi perekonomian. Perekonomian menjadi lebih lancar dengan adanya penawaran harga kepada konsumen sehingga menimbulkan harga dan harga menjadi murah dan mengangkat daya beli masyarakat.

Berdasarkan definisi pariwisata tersebut pariwisata dapat diartikan juga sebagai suatu perjalanan berkeliling ataupun berpindah-pindah dari satu tempat ketempat yang lain yang bersifat sementara. Dengan demikian dalam melakukan rangkaian perjalanan tersebut para pengunjung sangat memerlukan beberapa pelayanan jasa untuk memenuhi kebutuhannya selama berada ditempat tujuannya seperti hotel sebagai tempat menginap.

Kehadiran jasa akomodasi memiliki arti penting dikarenakan kehadirannya dibutuhkan bagi orang bepergian dalam waktu cepat maupun lama yang bertujuan untuk perjalanan bisnis ataupun liburan keluarga. Akomodasi merupakan jasa yang dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan seperti menginap, serta menyediakan makanan dan minuman dan fasilitas lainnya. Secara garis besar akomodasi diklasifikasikan menjadi dua yakni hotel berbintang dan non bintang. Hotel non bintang biasa disebut dengan hotel melati.

Sebagai industri jasa, usaha perhotelan dalam menyelenggarakan pelayanannya harus didukung oleh sarana dan fasilitas yang memadai. antara lain fasilitas penginapan, ruang tamu, sebuah restoran, tempat parkir, tempat rekreasi, perlengkapan telekomunikasi, tenaga kerja, dan fasilitas lain yang diharapkan dapat memberi kepuasan bagi setiap orang yang memakai jasa tersebut. Sehingga usaha perhotelan benar-benar menjadi usaha komersil yang mampu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, sekaligus menunjang pembangunan negara dan daerah dimana hotel itu berada.

Dalam menunjang pembangunan negara dan daerah, usaha perhotelan dapat berperan aktif dalam berbagai hal seperti meningkatkan pendapatan negara dan daerah, menciptakan lapangan kerja, membantu usaha pendidikan, serta hubungan antar daerah atau bangsa. Di Indonesia banyak daerah-daerah yang meningkatkan ekonominya melalui industri jasa pariwisata diantaranya Provinsi Gorontalo yang mempunyai potensi perhotelan yang cukup baik untuk dikembangkan.

Menyadari akan hal tersebut pemerintah daerah Gorontalo saat ini juga sedang menggalakkan pembangunan usaha pariwisata yang kini mulai berkembang. Seperti akomodasi (termasuk hotel berbintang), restoran, *travel agent*, usaha-usaha kecil khas daerah, maupun usaha-usaha lainnya yang mendukung kegiatan perhotelan di Gorontalo.

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pascapembelian. Oleh karena itu pihak penjual produk atau jasa tentunya harus tetap mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk/jasa agar tetap tertanam dibenak pembeli, dan ketika pembeli merasa puas ia pasti akan kembali lagi untuk membeli. Selain itu juga yang harus dilakukan oleh penjual adalah inovasi, hal ini dapat menjawab perbedaan selera para pembeli dimana produk/jasa dikemas baik.

Perkembangan hotel di Kota Gorontalo mulai meningkat sejak Gorontalo memisahkan diri dari Provinsi Sulawesi Utara. Tamu pemerintah yang banyak berdatangan, menjadi alasan pelaku usaha untuk berinvestasi bahkan membangun hotel di Kota Gorontalo. Sekarang, hotel di Gorontalo semakin berkembang, dimana hotel di Gorontalo diklasifikasikan mulai dari hotel melati dan hotel

bintang. Klasifikasi hotel berbintang tersebut secara garis besar didasarkan pada besar kecilnya atau banyaknya jumlah kamar, lokasi hotel, fasilitas-fasilitas hotel, perlengkapan peralatan, spesialisasi dan tingkat pendidikan karyawan, kualitas bangunan dan tata letak ruangan. Berkembangnya jasa perhotelan di Gorontalo, bisa kita lihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1
Perbandingan tingkat hunian kamar hotel berbintang di kota Gorontalo pada tahun 2014

No.	Nama Hotel	Klasifikasi	Jumlah Kamar	Jumlah kamar tersedia	Jumlah kamar yang terjual	Tingkat Hunian
1.	Hotel Maqna	Bintang 4	175	63.000	43.479	68.07%
2.	Hotel Grand-Q	Bintang 3	54	19.710	10.824	55.16%
3.	Hotel Amaris	Bintang 1	90	32.850	24.157	73.54%

(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Gorontalo 2014)

Berdasarkan data diatas, Hotel Maqna memiliki tingkat hunian yang tertinggi diantara hotel berbintang lainnya. Namun, tingkat hunian yang dimiliki Hotel Amaris cukup manakjubkan karena meskipun hanya memiliki 90 unit kamar tapi mampu memperoleh tingkat hunian hingga 73,54%, mencapai separuh lebih dari tingkat hunian hotel Maqna 68,07% yang memiliki 175 kamar.

Dari perbandingan beberapa hotel berbintang diatas, ini menunjukkan bahwa setiap hotel memiliki manajemen usaha masing-masing sesuai dengan target usaha yang sudah direncanakan. Apakah produk jasa yang dijual yakni pelayanan prima yang diberikan, harga yang ditawarkan sudah dikemas sebaik mungkin hingga membuat pelanggan memutuskan untuk memilih hotel A dibanding hotel B, atau pelanggan memutuskan untuk tetap memilih hotel B

meskipun hotel C menawarkan harga rendah dengan fasilitas yang lengkap. Untuk memikat perhatian pelanggan, manajemen harus juga menentukan pasar yang disasar, dan produk jasa yang akan dijual tentunya sesuai dengan permintaan pasar, serta pihak hotel juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari apa yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya. Berdasarkan permasalahan diatas penulis mengambil sebuah judul yaitu “Keputusan pelanggan menginap dihotel berbintang kota Gorontalo”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka identifikasi masalah adalah “Keputusan pelanggan menginap dihotel berbintang Kota Gorontalo?”.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah adalah “Hal-hal apa yang menjadi keputusan pelanggan menginap dihotel berbintang kota Gorontalo?”.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keputusan pelanggan untuk menginap dihotel berbintang Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1.5.1 Bagi Industri

Sebagai bahan masukan untuk manajemen atau hotel agar wisatawan tetap memilih menginap di hotel berbintang.

1.5.2 Bagi akademik

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dalam referensi khususnya mahasiswa Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Gorontalo untuk dapat melakukan penelitian lebih lanjut dalam hal yang belum dibahas dalam penelitian ini.