

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi tidaknya pembelian. Konsumen yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain. Hal ini juga berpengaruh pada jasa perhotelan karena Hotel merupakan salah satu sarana pokok yang memegang peranan penting dalam perkembangan industry pariwisata yang menyediakan sarana dan akomodasi serta pelayanan bagi para wisatawan.

Kepuasan ataupun ketidakpuasan konsumen kini menjadi pembicaraan yang hangat ditingkat internasional, nasional, industri, dan perusahaan. Konsumen yang menjadi objek atau sasaran jasa yang ditawarkan oleh industri atau perusahaan haruslah bisa merasakan sebuah nilai kepuasan dari jasa yang digunakan. Tentunya hal ini akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap keberlangsungan usaha perusahaan , karena apabila konsumen merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan berdampak terhadap tingginya tingkat penjualan jasa yang ditawarkan dan hal ini bisa jadi membuat konsumen akan merasa bangga dan senang dengan jasa yang digunakan. Akan tetapi sebaliknya

apabila konsumen merasa tidak puas terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan berdampak terhadap menurunnya tingkat penjualan dan bisa jadi konsumen akan beralih ke perusahaan pesaing.

Menganalisis suatu kepuasan konsumen sangat perlu dilakukan, karena kepuasan konsumen atas suatu jasa tentu akan berbeda pada waktu yang berbeda pula. Bisa jadi jasa yang ditawarkan dianggap memuaskan pada saat sekarang tetapi belum tentu akan memuaskan pada masa yang akan datang. Sehingga perusahaan diharapkan akan lebih tanggap mendengar keluhan konsumennya. Selain itu, salah satu faktor penting yang menjadi penentu keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan untuk mencapai target laba yang maksimal dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan adalah kegiatan pemasaran.

Dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap kualitas-kualitas tersebut maka perusahaan jasa dalam bidang perhotelan dapat menilai atau mengetahui kualitas jasa manakah yang belum bisa memenuhi harapan konsumen. Sehingga dengan begitu dapat diketahui bahwa posisi relatif perusahaan di mata konsumen. Hotel sebagai suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan penginapan, makan dan minum bagi siapa saja yang memerlukannya. Untuk semua pelayanan yang diperolehnya, tamu harus membayar sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh Hotel tersebut. Perusahaan yang selalu memikirkan kebutuhan dan keinginan konsumen tentunya memberikan nilai positif bagi konsumen. Kotler, (2009:177) mengemukakan, "kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang

dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Dengan kata lain, jika konsumen tersebut merasa sesuatu yang diinginkan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka tentunya konsumen tersebut akan merasa tidak puas.

Perusahaan yang dapat memahami konsumen sehingga mampu mengendalikan konsumen merupakan awal kesuksesan bagi masa depan perusahaan. Hidup dan mati sebuah perusahaan ditentukan oleh tindakan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan. Dengan kata lain perkembangan suatu perusahaan ditentukan oleh respon konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini juga termasuk bagi para perusahaan dibidang jasa seperti perhotelan.

Keinginan suatu perusahaan dalam membuat konsumen menjadi lebih puas yakni dengan merumuskan strategi pemasaran yang tepat karena dengan adanya strategi yang tepat, dapat diartikan bahwa perusahaan telah mengenal dengan baik kelemahan dan kekuatan dari perusahaan itu sendiri dan sekaligus dapat mengantisipasi kesempatan dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih memantapkan diri dalam menghadapi persaingan yang ada dan pada akhirnya akan bermuara pada keberhasilan dalam usaha maksimisasi *profit*. Hal lain yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah perilaku konsumen, perusahaan harus mampu membaca kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan mengetahui keinginan konsumen, perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan.

Dengan adanya suatu strategi pemasaran jasa yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, maka konsumen akan membandingkan kualitas layanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar merasa puas, pasti mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Semakin bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa hotel dewasa ini mendorong para pengusaha di bidang jasa hotel khususnya dalam hal ini Hotel Maqna Gorontalo yang juga ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan serta kualitas-kualitasnya.

Ada banyak factor yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen berupa strategi pemasaran yang ada pada Hotel Maqna itu sendiri yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen sehingga konsumen merasa terpuaskan. Maqna Hotel yang ada di kota Gorontalo adalah salah satu hotel yang bisa dibilang baru karena dilihat dari bangunannya dan juga berbagai fasilitasnya yang terlihat masih sangat baru serta modern. Hotel ini dikatakan Modern karena dilihat dari pembangunannya yang dibangun pada era modern seperti saat ini yang tentunya dibangun dengan menggunakan suatu pertimbangan yang baik dan bisa menguntungkan bagi para pihak hotel Maqna tersebut.

Hal ini bisa dilihat dari penjelasan berikut bahwa Maqna Hotel merupakan Hotel dengan bangunan tertinggi di kota Gorontalo yang terletak di jalan Sultan Botitihe No.88 Gorontalo. Hotel ini berdiri di atas lahan seluas 3.000 meter persegi dengan desain arsitektur modern yang digabungkan dengan budaya local. Hotel

tersebut memiliki 176 kamar dengan fasilitas TV kabel, pendingin udara, coffee maker, dan internet dengan WIFI gratis. Tipe kamar mulai dari superior sampai president suite. Fasilitas lainnya adalah restoran, lounge, ballroom, meeting room, karaoke, spa, kolam renang, dan pusat kebugaran. Maqna Hotel berada di jalan Sultan Botutihe Nomor 88. Secara lokasi, hotel ini terletak satu area dengan pusat perbelanjaan terbesar di Gorontalo. Hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Pada dasarnya suatu perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta dapat memahami bagaimana perilaku konsumen akan hal-hal yang dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen.

Disamping itu masalah yang dapat diamati berdasarkan perspektif dari kepuasan konsumen yakni pada pelanggan di hotel Maqna Gorontalo yaitu adanya pelanggan yang kurang puas atas strategi pemasaran yang dilakukan oleh karyawan hotel hal ini diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan karyawan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan. Contoh kasus lain yakni receptionist hotel sangat lambat melayani tamu sehingga menyebabkan tamu hotel harus menunggu lama hanya untuk mendapatkan kamar di hotel ini, dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, hendaknya dilaksanakan dengan baik dan cepat sehingga dapat memuaskan permintaan pelanggan. Untuk itu diharapkan adanya upaya-upaya yang dilakukan dalam peningkatan pelayanan pada Hotel Maqna Gorontalo.

Dengan mendapatkan pelanggan yang loyal dan sekaligus membantu mempromosikan perusahaan tersebut. Dan sebaliknya jika konsumen merasa ketidakpuasan, maka pelanggan pasti akan menceritakan pengalamannya yang

mengecawakan kepada orang lain sehingga akan tercipta citra yang buruk dan akan berakibat menurunnya jumlah pemakaian jasa perusahaan itu sendiri. Hal ini juga dapat dilihat pada tabel berikut ini yang menyebabkan hunian kamar mengalami fluktuatif.

Berdasarkan data peneliti pada observasi awal yang dilakukan di Hotel Maqna terkait jumlah pengunjung hotel terlihat sepanjang tahun 2014 mengalami fluktuatif

**Tabel 1.1**  
**Tingkat Wisatawan Lokal dan Manca Negara di Hotel MAQNA**  
**Tahun 2014**

<b>Bulan</b>	<b>Foreigner</b>	<b>Lokal</b>
<b>Januari</b>	<b>14</b>	<b>1517</b>
<b>Februari</b>	<b>35</b>	<b>1898</b>
<b>Maret</b>	<b>17</b>	<b>2874</b>
<b>April</b>	<b>8</b>	<b>2565</b>
<b>Mei</b>	<b>11</b>	<b>3286</b>
<b>Juni</b>	<b>15</b>	<b>3651</b>
<b>Juli</b>	<b>27</b>	<b>2303</b>
<b>Agustus</b>	<b>53</b>	<b>2791</b>
<b>September</b>	<b>27</b>	<b>3389</b>
<b>Oktober</b>	<b>58</b>	<b>3297</b>
<b>November</b>	<b>32</b>	<b>3181</b>
<b>Desember</b>	<b>21</b>	<b>2780</b>

*Sumber: Bagian HRD Hotel Maqna Gorontalo*

Berdasarkan data di atas maka dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan pada Hote Maqna masih fluktuatif. Artinya terjadi penurunan dan kenaikan. Masalah yang dihadapi terkait dengan hal ini yakni kepuasan pelanggan atau konsumen yang masih sangat kurang, hal tersebut dapat dilihat dari kengganan konsumen atau pelanggan dalam melakukan kunjungan kembali ketika adanya pelayanan kurang baik, kemudian dapat dilihat dari keengganan dalam melakukan dan memberikan rekomendasi kepada pelanggan lainnya mengenai keunggulan Hotel Maqna Gorontalo.

Untuk itu, perlu untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran yang diterapkan oleh Hotel Maqna terhadap kepuasan konsumen dalam memilih Hotel Maqna perlu pula mengetahui elemen-elemen mana saja dari strategi bauran pemasaran tersebut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena hal tersebut dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Dengan melihat bahwa betapa pentingnya peranan dari kepuasan konsumen terhadap kemajuan suatu perusahaan maka penulis tertarik mengangkat judul **“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA HOTEL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL MAQNA GORONTALO ”**

## **1.2. Identifikasi masalah**

Adapun identifikasi masalah yang ada pada penelitian ini adalah :

1. Konsumen yang ada di hotel maqna merasa kurang puas dengan berbagai hal yang ada di hotel maqna, salah satu yang krusial yakni pelayanan yang merupakan produk utama yang melekat dalam usaha jasa perhotelan.

2. Adanya ketidakpuasan konsumen pada strategi pemasaran yang diterapkan oleh Hotel Maqna.

### **1.3. Rumusan masalah**

Adapun rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah Seberapa besar pengaruh strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Maqna Gorontalo ?

### **1.4. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ada pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Maqna Gorontalo.

Adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah:

### **1.5. Manfaat penelitian**

#### **1. Manfaat teoritis**

Sebagai suatu masukan yang baik, dan bisa menjadi bahan yang bermanfaat untuk memperluas ilmu manajemen pemasaran seperti halnya mengenai pengaruh strategi pemasaran jasa hotel terhadap kepuasan konsumen. Dalam memilih hunian yang nyaman dan berkualitas bagus.

#### **2. Manfaat praktis**

Memberi kajian mengenai pentingnya mempertahankan sebuah usaha dengan mengenal hal-hal apa saja yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan suatu produk/jasa agar bisa meningkatkan keunggulan dalam persaingan bisnis serta bisa diterima oleh konsumen dengan baik.