

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era pembangunan yang semakin berkembang, pertumbuhan ekonomi dalam berbagai bidang industri telah banyak mengalami kemajuan dan peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan konsumen sehingga menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama. Perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik berupa barang atau jasa yang mempunyai nilai lebih tinggi dengan mutu lebih baik, harga lebih murah, fasilitas yang memadai dan pelayanan yang lebih baik yang memiliki daya saing yang tinggi.

Dalam dunia bisnis apabila suatu perusahaan tidak dapat menyusun strategi bisnis dan strategi pemasaran dengan tepat, maka akan mengalami kekalahan dalam bersaing dimana strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dapat dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, untuk berkembang dan untuk memperoleh keuntungan. Salah satu aspek penting dalam pemasaran adalah mendorong calon konsumen agar tertarik terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan sehingga nantinya akan terjadi suatu kegiatan jual beli atau keputusan pembelian dan akhirnya calon konsumen tersebut dapat menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk yang ditawarkan. Intinya perusahaan harus menciptakan customer value yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing, hal itu dilakukan dalam upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima (Sulastyono, 2006). Berdasarkan SK. Menparpostel No. KM 37/PW 340/ MPPT-86 Hotel sebagai suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa pengunjung lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Dalam zaman Globalisasi telah melahirkan era baru dalam dunia bisnis perhotelan. Perusahaan perhotelan saling bersaing untuk memenuhi pangsa pasar yang menuntut kualitas pelayanan yang semakin baik. Oleh karena itu perusahaan perhotelan semakin banyak memperkuat strateginya dalam bersaing agar menjadi perusahaan unggul. Berdasarkan SK Direktorat Jenderal Pariwisata penggolongan hotel ditandai dengan bintang yang disusun mulai dari hotel berbintang satu sampai dengan yang tertinggi adalah hotel dengan bintang lima. Sedangkan penginapan dengan fasilitas di bawah hotel berbintang, yang disebut hotel melati. Di samping hotel berbintang dan melati, terdapat jenis penginapan lain dengan nama wisma, home stay, losmen, dan sebagainya.

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit. Hotel menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Disamping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan

yang sedang melakukan perjalanan usaha atau para wisatawan yang melakukan perjalanan. Oleh karena itu, hotel merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya.

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit. Hotel menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Disamping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha atau para wisatawan yang melakukan perjalanan. Oleh karena itu, hotel merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya.

Semakin tinggi tingkat persaingan, tingkat kompleksitas pasar dan tamu yang semakin kritis akan kegiatan pemasaran pada dunia bisnis perhotelan perlu dikelola secara profesional. Keberhasilan perusahaan di bidang jasa khususnya hotel, bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan selanjutnya untuk memuaskan konsumen. Pada awalnya setiap tamu memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda. Kenyataan ini mendorong timbulnya konsep pangsa pasar. Perusahaan berusaha mendapatkan sekelompok orang di pasar untuk memasarkan produk dan/atau jasa pelayanan hotel sesuai dengan harapan tamu, sehingga pelanggan akan merasa puas dan akan terus menerus mengkonsumsi jasa pelayanan dari hotel tersebut. Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara produk dan/atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu berdasarkan pada

pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dilakukan oleh pihak hotel sehingga menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Bila dalam usaha perhotelan mampu menciptakan kepuasan pelanggan akan menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggannya. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan. Sehingga kepuasan pelanggan terpenuhi dan sesuai dengan harapan perusahaan.

Persaingan dunia usaha yang semakin ketat membuat perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Dengan cara memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya murah, pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya. Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan hotel menjadi topik yang hangat dibicarakan pada tingkat nasional, internasional, industri dan jasa. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas.

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha hotel, karena merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh pelanggan selama 24 jam. Disamping itu, usaha hotel juga dapat menunjang kegiatan para Wiraswasta yang sedang melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan. Oleh karena

itu, hotel merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya.

Semakin tinggi tingkat persaingan, tingkat kompleksitas pasar dan pelanggan yang semakin kritis akan jasa pelayanan mengakibatkan kegiatan pemasaran pada hotel perlu dikelola secara profesional, karena keberhasilan perusahaan di bidang jasa khususnya hotel, tergantung pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan untuk memuaskan pelanggan. Setiap pelanggan memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda, karena pelanggan menginginkan pelayanan hotel sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas. Perlu diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, diantaranya adalah meningkatkan retensi pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192).

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari perusahaan atau penyedia jasa, nilai ini berasal dari pelayanan yang diberikan dan berupa sarana dan prasana. Cara mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang didapatkan, dengan membandingkan antara persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan Kuntjara (2007:31).

Kepuasan konsumen atau pelanggan muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pengunjung merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan konsumen atau pengunjung akan merasa puas.

Meningkatnya kepuasan konsumen, akan meningkatkan pula kecenderungan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Pada gilirannya, kondisi seperti ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan. Peningkatan jumlah konsumen menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas. Hal tersebut menyebabkan tugas untuk memahami sifat konsumen dan mengamati perubahan selera dan perilaku mereka menjadi tantangan manajerial yang tidak ringan.

Kepariwisata telah menjadi salah satu sektor yang memberikan dampak positif bagi perkembangan perekonomian di Provinsi Gorontalo. Sektor pariwisata dengan tiga lapangan usaha di dalamnya (Hotel; Restoran; Hiburan dan Rekreasi) semakin penting seiring dengan perkembangan kehidupan masyarakat Gorontalo yang makin kompleks.

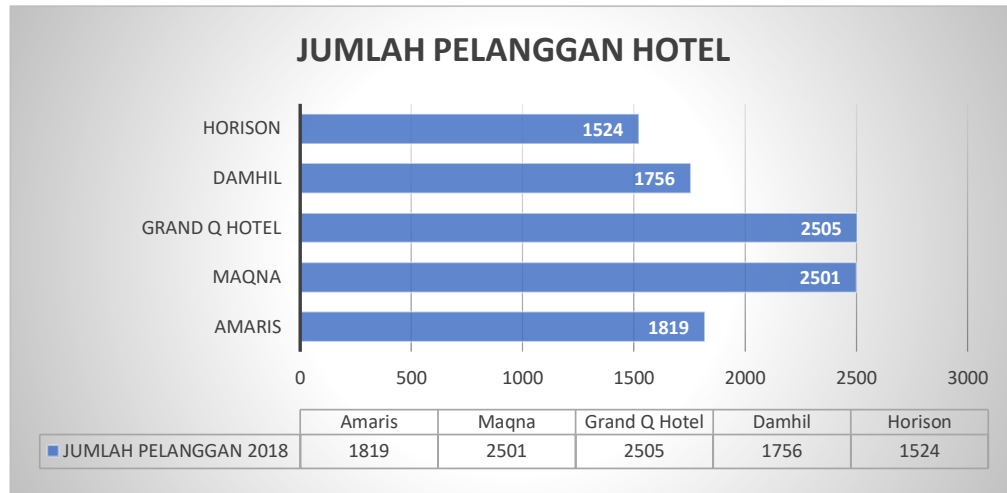
Tuntutan ketersediaan fasilitas pariwisata semakin berkembang tidak hanya dari sekedar kuantitas namun juga kualitas fasilitas-fasilitas yang tersedia seiring dengan perkembangan perekonomian masyarakat. Oleh sebab itu pergerakan masyarakat baik antar Provinsi maupun interen Provinsi yang meningkat perlu diimbangi dengan peningkatan penyediaan kamar hotel sehingga tidak menimbulkan kesenjangan antara permintaan dan penawaran kamar hotel/akomodasi. Peningkatan ketersediaan kamar hotel tersebut juga harus disertai dengan peningkatan kualitas, fasilitas-fasilitas yang disediakan hotel serta peningkatan mutu pelayanan dari pegawai.

Usaha untuk peningkatan mutu lapangan usaha perhotelan dan akomodasi lainnya memerlukan suatu informasi yang benar mengenai kondisi, keberadaan dan

perkembangan yang tergambar dalam beberapa indikator perkembangan perhotelan/akomodasi lainnya. Indikator-indikator tersebut diantaranya Tingkat Penghunian Kamar Hotel, Tingkat Pemakaian Tempat Tidur, Rata-Rata Lama Tamu Menginap, Perbandingan Tamu Asing dan Tamu Dalam Negeri serta Tingkat Hunian Ganda Kamar Pada Tahun 2018 jumlah hotel berbintang di Provinsi Gorontalo ada sebanyak 7 unit dengan 516 kamar dan 697 tempat tidur. Sedangkan sisanya sebanyak 102 unit merupakan akomodasi lainnya dengan 1.651 kamar dan 2.310 tempat tidur. Jumlah hotel/akomodasi lainnya.

Hotel/akomodasi di Provinsi Gorontalo Tahun 2018 tercatat sebanyak 109 unit. Dari jumlah tersebut, Kota Gorontalo merupakan daerah yang paling banyak terdapat hotel/akomodasi lainnya, yaitu sebanyak 58 unit, disusul Kabupaten Pohuwato sebanyak 18 unit, Kabupaten Boalemo sebanyak 16 unit, Kabupaten Gorontalo sebanyak 13 unit, dan yang terakhir adalah Kabupaten Gorontalo Utara sebanyak 4 unit. Selain itu, terdapat satu kabupaten di Provinsi Gorontalo yang belum memiliki hotel/akomodasi lainnya, yaitu Kabupaten Bone Bolango.

Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan Hotel Berbintang Tahun 2018



Sumber: BPS Provinsi Gorontalo 2018

Dari hasil gambar 1.1 dapat dijelaskan bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan jasa hotel berbintang di Provinsi Gorontalo ontribusinya masih sedikit hal tersebut dapat dibuktikan dengan jumlah pengguna setiap tahunnya di masing-masing hotel berbintang, dimana hotel Amaris jumlah pelanggan 1819, hotel Maqna jumlah pelanggan 2501, hotel Grend Q jumlah pelanggan 2505, hotel damhil jumlah pelanggan 1756 dan hotel horizon jumlah pelanggan 1524. Dengan jumlah pelanggan pengguna jasa hotel yang masih sedikit menjadikan peran penting bagi pemerintah untuk bagaimana dapat menarik perhatian masyarakat dari dalam maupun luar Provinsi Gorontalo untuk datang di Gorontalo menikmati keindahan wisata yang ada di Provinsi Gorontalo maka dengan adanya ketertarikan wisatawan luar dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang akan menggunakan jasa hotel berbintang yang di Provinsi Gorontalo.

Berdasarkan fenomena di atas menjadi daya Tarik peneliti untuk bagaimana meneliti tentang jumlah pelanggan yang menggunakan jasa hotel berbintang dengan sebagai tolak ukur yaitu dengan melihat kualitas pelayanan yang ada di hotel berbintang dan keputusan pelanggan dalam memilih hotel sebagai tempat yang akan digunakan sehingganya dapat mengetahui kinerja dari usaha hotel berbintang itu sendiri. Dengan kedua variabel sebagai tolak ukur ini menurut peneliti sudah sangat layak sebab hotel pelanggan akan menggunakan jasa hotel bila mendapatkan kualitas pelayanan dan keputusan pelanggan dalam penggunaan hotel berbintang yaitu Amaris, Maqna, Grand Q Hotel, Damhil dan Horison namun dalam mewakili hotel berbintang peneliti fokus pada Maqna Hotel, sebab dalam proses penelitian dari kelima hotel tersebut yang mendapat persetujuan dalam penelitian yaitu Maqna Hotel.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pelanggan Terhadap Kinerja Usaha Hotel Berbintang di Provinsi Gorontalo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yaitu:

1. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Hotel Berbintang di Provinsi Gorontalo ?
2. Apakah Keputusan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Hotel Berbintang di Provinsi Gorontalo ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Hotel Berbintang di Provinsi Gorontalo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan penelitian yaitu :

1. Mengetahui apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Hotel Berbintang di Provinsi Gorontalo.
2. Mengetahui apakah Keputusan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Hotel Berbintang di Provinsi Gorontalo.
3. Mengetahui apakah Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Hotel Berbintang di Provinsi Gorontalo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain :

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan penulis dapat mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan keputusan pelanggan terhadap kinerja usaha hotel bintang yang berada di Provinsi Gorontalo yang berkualitas.

2. Bagi Perusahaan

Bagi hotel diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat dalam hal komparasi pelayanan dan keputusan pelanggan terhadap kinerja usaha hotel bintang.

3. Bagi Pembaca/Masyarakat

4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai manajemen sumber daya manusia khususnya mengenai komparasi pelayanan dan keputusan pelanggan terhadap kinerja usaha hotel bintang.