

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan persaingan bisnis dan pengaruh globalisasi yang terjadi di Indonesia ini menjadi salah satu fenomena yang menarik untuk dibahas yang membuat persaingan bisnis semakin ketat sehingga membuat bukan hanya bisnis manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian khususnya di Indonesia saat ini industri jasa sangat memegang peranan yang penting. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan.

Sebagai salah satu penunjang tingkat perekonomian baik dari wisatawan dalam maupun wisatawan luar negeri membuat perindustrian yang ada di Indonesia semakin berkembang. Salah satunya ialah industri perhotelan, perkembangan Industri pariwisata berkembang sangat pesat di Indonesia, terlebih persaingan dunia perhotelan. Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia, maka kebutuhan jasa perhotelan berkembang dengan sangat pesat, ditengah perkembangan industri pariwisata ini produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal, karena pada dasarnya

tujuan dari suatu bisnis perhotelan ialah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan konsumen yaitu nilai total konsumen yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran.

Hotel itu sendiri ialah suatu bentuk bangunan, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam dihotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli atau menginap ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli atau menginap di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini menurut Tjiptono, (2004:145) semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam.

Kepuasan akan kebutuhan dan keinginan publik merupakan suatu hal pokok yang diutamakan dalam dunia perhotelan. Untuk mendapatkan citra yang positif di mata publik, maka hotel harus menyediakan pelayanan dan fasilitas yang dapat memuaskan para tamunya. Dengan itu citra hotel di mata publik akan menjadi positif. Citra merupakan asset terpenting dan keseluruhan dari perusahaan, karena keberhasilan kegiatan bisnis suatu perusahaan dilihat dari penilaian publik dari positif atau negatifnya suatu citra di mata publik. Semakin bagus citra di mata publik maka semakin besar pula keberhasilan yang diperoleh. Citra yang positif atau berkualitas dapat pula menjadi perisai selama menghadapi masa krisis.

Semakin tinggi tingkat persaingan, tingkat kompleksitas pasar dan tamu yang semakin kritis akan pasar mengakibatkan kegiatan pemasaran pada dunia bisnis perhotelan perlu dikelola secara profesional. Karena 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. Artinya kita berusaha mendapatkan kelompok orang di pasar sasaran untuk memasarkan produk dan/atau jasa pelayanan hotel sesuai

dengan harapan tamu sehingga konsumen akan merasa puas, dan akan terus menerus mengkonsumsi jasa pelayanan dari hotel tersebut.

Kepuasan konsumen adalah tingkat kesesuaian antara produk /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 konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima, yaitu: *Reliabilitas, Responsiveness, Assurance, Emphaty dan Tangible*. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang di alami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain. Selain itu perusahaan akan lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mendapatkan satu orang pelanggan baru. Kurangnya kualitas jasa di bidang ekonomi merupakan harga tertinggi yang tumbuh sangat cepat, dari pada harga produk nyata. Bila dalam usaha perhotelan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk

suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mounth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Demikian pula dengan The Media Hotel and Towers yang dapat memuaskan konsumennya yang mendasarkan konsep hotel bintang lima yang terletak di Jl. Gunung Sahari Raya no.3, Gunung Sahari Utara, Sawah Besar, Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. dekat dari Taman Impian Jaya Ancol, Monumen Nasional, dan Katedral Jakarta. The Media Hotel & Towers mempunyai 318 kamar tamu, berpenyejuk udara dan dilengkapi pencuci/pengering dan minibar. Di kamar tamu tersedia televisi plasma 29-inci dengan kanal premium kabel. Semua kamar menyediakan meja, brankas, dan telepon langsung dengan pesan suara. Akses internet nirkabel dan berkabel kecepatan tinggi (biaya berlaku) tersedia. Ranjang beralaskan kasur *Select Comfort*, seprai tiga lapis, selimut bulu angsa, dan seprai kualitas premium. Semua unit dilengkapi mesin seduh kopi/teh dan air minum kemasan gratis. Fasilitas tambahan mencakup koran gratis dan sandal. Selain itu, fasilitas yang tersedia atas permintaan antara lain pijat di kamar, setrika/papan setrika, dan handuk/seprai tambahan. Fasilitas yang dimiliki SPA kesehatan, klub olahraga, kolam renang luar ruangan, kolam SPA, dan ruang sauna. Akses internet nirkabel dan kecepatan tinggi berkabel tersedia di area public. Fasilitas bisnis pada properti bintang 3,5 ini mencakup pusat bisnis, ruang rapat kecil, dan layanan limo/mobil dalam kota. Hotel ini memiliki 4 restoran dan juga kafe, bar tepi kolam, serta bar/ruang duduk. Tamu akan mendapat sajian sarapan gratis. Ruang pertemuan seluas

3335 kaki persegi dilengkapi dengan ruang serbaguna, ruang rapat/konferensi, dan fasilitas *flower bouquet*. Juga terdapat layanan pernikahan, catering acara, dan layanan bisnis. Fasilitas tambahan mencakup kolam renang anak-anak, klub malam, dan layanan SPA. Bertepatan pada awal dari tahun 2017, The Media Hotel & Towers merayakan ulang tahun perusahaan yang ke 20. Berdiri pada tahun 1996 Dalam rentang waktu yang cukup lama, The Media Hotel & Towers telah mampu membuktikan eksistensinya dalam bidang Perhotelan di Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Ibu Nuriko selaku Humas di The Media Hotel & Towers yaitu, “tujuan yang ingin dicapai dalam memuaskan tamu hotel seperti fasilitas yang tersedia pada hotel, kamar-kamar hotel yang diberikan kepada tamu sangat diperhatikan seperti kebersihan, kerapian dan kelengkapan fasilitas kamar, yang lebih diperhatikan lagi adalah pelayanan informasi yang diberikan oleh *receptionist* karena *receptionist* adalah orang yang bertugas menerima tamu yang berada di *front office*, dan citra perusahaan juga ditentukan oleh *receptionist*, meskipun banyak juga faktor lain yang menentukan, tapi ketika pertama kali tamu datang melihat hotel dan pasti akan langsung menuju *front office* dan berkomunikasi dengan *receptionist*”. Dan peneliti juga mewawancarai konsumen yang telah menginap di The Media Hotel & Towers yang bernama Cahya Petiwi, “Sewaktu pertama kali menginap saya sudah puas dengan pelayanan yang diberikan terlebih dengan pelayanan informasinya, dengan *receptionist*nya yang ramah dan sangat membantu saya, suasana kamarnya juga nyaman dan harga jika menurut saya sebanding dengan fasilitas yang hotel ini berikan, dan ini sudah kali ke 3 saya

menginap di The Media Hotel & Towers, bukti jika saya sangat nyaman dan puas dengan hotel ini ”.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menjadikan konsumen sebagai objek pengamatan atau penelitian. Adapun variabel yang diambil adalah kualitas layanan informasi dan kepuasan konsumen. Penulis juga ingin mengetahui sejauh mana kualitas layanan informasi dan kepuasan konsumen pada The Media Hotel & Tower, jika konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka konsumen akan loyal pada hotel tersebut, seperti sering atau berulang-ulang dan memberikan informasi hal positif mengenai jasa hotel tersebut kepada masyarakat lain dengan menginap di The Media Hotel and Towers dan citra hotel akan semakin baik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka timbul pertanyaan:

“Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan informasi yang diberikan The Media Hotel & Towers terhadap kepuasan konsumen?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan informasi pada The Media Hotel& Towers
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen The Media Hotel& Towers

3. Untuk mengetahui adakah hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan informasi terhadap kepuasan konsumen

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, berikut penjabarannya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, peneliti dapat menjadi informasi untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di The Media Hotel& Towers

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama yang telah ada. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan masukan terhadap perusahaan jasa pelayanan, penginapan The Media Hotel & Towers mengenai kualitas pelayanan informasi dan tingkat kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Penelitian

Berikut penjabaran lengkap tentang sistematika penulisan yang diuraikan secara kuantitatif, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian yang menjabarkan secara singkat kerangka laporan penelitian yang penulis buat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN OPERASIONAL VARIABEL

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang merupakan landasan teori dalam penelitian, kerangka pemikiran dari hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta operasional variabel.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang desain penelitian, populasi dan sampel, teknik sampling dan bahan penelitian.