

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Adanya kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan membuat setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti. Terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas, sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanan informasinya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa yang dibelinya.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa

puas dengan pelayanan yang diterimanya, maka mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama.

Pada saat ini banyak jasa perhotelan yang berkembang pesat, karena semakin bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa hotel. Oleh karena itu pengusaha dibidang jasa penginapan khususnya, ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan yang dimilikinya. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan untuk mempengaruhi konsumen khususnya berupa kualitas pelayanan itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa terpuaskan.

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diharapkan. Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian informasi dari pihak perusahaan kepada konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu.

Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada

orang lain, sehingga akan memperburuk citra perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan dan menurunnya tingkat hunian.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikatakan oleh J.M. Juran dalam buku *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan* yang dikutip Oka A. Yoeti (2003:53) yakni “Bila pelanggan tidak puas terhadap kualitas atau pelayanan yang diberikan, maka pelanggan dengan inisiatifnya sendiri akan menceritakan kepada orang lain, sebagai komplain atas ketidakpuasannya. Sebaliknya, kepuasan terhadap suatu produk tertentu, dilakukan atas inisiatif perusahaan melalui riset pemasaran. Hal ini dapat menyebabkan perusahaan kehilangan pelanggannya. Setiap pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk barang atau jasa, serta dalam masalah pelayanan yang diberikan suatu perusahaan, paling sedikit akan menceritakan kepada orang lain, dan diantaranya langsung menjadi pelanggan”.

Konsekuensi dari pelanggan yang tidak puas itu merupakan tantangan yang sangat serius bagi suatu perusahaan, karena akan banyak memakan biaya, waktu, energi agar dapat membantu pelanggan bersedia untuk datang kembali. Menurut Oka A.Yoeti dalam buku *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan* (2003:31-32), Ada tiga tingkat membuat pelanggan merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya yakni:

- a. Menentukan kebutuhan pokok pelanggan (*the basic needs of the customers*).
- b. Selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan, lakukan melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan.
- c. Mencari tahu apa sebenarnya yang menjadi harapan dari pelanggan sehingga mereka mau kembali datang.

Namun pada kenyataannya masih terdapat permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan jasa penginapan, salah satunya Hotel Bumi Karsa yang belum dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya yang berkaitan dengan pelayanan dibidang informasi ketika sedang mengadakan promo liburan, yaitu

mengenai salah seorang konsumen yang merasa dibohongi oleh pihak hotel pada saat ia menginap dalam menggunakan paket liburan, karena pada saat melakukan promo liburan pihak hotel menjanjikan bermacam-macam fasilitas yang akan diberikan kepada konsumen seperti mendapatkan fasilitas penginapan yang eksklusif, mendapatkan paket sarapan yang lengkap, serta dapat menggunakan fasilitas olahraga dengan hanya membayar sebesar Rp. 450.000,- nett/kamar/malam. Namun yang didapatkan oleh konsumen hanyalah fasilitas standar yakni seperti kamar standar tanpa fasilitas yang lengkap seperti kulkas, hanya mendapatkan makan pagi dan hanya dapat menggunakan fasilitas *swimmingpool*, jika ingin menggunakan fasilitas olahraga lainnya maka akan dikenakan biaya tambahan. Ternyata tidak sampai disitu kesalahan informasi yang terjadi dengan pihak konsumen yakni paket liburan tersebut juga belum termasuk pajak 21% dan juga jasa pelayanan.

Konsumen tersebut merasa dirugikan karena fasilitas yang didapatkan tidak sesuai dengan janji-janji yang diberikan dalam promosi tersebut, konsumen tersebut mengeluhkan hal ini kepada bagian pelayanan, namun bagian informasi tidak pernah memberikan jawaban yang memuaskan sehingga pelanggan tersebut merasa kecewa dan dirugikan.

Jika pihak hotel ingin mendapatkan konsumen atau pelanggan yang loyal maka sebaiknya pihak hotel harus memuaskan keinginan para konsumennya, terutama dibidang pelayanan informasinya. Karena informasi yang diberikan sangat penting untuk konsumen, dengan pelayanan dibidang informasi yang baik maka akan sangat membantu hubungan yang baik dengan para pelanggan,

sehingga tidak akan terjadi kesalahpahaman seperti kejadian diatas sehingga pelanggan akan merasa terpuaskan.

Dari kejadian tersebut maka pihak Hotel Bumi Karsa mulai lebih meningkatkan pelayanan informasi agar tidak terulang kembali kejadian seperti diatas sehingga konsumen dapat merasa puas akan pelayanan maupun informasi serta fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka hal yang menarik untuk dikaji adalah “Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan informasi dengan kepuasan konsumen di hotel bumi karsa”.

Untuk itu penulis memberikan tema pada penelitian ini adalah “HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN INFORMASI DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL BUMI KARSA”.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan informasi di Hotel Bumi Karsa.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada Hotel Bumi Karsa.
3. Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan informasi dengan kepuasan konsumen di Hotel Bumi Karsa apakah positif atau negatif.

1.4. Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan ilmu-ilmu komunikasi pada umumnya dan ilmu hubungan masyarakat pada khususnya.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan kontribusi pemikiran yang besar pada Hotel Bumi Karsa dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi terhadap konsumennya menjadi lebih baik lagi.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian serta kegunaan penelitian.

BAB II : Menjelaskan mengenai tinjauan pustaka, operasional variabel, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : Menjelaskan mengenai metodologi penelitian, metode yang akan digunakan penulis ialah metode kuantitatif.

BAB IV : Menjelaskan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan informasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Bumi Karsa.

BAB V : Berisi kesimpulan serta saran atas penelitian tersebut.