

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di negara mana pun, termasuk Indonesia, keadaan perekonomian sangat menentukan suatu perusahaan bisnis jasa berjalan dalam jangka panjang. Karena negara Indonesia dipenuhi dengan penduduk yang banyak sehingga menjadi peluang yang baik bagi perusahaan bisnis jasa mencari apa yang dibutuhkan oleh calon konsumennya. Selain itu, perusahaan bisnis jasa juga harus mampu memberikan pelayanan dan menciptakan kepuasan secara individual. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas di mata konsumen dapat menciptakan kepuasan pada setiap konsumen. Kepuasan yang tercapai dapat memberikan beberapa keuntungan tetapi sebaliknya juga memunculkan pesaing sehingga perusahaan harus bisa bersaing secara sehat.

Banyak strategi pelayanan yang harus dilakukan agar tidak kalah dengan pesaing sehingga perusahaan mampu untuk bertahan. Persaingan di antara perusahaan jasa saat ini lebih ketat, tiap perusahaan jasa berlomba – lomba untuk menjadi yang nomor satu atau yang paling unggul di mata konsumen. Persaingan yang ketat ini juga disebabkan karena konsumen pada saat ini cenderung bersikap lebih kritis dalam hal ekonomi yang mempengaruhi berbagai pilihan. Situasi persaingan membuat keadaan perusahaan menjadi sulit untuk meningkatkan pelanggannya.

Dengan hal ini masalah kualitas pelayanan menjadi faktor terpenting dalam menciptakan kepuasan. Sehingga, kepuasan merupakan elemen penting dalam menentukan dan menumbuhkembangkan perusahaan bisnis jasa agar tetap eksis dalam

menghadapi persaingan. (www.jurnalskripsi.com). Selain itu, kepuasan adalah kunci utama bagi perusahaan bisnis jasa dalam mengubah calon konsumen menjadi seorang pelanggan.

Perusahaan bisnis jasa banyak menjadi kebutuhan bagi kebanyakan pelanggan pada zaman sekarang ini khususnya hotel. Pada zaman sebelum perekonomian berkembang, fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi mereka yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Fungsi hotel pada saat itu hanya sebagai tempat peristirahatan semata, pelayanan pun tidak diberikan secara berkualitas, dan fasilitas kurang mendukung. Hal ini menyebabkan kepuasan pelanggan pun tidak tercapai. Banyak para pelanggan yang mengeluh karena jasa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan mereka. Begitu juga dengan para wisatawan yang datang dari luar negeri untuk berkunjung atau berwisata dan membutuhkan jasa penginapan. Hal ini bisa berakibat negatif yang mempengaruhi hotel di Indonesia.

Seiring berjalannya waktu, dengan perkembangan perekonomian yang semakin maju fungsi hotel mengalami peningkatan. Saat ini, seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, meluncurkan produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Didukung dengan adanya fasilitas yang memadai dan kualitas pelayanannya pun lebih berkualitas. Membuat hotel kini menjadi favorit bagi siapa saja calon konsumen yang ingin menggunakan jasa penginapan. Digambarkan seperti, primadona dalam suatu kota dan menjadi incaran bagi setiap konsumen yang harus dikunjungi, dinikmati setiap pelayanan dan fasilitas yang telah tersedia.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996).

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut (Lovelock dalam Fandy Tjiptono 2004:59). Kualitas pelayanan bukanlah masalah dalam mengontrol kualitas yang akan datang, akan tetapi merupakan pencegahan terjadinya kualitas yang buruk sejak awal.

Dalam memasarkan produknya di pasar, salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh pemasar adalah kualitas dari produk yang dijual. Terutama di dalam sektor jasa, karena salah satu alasan yang menjadikan kualitas penyampaian jasa menjadi sangat penting adalah karena sulitnya melakukan standarisasi atas kualitas pelayanan suatu jasa bila dibandingkan dengan kualitas barang. Para pemasar harus mengetahui terlebih dahulu harapan konsumen akan jasa tersebut, agar dapat menyampaikan secara tepat jasa yang ditawarkan dengan disertai kualitas pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan konsumen. Dalam bidang kualitas jasa berkembang model bernama SERQUAL (*service quality*) yaitu mengenai tentang kualitas pelayanan perusahaan terhadap pelanggan. Dalam meningkatkan kualitas atas layanan yang diterima pelanggan dari pihak perusahaan, maka kinerja perusahaan dapat diukur

dengan menerapkan kulaitas pelayanan yang dikelompokkan menjadi lima bagian utama menurut Kotler dan Keller (2009:52):

1. *Reliability* (pemenuhan janji-janji yang diberikan perusahaan)
2. *Responsiveness* (tanggap tidaknya perusahaan pada keluhan)
3. *Assurance* (kemampuan untuk menanamkan kepercayaan terhadap pelanggan)
4. *Tangible* (penampilan fisik dari perusahaan)
5. *Empathy* (perhatian pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan)

Perhotelan yang merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang jasa penginapan, perlu melakukan evaluasi atas kualitas jasa yang diterima oleh para pelanggannya. Perhotelan adalah sebagai suatu bisnis untuk melayani konsumen yang dituntut harus mampu menyediakan produk yang dapat dirasakan langsung manfaatnya seperti kamar dengan segala perlengkapannya, serta produk-produk yang tidak nampak seperti keramahtamahan, kenyamanan, keamanan, dan keberhasilan manajemen hotel yang dapat mempengaruhi citra nama hotel di mata konsumennya. Keberhasilan perusahaan-perusahaan dalam bisnis jasa (*service*) seperti hotel terfokus pada dua hal, yaitu karyawan hotel (*employees*) yang memberi pelayanan, dan tamu hotel (*customers*), mereka yang harus dilayani. Profit yang besar akan dicapai oleh hotel sangat tergantung dari dua hal ini, bila tidak pasti akan terjadi masalah pada hotel yang dikelola ini. Dalam pelayanan hotel sangat membutuhkan peran dari sumber daya manusia itu sendiri, yang berperan aktif dalam pelayanan konsumen. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pelayanan konsumen, salah satunya adalah sumber daya manusia yang terdidik, terlatih, dan memiliki perilaku pribadi yang luhur.

Kualitas pelayanan akan jasa adalah suatu sentral masalah yang dapat menentukan kepuasan pelanggan, dalam hal ini penulis merujuk pada hotel - hotel di Bandung. Dalam pelaksanaannya hotel - hotel di Bandung pun menjadi incaran bagi setiap konsumen dari segi harga, kualitas pelayanannya, dan fasilitasnya yang kini sudah jauh meningkat merupakan pilihan bagi konsumen. Salah satunya, Hotel Scarlet sebagai objek penelitian yang akan dibahas dan diteliti mengenai kualitas pelayanannya. Hotel Scarlet merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan. Hotel Scarlet yang berusaha memberikan serta meningkatkan pelayanan terbaik bagi setiap pelanggannya dan menjaga pelayanannya agar tetap konsisten di mata pelanggan dan pelanggan merasa puas dengan pelayanan tersebut sehingga Hotel Scarlet bisa menjadi teladan di bidang bisnis jasa pelayanan penginapan.

Hotel Scarlet merupakan hotel yang sederhana berbintang tiga berusaha melayani setiap konsumen yang berkunjung untuk membutuhkan jasa penginapannya. Memudahkan konsumen dalam memesan, sehingga proses yang dilakukan tidak membutuhkan waktu yang lama. Hotel Scarlet banyak melakukan upaya untuk menarik banyak konsumen. Dengan, memberikan interior kamar yang *excellent* dan faktor keamanan yang bagus, harga yang terjangkau, dan diskon pada waktu- waktu tertentu juga fasilitas yang lengkap. Hotel Scarlet mengutamakan kepentingan dan kenyamanan konsumen, agar konsumen dapat merasa puas sehingga diharapkan konsumen tersebut bisa datang kembali dan menjadi pelanggan tetap Hotel Scarlet. Hotel Scarlet berharap mampu untuk mengikuti dan melakukan apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Walaupun di sekitar Hotel Scarlet banyak pesaingnya, tetapi Hotel Scarlet tetap bertahan, menjadi diri sendiri dengan tetap eksis di mata konsumen. Banyak yang dilakukan Hotel Scarlet agar tetap eksis melalui dunia maya maupun nyata. Sehingga

konsumen pun tahu, Hotel Scarlet tetap memberikan pelayanan yang berkualitas di tengah banyaknya pesaing yang bermunculan. Dengan semua yang diberikan Hotel Scarlet, satu hal yang menarik untuk diteliti mengenai bagaimana sebenarnya persepsi pelanggan mengenai kinerja kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Scarlet selama ini dan unsur-unsur pelayanan yang seharusnya dinilai penting dalam usahanya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Dengan melihat latar belakang yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian, dengan mengambil judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Scarlet Dago”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada dasarnya keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan memuaskan konsumen pada pasar sasarnya tetapi juga digunakan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Hal tersebut begitu penting karena tingkat persaingan yang semakin ketat. Maka peningkatan kualitas jasa sebaiknya dilakukan oleh Hotel Scarlet agar dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, ada tiga masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah dimensi kualitas, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Scarlet?
2. Dari kelima dimensi kualitas, dimensi manakah yang paling mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Scarlet?

3. Bagaimana menganalisis kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan dasar perbaikan kinerja manajemen Hotel Scarlet?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai kondisi pelayanan jasa hotel terhadap pelanggan yang bermaksud:

1. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yaitu dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Scarlet.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas yang paling mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Scarlet.
3. Untuk mengidentifikasi kondisi-kondisi yang harus diperbaiki oleh pihak Hotel Scarlet sehingga kepuasan pelanggan meningkat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan kegunaan dan manfaat bagi para pembaca atau pihak-pihak yang berkepentingan seperti akademisi dan bagi praktisi bisnis.

1. Manfaat bagi akademisi

Untuk menambah pengetahuan serta pengalaman dalam konteks pemasaran yang berhubungan tentang *service quality* dan kepuasan konsumen sehingga dengan penelitian ini baik pihak penulis dan pembaca dapat memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat bagi praktisi bisnis

Memberi masukan khususnya pada pihak manajemen Hotel Scarlet untuk memperhatikan dimensi *service quality* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* dalam memenuhi harapan para pelanggan jasa Hotel Scarlet.

3. Manfaat bagi pihak lain

Dapat digunakan sebagai bahan penambah pengetahuan dan wawasan ilmiah bahwa kepuasan pelanggan dalam mengkonsumsi suatu jasa khususnya di bisnis perhotelan, berpengaruh pada hidup mati suatu perusahaan.