

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dekade saat ini sektor pariwisata mengalami kemajuan yang sangat pesat, terutama di kota – kota yang mempunyai tempat – tempat wisata yang tidak sedikit. Sebagai contoh kota Bandung yang merupakan salah satu kota pariwisata yang sedang berkembang. Hal ini dapat dilihat dalam waktu lima tahun terakhir ini pertumbuhan perekonomian Kota Bandung terus meningkat. Penyebab kondisi yang kini tengah dialami Kota Bandung bukan hanya karena saat ini menjadi salah satu kota tertinggi dikunjungi wisatawan sebagai kota wisata tetapi juga sebagai kota bisnis dan konvensi, apalagi sejak dibangunnya ruas jalan tol Cipularang karena arus jalan tol ini memudahkan akses bagi warga Jabodetabek untuk masuk ke kota Bandung yang hanya memakan waktu sekitar 2 jam. Pada saat ini pula mobil-mobil yang berasal dari luar kota Bandung tersebut mendominasi jalan-jalan di kota Bandung, sehingga kemacetan pun tidak terbendung.

Imbas dari kondisi tersebut, julukan "*business and leisure*" di Bandung menjadi sangat populer. Hadirnya sektor perdagangan dan jasa mengalami peningkatan cukup signifikan dibandingkan sektor lain.

Kehadiran pusat perbelanjaan, distro, factory outlet, tempat makan dan penginapan hampir disetiap sudut kota bermunculan. Kondisi ini juga menjanjikan keuntungan ekonomi khususnya pada bisnis jasa penginapan, perhotelan bahkan

apartemen yang disewakan atau berfungsi sebagai tempat menginap di mana jumlahnya terus bertambah.

Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung mengakui jumlah hotel bintang dan terutama hotel melati di Kota Bandung sudah terbilang banyak, yaitu 251 hotel dengan jumlah kamar 10.430. Namun, sarana akomodasi itu belum seimbang dengan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bandung yang rata-rata mencapai 21.000/hari. Jumlah tersebut tiga kali lipat pada akhir pekan menjadi rata-rata 61.000/hari. Dari total wisatawan 7,5 juta – 10 juta/tahun hanya 2,5 juta wisatawan yang tertampung sedangkan sisanya pulang-pergi, (pikiran-rakyat.com).

Sangatlah jelas bahwa antara perhotelan dan kepariwisataan adalah saling terkait, meskipun hotel bukan merupakan bagian dari obyek pariwisata. Tetapi hotel adalah bagian dari aktivitas kepariwisataan, oleh karena hotel sangat diperlukan untuk kerja sama dengan tempat-tempat rekreasi, hiburan, dan travel biro. Perhotelan juga harus dapat meningkatkan pelayanan salah satu caranya adalah dengan meningkatkan mutu/kualitas pelayanan.

Hotel Pilatus merupakan salah satu hotel di kota Bandung yang melakukan peningkatan pelayanannya agar dapat bersaing dengan hotel-hotel berbintang maupun sesama hotel melati, disamping itu juga berusaha menciptakan loyalitas wisatawan, dalam hal ini sebagai tamu hotel. Jika pihak hotel telah dapat menciptakan loyalitas pada wisatawan maka secara tidak langsung akan memberikan keuntungan bagi pihak hotel itu sendiri. Karena pihak wisatawan yang telah loyal akan cenderung untuk turut melakukan promosi, salah satunya adalah promosi dari mulut ke mulut, *word of mouth*.

Disamping itu mereka yang telah loyal juga akan memanfaatkan jasa ulang dari hotel yang bersangkutan. Dan ada kemungkinan untuk memberikan rekomendasi kepada pihak lain tentang Hotel Pilatus.

Pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Kotler et al, 2009:163). Jadi mempertahankan pelanggan sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Hotel Pilatus yang selalu berupaya untuk memberikan yang terbaik bagi tamu – tamunya melakukan beberapa upaya untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas dari para tamunya. Salah satunya adalah dengan melakukan pembenahan dan peningkatan kualitas pelayanan melalui pelatihan para pegawai serta merubah penampilan dari para pegawainya. Namun, upaya ini tidak berdampak positif pada jumlah tamu yang menginap. Setelah selesai pembenahan, ternyata jumlah tamu yang menginap mengalami penurunan. Hal ini bisa dilihat ada tabel berikut ini :

Tabel 1.1. Jumlah Tamu Hotel Pilatus

No	Bulan	TAHUN	
		2008	2009
1	Januari	318	253
2	Februari	309	234
3	Maret	287	219
4	April	309	198
5	Mei	297	230
6	Juni	317	265
7	Juli	389	321

8	Agustus	402	309
9	September	365	294
10	Oktober	302	231
11	Nopember	276	249
12	Desember	421	321
JUMLAH		3,992	3,124

Sumber : Bagian Pemasaran dan Humas, Hotel Pilatus, Desember 2010.

Dari tabel diatas terlihat bahwa telah terjadi penurunan jumlah tamu yang menginap di Hotel Pilatus pada tahun 2009. Penurunan tersebut cukup signifikan karena mencapai 20 persen dari tahun sebelumnya. Pada akhir tahun 2008, pembenahan pelayanan sudah mulai dilakukan sehingga pada tahun 2009 tamu sudah bisa merasakan kualitas pelayanan yang baru.

Kondisi ini sangatlah ironis karena tujuan pembenahan kualitas pelayanan adalah untuk menarik tamu – tamu baru dan mempertahankan tamu hotel yang sudah loyal. Harapannya adalah dengan adanya pembenahan tersebut, tamu akan merasa lebih nyaman dan betah menginap sehingga mendapatkan kepuasan sendiri.

Namun, pada kenyataannya, pembenahan pelayanan hotel tidak bisa meningkatkan jumlah tamu yang menginap. Tentunya ini menjadi suatu permasalahan tersendiri bagi Hotel Pilatus dan disinyalir terkait dengan kualitas pelayanan hotel dan respon emosional dari Hotel Pilatus itu sendiri.

Hotel Pilatus yang terletak di jalan Gegerkalong Hilir no. 119 Bandung mempunyai konsep hotel untuk keluarga. Asal mula Hotel Pilatus didirikan pada tanggal 27 Juni 2005. Berdasarkan keputusan dari dinas pariwisata no 556/si – 297 / Dispar tahun 2005 hotel ini merupakan hotel kelas melati. Dengan lokasi hotel yang berada di area Bandung Utara menjadikan suhu udara yang ada di lingkungan hotel terasa masih

relatif sejuk. Fasilitas yang dimiliki hotel Pilatus diantaranya adalah kamar (penyejuk ruangan, telepon, televisi, air dingin dan panas, bar mini) dengan beberapa tipe yaitu *standard room, superior room, suite room, executive room, family suite room*, layanan kamar 24 jam, restoran 24 jam, layanan binatu, area parkir, kotak deposit, Hot Spot dan juga didukung oleh keamanan 24 jam.

Dari pemaparan di atas maka peneliti mencoba untuk meneliti bagaimana ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pada Hotel Pilatus Bandung.***

1.2 Identifikasi Masalah

Diketahui bahwa untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan suatu perusahaan terlebih dahulu harus dapat membuat konsumen merasa puas atas terpenuhinya kebutuhan konsumen tersebut. Untuk perusahaan jasa menciptakan kepuasan konsumennya tentunya dengan meningkatkan pelayanannya.

Dari permasalahan di atas dapat digambarkan bahwa masalah umum yang dihadapi manajemen hotel melati adalah bagaimana meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan hotelnya. Hal ini disebabkan penambahan jumlah kunjungan wisatawan tiap tahunnya yang diikuti oleh pertumbuhan sarana hunian terutama hotel kelas melati, sehingga secara otomatis terjadi persaingan yang cukup signifikan. Persaingan yang terjadi biasanya mencakup tingkat pelayanan dan unit bisnis yang ditawarkan, sehingga hanya hotel yang mampu meningkatkan kepuasan pengunjungnya sehingga menciptakan loyalitas yang dapat memenangkan persaingan ini.

Dari adanya permasalahan tersebut maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di hotel Pilatus ?
2. Bagaimana loyalitas konsumen di hotel Pilatus?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Pilatus di Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengumpulkan, mengolah data dan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas di Hotel Pilatus Bandung, sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan di Hotel Pilatus?
2. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas konsumen di Hotel Pilatus?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Pilatus di Bandung?

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan maksud dan tujuan penelitian yang diharapkan.

Penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. **Bagi Penulis**, untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dalam melakukan penelitian dan melatih diri dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh.
2. **Bagi Pembaca**, untuk menambah informasi sumbangan pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian.
3. **Bagi Perusahaan**, diharapkan berguna bagi pengambilan keputusan untuk menyempurnakan pelayanan di bidang jasa perhotelan khususnya pada Hotel Pilatus. Dengan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa sehingga perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan loyalitas konsumen pada faktor tersebut.