

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri di bidang jasa akhir-akhir ini semakin meningkat. Namun masih banyak pengusaha jasa yang belum melaksanakan strategi dengan benar dalam menjual jasanya. Para pengusaha jasa, masih menganggap kepuasan pelanggan terletak pada harga. Mereka berpendapat bila harga murah konsumen akan puas. Namun pada kenyataannya sebagai produk tidak berwujud, tingkat kepuasan konsumen seringkali diukur melalui pelayanan yang diterima.

Dalam menentukan strategi yang tepat untuk menjalankan usaha, terutama untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, seperti perhotelan dan penginapan, kepuasan konsumen menjadi sasaran yang utama. Perusahaan harus dapat menentukan strategi yang tepat agar memenuhi keinginan dan harapan dari konsumen, terutama dalam bauran pemasarannya, dengan melakukan kinerja yang baik diharapkan kualitas jasa meningkat dan konsumen menjadi puas, karena konsumen yang puas akan menimbulkan *word of mouth* yang positif. Biasanya *word of mouth* yang positif yang disampaikan akan mempengaruhi orang lain. Perusahaan juga harus memperhatikan kualitas jasa yang diberikan, agar konsumen tertarik. Seorang konsumen pastinya menginginkan kualitas jasa yang maksimal dari perusahaan sehingga menambah kepuasan bagi dirinya dalam menikmati produk atau jasa yang telah dibelinya.

Hotel merupakan sarana akomodasi yang ada di seluruh tanah air. Setiap hotel mempunyai karakteristik yang pada umumnya sama akan tetapi yang membedakan adalah target pasarnya, dimana suatu hotel target pasarnya ditujukan untuk orang-orang yang mempunyai pendapatan menengah ke atas, dan ada pula hotel yang target pasarnya ditujukan untuk kelas menengah ke bawah. Hal ini tentu saja dipengaruhi juga oleh fasilitas yang akan didapatkan oleh konsumen.

Hotel memegang peran penting dalam kepariwisataan, tentu saja dalam hal ini sarana dan prasarana turut mengambil bagian yang penting yang harus diperhitungkan, karena tanpa adanya sarana dan prasarana yang mendukung, industri kepariwisataan, terutama perhotelan dan penginapan juga akan terbawa imbasnya. Sarana prasarana yang mendukung dalam industri kepariwisataan antara lain adalah lokasi yang mudah dijangkau antar kota-kota besar seperti Jawa Barat. Jawa Barat sebagai salah satu bagian propinsi di Indonesia dengan populasi penduduk yang terpadat, memegang peranan yang penting di dalam bidang kepariwisataan, karena Jawa Barat yang memiliki banyak tempat wisata juga memiliki banyak tempat penginapan dan hotel. Dengan banyaknya hotel dan penginapan menyebabkan persaingan antar hotel otomatis menjadi semakin ketat. **“Hotel merupakan salah satu sub- sistem atau mata rantai dari kepariwisataan. Bagi wisatawan, ketersediaan hotel yang memberikan layanan yang baik merupakan hal yang dibutuhkan. Hal ini disebabkan hotel adalah elemen yang tidak terpisahkan ketika seorang wisatawan berkunjung ke suatu daerah.”** (<http://www.pewartakabarindonesia.blogspot.com/>, Google).

Dibangunnya jalan tol Cipularang membawa dampak bagi pertumbuhan ekonomi dan kepariwisataan terutama bagi kota-kota yang dilewati jalan tol

tersebut. Kota Bandung sebagai contohnya dapat menjadi lebih mudah untuk dijangkau oleh pengunjung dari luar kota, terutama dari Jakarta. Dengan adanya tol Cipularang yang memudahkan pengunjung dari Jakarta untuk mengunjungi Bandung, mengakibatkan Bandung menjadi semakin padat, terutama di akhir pekan, mengingat jarak yang ditempuh untuk mencapai kota Bandung dari Jakarta hanya dibutuhkan waktu yang singkat, yaitu sekitar dua atau tiga jam saja. Dengan banyaknya pengunjung yang datang ke Bandung, membawa dampak yang positif bagi industri kepariwisataan di Bandung. Hal ini juga dirasakan oleh pengusaha-pengusaha perhotelan dan penginapan yang berada di kota Bandung.

Hotel dan penginapan biasanya banyak tersedia di tempat- tempat wisata dan kota- kota besar seperti contohnya di Bandung. Berdasar dari data yang diperoleh peneliti dari Berita Resmi Statistik (BRS Provinsi Jawa Barat): **“...tingkat hunian hotel pada tahun 2006-2007 di Jawa Barat, terutama untuk hotel yang berbintang tiga dan yang non bintang mengalami penurunan...”** (<http://jabar.bps.go.id>, Google).

Salah satu Hotel di Jawa Barat yang mengalami penurunan tingkat hunian adalah Hotel Naval. Hotel Naval yang terletak di jalan Sukajadi, Bandung baru berdiri kurang lebih selama 1 tahun. Sebagai hotel yang dapat dikatakan muda dalam usianya, Hotel Naval berusaha untuk bertahan dalam persaingan dan berkembang sesuai dengan keinginan dari konsumen- konsumennya. Hotel Naval berkomitmen untuk memelihara dan mengembangkan jasa yang ditawarkannya pada konsumen agar konsumen mendapat kepuasan. Selain itu, hotel Naval juga harus tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mampu memenuhi kepuasan pelanggan sebagai konsumen sehingga mereka dapat menjadi loyal. Hotel naval

mempunyai nilai tambah tersendiri dikarenakan posisinya yang strategis yang terletak terbelah cukup dekat dengan pintu tol Pasteur.

Pada tahun-tahun awal pembangunan Hotel Naval, tingkat huniannya masih sangat rendah. Berikut adalah data tingkat hunian kamar di Hotel Naval berdasarkan atas segmen pasar selama dua bulan yang diambil pada bulan April dan Mei yang dapat dilihat sebagai bahan perbandingan tingkat hunian kamar per bulannya di Hotel Naval.

Tabel 1.1
Persentase Tingkat Hunian Kamar Per Bulan Berdasarkan Segmen Pasar

Bulan	April	Mei
Segmen pasar	Room	Room
Corporate	28%	24%
Walk in	27%	22%
Travel agent	5%	7%
Government	11%	8%
Total	71%	61%

Sumber: Hotel Naval

Keterangan:

Room = jumlah kamar yang disewa

Corporate = pengunjung yang berasal dari badan perusahaan

Walk in = pengunjung umum

Travel agent = agen perjalanan

Government = pengunjung yang berasal dari badan pemerintahan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Hotel Naval pada bulan April mengalami penurunan tingkat hunian kamar 71%, sedangkan pada bulan Mei, Hotel Naval mengalami penurunan, yaitu sebesar 61%. Penurunan persentase tingkat hunian kamar Hotel Naval tentu saja dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu diantaranya adalah faktor kualitas dari jasa pelayanan yang diberikan oleh Hotel Naval kepada konsumen. Penurunan yang cukup signifikan (nyata) yaitu

berkurangnya jumlah pengunjung umum (walk in) yaitu sebesar 5% (dari 27% ke 22%). Dengan adanya tingkat penurunan tersebut, menunjukkan bahwa konsumen memiliki tingkat loyalitas yang masih rendah terhadap Hotel Naval. Konsumen lebih memilih hotel yang lain untuk menginap untuk keperluan keluarga/hiburan dan rekreasi dibandingkan menginap di Hotel Naval. Konsumen lebih memilih hotel lain, karena alasan kualitas pelayanan Hotel Naval yang masih rendah. Hal ini juga diketahui dari sejumlah keluhan konsumen terhadap pelayanan pegawai Hotel Naval sendiri seperti keterlambatan dalam mengirimkan pesanan ke ruangan (kamar). Selain itu, pegawai cenderung kurang tanggap terhadap permasalahan yang dialami oleh konsumen dan juga kurangnya informasi yang diberikan pegawai mengenai fasilitas-fasilitas yang ada di Hotel Naval sehingga membuat konsumen merasa kesulitan mendapatkan informasi tersebut.

Dengan banyaknya hotel- hotel dan penginapan yang berdiri di pulau Jawa, terutama di Jawa Barat sebagai provinsi yang terpadat di Indonesia, menyebabkan pemilik hotel menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat, karena dengan semakin banyaknya hotel dan penginapan yang berdiri, pilihan alternatif bagi pengunjung juga menjadi semakin banyak. Hal ini juga akan menyebabkan konsumen secara otomatis membandingkan antar hotel dan penginapan yang satu dengan yang lain. Hal ini pula yang salah satunya menjadi motivasi bagi hotel dan penginapan untuk meningkatkan kualitas dalam memberikan pelayanan jasanya agar konsumen dapat merasa puas, sehingga konsumen yang puas akan menjadi loyal terhadap hotel tersebut.

Sulastiyono (2006;27) mengatakan bahwa ada beberapa faktor umum yang mempengaruhi konsumen dalam memilih hotel. Faktor- faktor tersebut antara lain adalah,

1. Lokasi hotel.
2. Harga
3. Fasilitas standar yang diberikan oleh hotel
4. Fasilitas tambahan yang diberikan oleh hotel (contohnya: fasilitas kolam renang, fasilitas *hotspot internet*, fasilitas kotak saran dan kritik, dll)

Faktor- faktor tersebut diatas menjadi pertimbangan dasar konsumen dalam memilih hotel. Hotel yang memiliki fasilitas yang banyak tentu saja akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi konsumen, apalagi jika dibarengi dengan harga yang terjangkau oleh konsumen, dan lokasi yang strategis bagi konsumen.

Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan oleh hotel atau penginapan memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh hotel dapat dalam bentuk yang bermacam- macam, sebagai contohnya fasilitas standar yang biasanya disediakan oleh hotel, antara lain adalah, adanya fasilitas *room service* atau layanan kamar. Dengan adanya fasilitas ini, pengunjung akan merasakan kemudahan untuk melakukan aktivitasnya tanpa harus keluar dari kamarnya, sebagai contoh, memesan makanan, mencuci pakaian (*laundry*), memesan taksi, atau membereskan kamar, dan lain- lain. Fasilitas yang diberikan oleh hotel akan menjadi nilai tambah yang positif bagi pengunjung. Nilai tambah ini akan menjadi wujud dari kepuasan yang diharapkan dan diinginkan oleh pengunjung sebagai konsumen, dan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen ini akan berdampak pada loyalitas terhadap hotel. Cadotte, Woodruff dan Jenkins (dalam Tjiptono, 2005:197) mengungkapkan

konsep kepuasan konsumen sebagai berikut: **“Kepuasan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk”**.

Pendapat di atas menekankan bahwa kepuasan terjadi setelah konsumen mengkonsumsi/memakai jasa dan menilai produk atau jasa yang digunakannya memenuhi harapan dan keinginannya atau tidak.

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai:

“Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen” (Studi Kasus Pada Hotel Naval, Bandung)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas jasa yang diberikan di Hotel Naval?
2. Bagaimana Loyalitas konsumen terhadap Hotel Naval?
3. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen di Hotel Naval?

1.3 Maksud, Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian yang akan dilakukan antara lain adalah untuk mengetahui pengaruh dari kepuasan pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Hotel Naval, sebagai alat bantu perusahaan untuk mempertahankan bahkan menambah kelebihannya dan mengurangi/ menghilangkan kekurangan perusahaan, dengan begitu perusahaan dapat memenuhi keinginan dan harapan dari konsumennya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dari dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen di Hotel Naval.
2. Untuk mengetahui tingkat konsumen yang kemudian menjadi pengunjung loyal di Hotel Naval
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Naval

1.3.3 Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan suatu gambaran manfaat bagi:

1. Kegunaan Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan keilmuan, terutama ilmu manajemen pemasaran dalam hal kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Selain itu sebagai bahan perbandingan maupun sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi mereka yang tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang yang sama.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam mengenali konsumen,

terutama untuk memberi kualitas pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas dan dapat menjadi konsumen yang loyal di Hotel Naval.