

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latarbelakang Penelitian**

Perhotelan merupakan industri jasa yang menarik karena berhubungan dengan bidang kepariwisataan. Pariwisata semakin penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai salah satu penerimaan devisa maupun kesempatan kerja, serta kesempatan berusaha sedangkan besar kecilnya sumbangan sektor pariwisata terhadap penerimaan devisa sangat tergantung pada besar kecilnya sarana dan prasarana yang tersedia, untuk perhotelan diantaranya jumlah hotel, kamar dan tempat tidur.

Industri jasa perhotelan mengalami peningkatan saat ini karena adanya usaha dari pemerintah dalam membangun dan menciptakan fasilitas-fasilitas yang mendukung perkembangan sektor ini untuk dapat menarik wisatawan-wisatawan lokal maupun asing untuk menjadikan Indonesia sebagai tujuan wisatanya.

Saat ini persaingan bisnis sangat kompetitif, baik dipasar domestic maupun dipasar internasional. Menurut *Supranto* ( 2001:1 ), untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Perkembangan industri jasa di Indonesia memberikan kontribusi yang cukup berarti, hal ini terlihat dari sumbangan sektor jasa ( tersier ) yang mencapai 37,3% PDB ( Produk Domestik Bruto ) pada tahun 2001. Meskipun sektor ini mengalami penurunan sebesar 0,5% disbanding PDB tahun 1998 lalu (37,8%), sumbangan sektor jasa ini masih lebih besar bila dibandingkan dengan

sektor primer (29,4) dan sektor sekunder (33,3%) PDB pada tahun 2001 (BPS, 2004: p3).

**Tabel 1.1 Struktur PDB Indonesia atas Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha, 1998-2001 (%)**

<b>Lapangan Usaha</b>		<b>1998</b>	<b>2001</b>
<b>Primer</b>		<b>30,7</b>	<b>29,4</b>
1.	Pertanian, peternakan, kehutanan, perikanan	18,1	16,4
2.	Pertambangan & penggalian	12,6	13
<b>Sekunder</b>		<b>31,5</b>	<b>33,3</b>
3.	Industri pengolahan	25	26,1
4.	Bangunan	6,5	7,2
<b>Tersier</b>		<b>37,8</b>	<b>37,3</b>
5.	Jasa-jasa	37,8	37,3

Sumber: BPS (2005:p3)

Jumlah Wisata Mancanegara (Wisman) yang datang ke Indonesia melalui 13 pintu masuk pada bulan Juli 2004 mencapai 424,8 ribu orang, atau naik 4,14% dibanding jumlah Wisman bulan Juni 2004 sebanyak 407,9 ribu orang (BPS : 2004).

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di 10 Daerah Tujuan Wisata (DTW) pada bulan Juni 2004 mencapai 47,44 %, naik 1,51 poin dibanding TPK bulan Mei 2004 sebesar 45,93 %. Di Bali, TPK bulan Juni 2004 juga naik dari 51,01 % menjadi 52,41 %.

- Rata-rata lama menginap tamu asing dan Indonesia pada hotel berbintang selama bulan Juni 2004 mengalami penurunan jika dibanding bulan Mei 2004, yaitu dari 2,08 hari menjadi 2,05 hari.

Pada Bulan April 2004 jumlah Wisman yang datang ke Indonesia melalui 13 pintu masuk mencapai 322,1 ribu orang, jumlah penumpang kereta api 11,74 juta orang, Pelayaran dalam negeri mencapai 1,15 juta orang, angkutan udara tujuan luar negeri mencapai 358,1 ribu orang.

- Rata-rata lama menginap tamu asing dan Indonesia pada hotel berbintang selama bulan Maret 2004 mencapai 2,18 hari, yang berarti naik 0,09 hari dibanding rata-rata bulan Februari 2004 sebesar 2,09 hari.

Jumlah (Wisman) yang datang ke Indonesia Melalui 13 pintu masuk pada bulan Desember 2005 mencapai 312,2 ribu orang (BPS : 2005).

Tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang di 10 Daerah Tujuan Wisata (DTW) pada bulan November 2005 mencapai rata-rata 43,75 %, mengalami kenaikan 1,91 poin dibanding TPK bulan Oktober 2005 sebesar 41,84 %.

- TPK hotel berbintang di Bali bulan November 2005 juga turun dari 41,11 % menjadi 38,25 %, seiring dengan turunnya jumlah wisman ke Bali pada bulan November.

- Rata-rata lama menginap tamu asing dan Indonesia pada hotel berbintang selama bulan November 2005 mengalami penurunan 0,19 hari jika dibanding bulan Oktober 2005, yaitu dari 2,29 hari menjadi 2,10 hari.

Pada November 2005 jumlah wisatawan mancanegara mencapai 261,1 ribu orang. Tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang di 10 Daerah Tujuan Wisata (DTW) pada bulan Oktober 2005 mencapai rata-rata 41,84 %, turun cukup tajam yaitu 10,5 poin dibanding TPK bulan September 2005 sebesar 52,34 %. Penurunan yang cukup signifikan ini disebabkan antara lain karena pada bulan Oktober 2005 adalah bulan ramadhan 1426 H dan juga adanya pengaruh dari kenaikan harga Bahan Bakar Minyak.

- TPK hotel berbintang di Bali bulan Oktober 2005 juga turun tajam dari 53,16 % menjadi 41,11 %. Seirama dengan turunnya jumlah Wisman ke Bali
- Rata-rata lama menginap tamu asing dan Indonesia pada hotel berbintang selama bulan Oktober 2005 mengalami kenaikan 0,26 hari jika dibanding bulan September 2005, yaitu dari 2,03 hari menjadi 2,29 hari.

Pada Bulan Januari 2006 jumlah Wisman mencapai 295,2 ribu orang, penumpang kereta api 11,83 juta orang, penumpang angkutan laut dalam negeri 1,39 juta orang, penumpang angkutan udara domestik 2,47 juta orang (BPS : 2006). Tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang di 10 Daerah Tujuan

Wisata (DTW) pada bulan Desember 2005 mencapai rata-rata 45,31 %, mengalami kenaikan 1,56 poin dibanding TPK bulan Nopember 2005 sebesar 43,75 %.

- TPK hotel berbintang di Bali bulan Desember 2005 naik dari 38,25 % menjadi 39,88 %, seiring dengan naiknya jumlah Wisman ke Bali pada bulan Desember.
- Rata-rata lama menginap tamu asing dan Indonesia pada hotel berbintang selama bulan Desember 2005 mengalami penurunan 0,12 hari jika dibanding bulan Nopember 2005, yaitu dari 2,10 hari menjadi 1,98 hari. ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id))

Kondisi perhotelan jika dilihat secara makro (di Indonesia) cukup mengalami peningkatan yang berarti. Peningkatan dapat dilihat dari makin menjamurnya hotel-hotel yang ada di Indonesia, dari hotel-hotel kelas bawah sampai hotel kelas atas. Masing-masing hotel bersaing untuk melakukan inovasi agar dapat menarik perhatian konsumen, caranya pun sangat beraneka ragam. Salah satu cara untuk menarik konsumen dapat dilihat dari perbaikan sarana hotel, kualitas pelayanan yang diberikan, kebersihan, kenyamanan, dan dari segi keamanan hotel pun terus di tingkatkan. Selain itu, Industri jasa perhotelan mengalami peningkatan saat ini karena adanya usaha dari pemerintah dalam membangun dan menciptakan fasilitas-fasilitas yang mendukung perkembangan sektor ini untuk dapat menarik wisatawan-wisatawan lokal maupun asing untuk menjadikan Indonesia sebagai tujuan wisatanya.

**Tabel 1.2 Room Occupancy Rate of Classified Hotel in Ten Main Tourism Province Destination, 2005**

[Home](#)

[Back to: Tourism Statistics](#)

**Selected Tables:**

**Room Occupancy Rate of Classified Hotel in Ten Main Tourism Province Destination, 2005**

Province	Year 2005					
	July	August	September	October	November	December
North Sumatera	43.10	40.86	39.74	33.40	32.62	40.53
West Sumatera	45.47	40.36	51.93	27.81	48.11	44.52
DKI Jakarta	56.86	59.96	61.73	53.53	53.64	55.53
West Java	40.33	35.17	43.65	35.58	36.14	36.76
Central Java	36.52	32.77	42.39	33.71	44.44	50.28
DI Yogyakarta	55.87	44.45	50.87	33.73	55.52	51.41
East Java	37.10	41.38	48.76	37.28	39.41	38.68
Bali	59.61	55.01	53.16	41.11	38.25	39.88
North Sulawesi	50.76	59.31	59.57	45.58	43.76	42.68
South Sulawesi	33.74	31.34	43.80	25.47	33.82	37.59
Total	50.98	49.37	52.34	41.84	43.75	45.31

Sumber: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

Iklm di Jawa Barat mempengaruhi minat wisatawan baik, wisatawan lokal maupun wisatawan asing, ini dapat terlihat dari jumlah wisatawan baik lokal maupun asing pada tahun 2004 sebanyak 1.978 ( dalam ribuan orang ) yang ikut juga dengan peningkatan jumlah hotel di kota Bandung khususnya hotel berbintang 3 ( tiga ) sebanyak 11 Hotel. ( BPS, 2005 ). Peningkatan jumlah hotel berbintang 3 ini mungkin dikarenakan investasi yang dikeluarkan tidak terlalu besar dan dapat berhasil merebut pangsa pasar karena dapat menerapkan kebijakan tarif murah dan memberikan kenyamanan yang standar bagi para tamunya.

Industri jasa perhotelan di Jawa Barat adalah salah satu industri yang dapat memberikan kontribusi bagi pemerintah, penyebabnya kontribusi ini kemungkinan karena masih banyaknya tempat-tempat yang masih bernuansakan alam, dan udara yang sejuk.

Dengan banyaknya jumlah hotel di Jawa Barat akan mengakibatkan timbulnya persaingan antar hotel, khususnya hotel-hotel yang berbintang. Karena mereka sama-sama memiliki tempat yang megah, teknologi yang lebih modern dibandingkan dengan hotel lainnya yang tidak memiliki predikat hotel berbintang. (Oka.A.Yoety, 2004 : 72)

*Sulastitono* (2004 : 17), mengatakan bahwa pengklasifikasikan hotel di Indonesia dari mulai bintang 1 hingga bintang 5 secara garis besar di dasar atas:

- Besar / kecil atau banyaknya jumlah kamar
- Lokasi hotel
- Fasilitas yang dimiliki
- Kelengkapan peralatan

- Spesialisasi dan tingkat pendidikan karyawan
- Kualitas bangunan
- Tata letak ruang

Hotel berbintang adalah suatu usaha yang menggunakan suatu bangunan yang disediakan secara khusus, dimana setiap orang dapat menginap, makan, memperoleh pelayanan dan menggunakan fasilitas lainnya dengan pembayaran, dan telah memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang seperti yang ditentukan oleh Direktorat Jendral Pariwisata, yang antara lain mencakup:

- Persyaratan fisik, seperti lokasi hotel, kondisi bangunan
- Bentuk kualitas pelayanan yang diberikan
- Kualifikasi tenaga kerja, seperti pendidikan dan kesejahteraan karyawan
- Fasilitas olahraga dan rekreasi lainnya yang tersedia seperti lapangan basket, kolam renang, billiard.
- Jumlah kamar yang tersedia. (BPS, 2004 : 2)

Salah satu hotel berbintang yang terdapat di kota Bandung yang tercatat di BPS pada tahun 2005 adalah Hotel & Restoran Talagasari yang memiliki jumlah hunian sebesar 81 kamar.

Hotel & Restaurant Talagasari adalah salah satu tempat yang di kunjungi para wisatawan lokal maupun asing sebagai tempat menginap (maupun untuk tujuan-tujuan lainnya) sebagai pilihan tujuan wisatanya karena bercirikan dan bernuansakan alam Setiabudi yang sejuk dan indah (*resort*) dan memiliki fasilitas-fasilitas yang mungkin sama dimiliki oleh para pesaingnya di daerah Setiabudi, dari fungsi utamanya (menyediakan kamar untuk beristirahat), diantaranya yaitu

tersedianya fasilitas olah raga (kolam renang), restaurant, ruang karaoke, *room service*, *lundry service*, *telex dan facsimile*, dan tempat parkir. Fasilitas untuk acara penting ruangan pertemuan (*meeting room*), ruangan untuk pernikahan, ulang tahun). Menurut Manajer Pemasaran Hotel & Restaurant Talagasari, setiap hari biasa tingkat hunian di Hotel & Restaurant Talagasari mencapai 30%, sedangkan setiap hari Sabtu, hari Minggu, *Long week end*, dan hari besar tingkat hunian di Hotel & Restaurant Talagasari mencapai 100%. Akan tetapi seiring dengan mulai banyak berdiri hotel-hotel di daerah Setiabudi, jumlah tamu di Hotel & Restaurant Talagasari cenderung mengalami sedikit penurunan.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan, terdapat kesenjangan yang terjadi antara teori dan fakta. Dikarenakan oleh jumlah karyawan yang dirasa kurang memadai, kurangnya promosi yang dilakukan, kebersihan dan kenyamanan yang kurang diperhatikan, maka terjadi tingkat loyalitas pelanggan yang menurun dan berakibat pada penurunan tingkat hunian, tingkat perolehan laba, dan banyaknya komplain yang dilakukan oleh pelanggan dalam hal kualitas pelayanan yang ditawarkan. Dan ini menyebabkan penurunan tingkat loyalitas dari pelanggan.

Keunggulan sebuah hotel tidak hanya ditentukan oleh jumlah kamar dan kelas hotelnya saja karena hanya hotel yang mempunyai ciri-ciri yang istimewa yang akan menarik perhatian pelanggan, baik berupa ciri fisik seperti desain, bangunan maupun interior, tetapi mungkin juga berupa keistimewaan dalam hal pelayanan yang begitu penting artinya dalam pariwisata.

Terdapat 3 (tiga) kunci dalam pemberian pelayanan yang unggul terhadap konsumen menurut *A. Payne* seperti yang dikutip dalam buku *Fandy Tjiptono* (1997 : 123), dimana ketiga kunci tersebut adalah :

1. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memahami tipe-tipe pelanggan.
2. Perkembangan data yang lebih akurat / tepat dari pada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan dari setiap segmen pelanggan).
3. Pemanfaatan informasi-informasi yang di peroleh dari riset pasar dalam kerangka strategis.

Kualitas pelayanan menurut *Wyckof* dalam *Tjiptono* (1996 : 59) adalah

”tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan dengan kata lain ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang di harapkan (*expected*) dan kualitas pelayanan yang di terima (*perceived*).”

*Kotler* (2000 : 504), mengatakan bahwa

”...dengan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada loyalitas pelanggan yang di artikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.”

atau dengan kata lain:

Kepuasan pelanggan = Kinerja – Harapan

Asumsi :

- Jika Kinerja < Harapan, maka pelayanan yang di berikan jelek
- Jika Kinerja = Harapan, maka pelayanan yang di berikan biasa – biasa
- Jika Kinerja > Harapan, maka pelayanan yang diberikan sangat baik

Sebuah perusahaan jasa dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu tinggi di bandingkan para pesaingnya dan yang lebih tinggi dari pada harapan pelanggan.

Menurut *Philip Kotler* (1995 : 46) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dan hasil dari loyalitas tersebut konsumen dapat :

1. Membeli lebih banyak dan menjadi setia lebih lama
2. Membeli jenis produk baru / produk yang di sempurnakan oleh perusahaan
3. Memuji-muji perusahaan dan produknya pada orang lain
4. Kurang memperhatikan merk dan iklan dari produk saingan, serta kurang memperhatikan harga
5. Menawarkan gagasan barang dan jasa kepada perusahaan
6. lebih murah biaya pelayanannya dari pada pelanggan baru, karena transaksinya sudah rutin.

Yang menentukan kualitas pelayanan adalah pelanggan, oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui sampai sejauh mana tingkat loyalitas pelanggan serta apa yang dapat dilakukan melalui survey secara periodik dan sistimatis, sehingga dapat mengetahui jumlah pelanggan yang tidak puas dan dalam hal apa ketidakpuasan pelanggan tersebut.

Dari uraian diatas dapat di katakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat loyalitas yang dirasakan oleh pelanggan. Apakah hal tersebut berlaku juga untuk hotel, dan seberapa besar pengaruhnya ?

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Pada Hotel & Restaurant Talagasari”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sepengaruh dengan hal diatas dan berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di muka, maka permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Hotel & Restaurant Talagasari ?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan Hotel & Restaurant Talagasari ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel & Restaurant Talagasari ?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Maranatha.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan di Hotel & Restaurant Talagasari.
2. Untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan Hotel & Restaurant Talagasari.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Hotel & Restaurant Talagasari.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.

- Kegunaan Teoritis

Pengembangan ilmu Ekonomi, khususnya Manajemen, lebih utama adalah Manajemen Pemasaran, lebih khususnya lagi tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan”.

- Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan berguna bagi pihak hotel yaitu Hotel & Restaurant Talagasari dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel kepada tamu-tamunya. Dengan demikian loyalitas pelanggan bisa terwujud dan tingkat hunian yang diharapkan oleh pihak hotel dapat meningkat atau tercapai.

- Untuk Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat di jadikan dasar bagi peneliti selanjutnya yang ingin membahas topik yang relatif sama dan ingin memperdalam apa yang telah dibahas dalam penelitian ini.

#### 1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut *Kotler* (2002;486) jasa adalah:

“...setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun...”

Penawaran dapat dibedakan menjadi 5 kategori :

1. barang berwujud murni

Tawaran hanya terdiri dari barang berwujud. Tidak ada jasa yang menyertai produk itu.

2. Barang berwujud yang disertai layanan

Tawaran terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau beberapa layanan mobil.

3. Campuran

Tawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama.

4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Tawaran terdiri dari satu jasa utama disertai jasa tambahan dan/atau barang pendukung.

5. Jasa murni

Tawaran hanya terdiri dari jasa.

Menurut *Kotler (2000;67)*, kualitas/mutu adalah:

”...keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan dinyatakan atau tersirat...”

Pelayanan berkualitas menunjukkan bahwa perusahaan berkinerja tinggi sehingga harapan konsumen terpenuhi, dengan kata lain pelayanan yang berkualitas dapat membuat konsumen merasa puas dan kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai alat ukur keberhasilan dari penyampaian jasa.

Menurut *Kotler* (2002;42) kepuasan adalah

“...perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya...”

### **1.6 Hipotesis**

Dengan kerangka pemikiran diatas, penulis beranggapan mempunyai tanggapan bahwa faktor-faktor dimensi kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan berwujud berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Hotel & Restoran Talagasari.