

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia akan faktor tempat hiburan, pendidikan, perdagangan, dll, arus mobilisasi pun mengalami peningkatan. Dampak dari arus mobilisasi ini adalah menjamurnya tempat-tempat penginapan baik itu hotel berbintang maupun hotel berstandar melati. Dalam situasi krisis moneter seperti sekarang ini, tempat penginapan berstandar melati lebih banyak dipilih dibandingkan dengan hotel berbintang, seperti yang dikutip oleh Harian Pikiran Rakyat, ” Tingkat hunian sejumlah hotel berbintang di Kota Bandung sekira 60% - 80%, sementara hotel kelas melati, terutama yang beberapa di antaranya berdekatan dengan pusat belanja dan jajanan, dalam kondisi *fully-booked*.”

Pada pengamatan kali ini, objek pengamatannya adalah sebuah tempat penginapan berstandar melati III yang bernama Hotel Cherry Homes. Hotel Cherry Homes merupakan salah satu usaha jasa penyedia tempat penginapan yang berlokasi di sekitar Pasteur. Penelitian dilakukan di tempat tersebut karena lokasinya tidak jauh dari Universitas Kristen Maranatha(UKM), dimana UKM adalah salah satu perguruan tinggi di Bandung yang para mahasiswanya banyak dari luar kota. Hal ini tentu saja peluang untuk hotel-hotel yang ada di sana, salah satunya adalah Hotel Cherry Homes. Sayangnya, lokasi dari Hotel Cherry Homes ini kurang strategis karena tidak terletak di jalan besar (yang dilalui kendaraan umum seperti angkot) tetapi hanya terletak di jalan yang lebarnya dapat masuk 2 mobil saja. Selain itu jalur masuk menuju Hotel Cherry Homes ada di Jalan Terusan Babakan Jeruk I yang sering macet dan Jalan Babakan Jeruk IV yang bila sudah jam 9 malam jalannya diportal. Dengan situasi seperti ini dimana banyak alternatif tempat penginapan lainnya yang menyediakan jasa dan pelayanan serupa maka Hotel Cherry Homes perlu membangun persepsi kualitas pelayanan yang baik di mata pelanggan. Dengan adanya persepsi yang baik di mata

pelanggan, maka diharapkan pelanggan dapat mengkonsumsi jasa yang ditawarkan Cherry Homes, dapat memberitahu pihak lainnya untuk menggunakan jasa penginapan di Cherry Homes, dan dapat mengikat kesetiaan pelanggan untuk selalu menggunakan Cherry Homes.

Jadi berdasarkan masalah-masalah di atas, penulis tertarik untuk mengadakan pengamatan dan penganalisisan persepsi kualitas Hotel Cherry Homes ini. Dari hasil analisa itu, penulis akan mencoba memberikan usulan-usulan perbaikan. Dengan demikian, melalui hasil analisis dan usulan-usulan yang diberikan, penulis berharap dapat bermanfaat bagi Hotel Cherry Homes.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil wawancara dengan pihak Hotel Cherry Homes dan kuesioner pendahuluan yang disebarakan kepada 60 responden (dengan pembagian : 30 responden pernah menginap di Hotel Cherry Homes dan 30 responden tahu tetapi belum pernah menginap di Hotel Cherry Homes), diketahui bahwa masalah yang terjadi yaitu:

1. Kebanyakan responden tidak merasa bahwa Cherry Homes lebih baik dari hotel lain (competitor) yang berstandar sama di daerah Pasteur. Jadi apabila harga dan fasilitas yang diberikan oleh pihak Cherry Homes sama dengan pesaingnya maka responden akan lebih memilih hotel lain yang memiliki persepsi lebih baik. Dari kuesioner pendahuluan yang telah disebarakan dapat diketahui hal-hal yang berpengaruh pada penilaian dan pemilihan sebuah hotel (Tabel 1.1).

Tabel 1.1
Hal –hal yang Berpengaruh Pada Penilaian dan Pemilihan Sebuah Hotel

No	Hal -hal apakah yang Anda perhatikan dalam memilih sebuah hotel	Jumlah	%
1	Fasilitas kamar yang disediakan cukup besar	30	7.69
2	Kebersihan hotel baik itu kamar hotel maupun lingkungan di dalam hotel	40	10.26
3	Ketersediaan tempat parkir yang luas	15	3.85
4	Adanya makan pagi untuk 2 orang dengan menu yang bervariasi	30	7.69
5	Pelayan hotel selalu siap melayani permintaan pengunjung	20	5.13

Tabel 1.1 (Lanjutan)
Hal –hal yang Berpengaruh Pada Penilaian dan Pemilihan Sebuah Hotel

No.	Hal -hal apakah yang Anda perhatikan dalam memilih sebuah hotel	Jumlah	%
6	Adanya office boy yang siap membawakan barang customer	20	5.13
7	Pemesanan kamar yang dilakukan jauh hari ditepati oleh hotel	20	5.13
8	Harga kamar sesuai dengan fasilitas yang diberikan	50	12.82
9	Pelayan hotel berpengalaman dibidangnya	10	2.56
10	Pelayan hotel mengetahui segala seluk beluk hotel	15	3.85
11	Pelayan hotel berpakaian seragam	10	2.56
12	Pelayan hotel selalu tersenyum pada pengunjung	2	0.51
13	Promosi yang ditawarkan hotel sesuai dengan kenyataannya	5	1.28
14	Keamanan tempat parkir terjaga	2	0.51
15	Barang customer di kamar hotel terjamin aman walaupun ditinggal pergi	20	5.13
16	Lokasi hotel dekat dengan jalan raya (mudah dijangkau)	35	8.97
17	Hotel mudah dihubungi	10	2.56
18	Ketersediaan tempat receptionist / customer service	10	2.56
19	Pihak hotel menerima kritik dan saran dari customer	1	0.26
20	Tersedianya pelayanan pemesanan kamar 24 jam	20	5.13
21	Tersedianya room service 24 jam	25	6.41
	Total	390	100

Sumber :Kuesioner Pendahuluan, 2007

- Berdasarkan data dari kuesioner pendahuluan diketahui bahwa Hotel Cherry Homes ini belum terlalu banyak dikenal karena kebanyakan responden mengetahui Hotel Cherry Homes sebab dekat dengan tempat kosannya atau diberitahu oleh temannya. Sedikit sekali responden yang menjawab berdasarkan pengalaman pribadi/orang tua/kerabat menginap di Hotel Cherry Homes (Tabel 1.3). Meskipun demikian, hasil dari *Top Of Mind* (Tabel 1.2) dan *Brand Recall* (Tabel 1.5) menunjukkan bahwa Hotel Cherry Homes merupakan tempat penginapan yang cukup diperhitungkan, tetapi karena kuesioner ini dibagikan pada kebanyakan mahasiswa yang bertempat tinggal tidak jauh dari Hotel Cherry Homes dan di Hotel Cherry Homes sendiri maka kesimpulan yang diperoleh tidak mutlak adalah benar.

Tabel 1.2
Top Of Mind Hotel Berstandar Melati 3 di Sekitar Pasteur

Pilihlah satu diantara hotel berikut : Hotel Chrysanta, Hotel Nyland, Hotel Cherry Homes, atau Hotel Le Aries	Jumlah	%
Hotel Chrysanta	8	13.33
Hotel Nyland	20	33.33
Hotel Cherry Homes	30	50.00
Hotel Le Aries	2	3.33
Total	60	100

Sumber :Kuesioner Pendahuluan, 2007

Tabel 1.3
Media yang Digunakan dalam Mengenal Sebuah Hotel

Darimana Anda mengetahui Hotel Cherry Homes ?	Jumlah	%
Teman	20	33.3333
Pengalaman pribadi/kerabat /orang-tua	8	13.3333
Dekat dengan tempat kos / tempat tinggal	32	53.3333
Total	60	100

Sumber :Kuesioner Pendahuluan, 2007

Tabel 1.4
Brand Recognition (Pengenal Merk) Hotel Cherry Homes

Apakah Anda mengetahui Hotel Cherry Homes ?	Jumlah	%
Ya saya tahu dan saya/kerabat pernah menginap di sana	30	50
Ya saya tahu tetapi saya/kerabat tidak pernah menginap di sana	30	50
Total	60	100

Sumber :Kuesioner Pendahuluan, 2007

3. Berdasarkan kuesioner pendahuluan, Hotel Cherry Homes memiliki kemampuan untuk mempertahankan kesetiaan pengguna jasanya sehingga mereka tidak menolak untuk kembali menginap di Hotel Cherry Homes. (Tabel 1.5). Tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa ada juga pengguna jasa yang menolak untuk untuk kembali menginap di Hotel Cherry Homes pada waktu yang akan datang. Oleh karena itulah, perlu diketahui hal-hal yang diperhatikan seseorang dalam memilih sebuah hotel dan yang dapat bertahan lama supaya konsumen tetap setia pada kita.

Tabel 1.5

Kesediaan Pengunjung Hotel Cherry Homes Untuk Kembali Menginap Di sana

Apakah Anda/kerabat/orangtua Anda bersedia untuk menginap di Hotel Cherry Homes kembali	Jumlah	%
Ya	25	83.33
Tidak	5	16.67
Total	30	100

Sumber :Kuesioner Pendahuluan, 2007

1.3 Perumusan Masalah

Masalah-masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Variabel apa saja yang digunakan untuk menentukan persepsi konsumen?
2. Bagaimana persepsi dan harapan konsumen terhadap Hotel Cherry Homes?
3. Bagaimana posisi Hotel Cherry Homes dibandingkan dengan para pesaingnya?
4. Usulan apa yang dapat diberikan untuk meningkatkan persepsi konsumen pada Hotel Cherry Homes?

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan pembahasan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, penulis membatasi masalah yang berkaitan dengan Hotel Cherry Homes ini, yaitu responden yang diamati adalah orang-orang yang pernah menginap di Hotel Cherry Homes dan mengetahui / pernah mendengar tentang Hotel Chrysanta, Hotel Nyland, dan Hotel Le Aries.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka dapat diketahui tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui variabel apa saja yang digunakan untuk menentukan persepsi konsumen.
- b. Mengetahui persepsi dan harapan konsumen pada Hotel Cherry Homes.

- c. Mengetahui posisi Hotel Cherry Homes dibandingkan dengan para pesaingnya.
- d. Mengetahui usulan yang dapat diberikan untuk meningkatkan persepsi konsumen pada Hotel Cherry Homes.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang terdapat pada penelitian ini , yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, maksud dan tujuan, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar belakang masalah berisi uraian latar belakang berisi latar belakang dilakukannya penelitian *perceived quality*

1.2 Identifikasi Masalah

Berisi masalah-masalah apa saja yang terjadi di lokasi yang diamati

1.3 Perumusan Masalah

Berisi masalah-masalah yang perlu dijawab, dan dianalisis.

1.4 Pembatasan Masalah

Berisi batasan-batasan terhadap penelitian ini sehingga penelitian yang dilakukan tetap terfokus.

1.5 Tujuan Penelitian

Berisi maksud dan tujuan mengapa penelitian '*perceived quality*' di lokasi pengamatan ini dilakukan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan berisi sistematika penulisan secara keseluruhan dan penjelasan singkat perbabnya.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori-teori yang digunakan untuk mendasari penelitian *perceived quality* ini.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi langkah-langkah dilakukannya penelitian untuk proses penyusunan tugas akhir dari awal-akhir.

BAB 4 : PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi data umum perusahaan, struktur organisasi dan data-data penunjang awal yang dibutuhkan untuk melakukan pengolahan data dan menganalisisnya.

BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi cara-cara mengolah data dengan metode *perceived quality* sehingga didapatkan suatu hasil yang akan dianalisis berdasarkan perumusan masalah yang ada di bab 1.

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan disertai pula masukan – masukan untuk Hotel Cherry Homes dalam hal perbaikan kualitas jasa.