

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia merupakan salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih lagi dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang membuat persaingan bisnis menjadi semakin sengit. Dampak dari globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian dapat menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin bertahan harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada konsumen untuk bertransaksi serta mendorong para konsumen tersebut untuk bertransaksi kembali.

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dapat dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Menurut Shifman dan Kanuk (2000) perilaku konsumen adalah perilaku yang

Bab I Pendahuluan

diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan mengabaikan produk, jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Industri jasa yang sedang marak sekarang ini adalah industri perhotelan. Jones Lang LaSalle Hotel pada muhammad fikri (2012) menyebut Indonesia, Thailand, dan Maladewa sebagai pasar potensial bisnis perhotelan di kawasan Asia Pasifik. Potensi besar ketiga negara ini disebabkan naiknya RevPAR (revenue per available room), besarnya minat investor, dan demand kunjungan yang tinggi. Indonesia menunjukkan demand yang kuat. Dari awal tahun hingga juni 2012, tercatat 17,5 juta wisatawan lokal dan 5,2 juta wisatawan mancanegara berwisata melalui bandara-bandara besar di indonesia. Bali dan Jakarta masih menjadi magnet bagi investor asing, akan tetapi investor asing terus mencari daerah potensial lain.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel dan restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler (2003) mendefinisikan jasa yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik.

Perkembangan jumlah hotel di Jakarta yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan di Jakarta menjadi sangat ketat. Dahulu fungsi hotel hanya

Bab I Pendahuluan

sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata yang tidak memiliki relasi ditempat tujuan. Namun dengan seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan, menurut Grolier Elektronik Publishing Inc. (1995) yang dikutip oleh Sulistiono (2010), hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Saat ini, seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, *launching* untuk produk baru suatu perusahaan, dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha hotel diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, beberapa diantaranya adalah kualitas pelayanan, lokasi, harga, dan fasilitas. Pada penelitian kali ini, penulis menitikberatkan pada fasilitas. Fasilitas turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas merupakan sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Menurut Sulistiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal di hotel. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus

Bab I Pendahuluan

memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Menurut Tjiptono (2006) persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas tersebut dimata pelanggan. Untuk membuktikan persepsi Tjiptono maka penulis akan meneliti dua hotel yang memiliki perbedaan pada fasilitas yang ditawarkannya untuk dapat mengetahui pengaruh fasilitas dimata pelanggan.

Hotel Syariah Marwah Taahirun merupakan hotel melati yang tidak memiliki fasilitas, hotel ini hanya memfokuskan usahanya hanya pada penginapannya saja tanpa didukung oleh fasilitas yang memadai yang dapat menarik minat pelanggan selain kamar untuk bermalam. Sedangkan, Hotel Sentra Boutique merupakan hotel bintang satu yang menawarkan banyak fasilitas didalamnya yang menjadi nilai lebih atau nilai tambah dari hotel tersebut yang ditujukan untuk menarik minat pelanggan. Kedua hotel ini berada pada lokasi yang berdekatan, dan harga yang ditawarkan oleh kedua hotel ini cenderung hampir sama.

Penelitian Terdahulu :

- Ari Budi Sulistiono telah melakukan penelitian yang berjudul “pengaruh kualitas, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan menginap” pada tahun 2010, studi kasus pada penelitian tersebut adalah Hotel Sronдол Indah, Semarang. Teknik analisis data yang digunakan oleh Sulistiono pada penelitiannya adalah regresi berganda. Dan hasil dari penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap variabel keputusan menginap sebesar 28%.

Bab I Pendahuluan

- Rudy Aryanto juga telah melakukan penelitian yang berjudul “analisis pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap proses pengambilan keputusan menginap” pada tahun 2013, studi kasus pada penelitian tersebut adalah Grand Asia Hotel, Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan oleh Aryanto adalah regresi berganda. Dan hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap variabel proses pengambilan keputusan menginap sebesar 13%.

Dari dua penelitian diatas dapat dilihat bahwa pada penelitian terhadap kedua hotel tersebut terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap variabel keputusan menginap. Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya para pelanggan yang akan menginap pada suatu hotel akan mempertimbangkan fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel tersebut. Tetapi seiring perkembangan zaman dan semakin maraknya usaha perhotelan yang terjadi belakangan ini, banyak hotel yang sengaja didirikan pada lokasi yang dianggap strategis karena berdekatan dengan area hiburan, area pertokoan, area wisata, area bisnis, dll. Sehingga para pelanggan yang hendak menginap pasti mencari lokasi yang paling strategis dari tempat tujuan mereka, dan tidak jarang pada suatu lokasi berdiri beberapa hotel yang berdekatan yang dapat dijadikan pilihan oleh para pelanggannya. Dari setiap hotel yang berbeda tersebut mungkin memiliki fasilitas yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui apakah para pelanggan tersebut memilih sebuah hotel dikarenakan terdapat fasilitas yang dianggapnya memiliki nilai lebih dari hotel tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan yang mungkin diperlukan oleh pelanggan atau sebaliknya.

Bab I Pendahuluan

Untuk dapat lebih memastikan anggapan tersebut, maka pada kesempatan kali ini penulis ini melakukan penelitian untuk menganalisis apakah fasilitas dapat mempengaruhi keputusan menginap seseorang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah yang dievaluasi oleh penulis adalah apakah fasilitas dapat mempengaruhi keputusan menginap atau tidak bagi pengguna hotel.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu penulis ingin menganalisis untuk dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh antara fasilitas yang ditawarkan/disediakan oleh hotel (Sentra Boutique dan Marwah Taahirun) terhadap keputusan menginap para pelanggannya.

1.4. Manfaat Penelitian

Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi manager hotel dalam mengembangkan fasilitas yang disediakan untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan ataupun sebagai bahan pertimbangan untuk menambahkan fasilitas pada hotelnya tersebut untuk kemudian dapat dijadikan pertimbangan pelanggan untuk menginap.