

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat (Zeithaml & Bit, 2003). Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin survive harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

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, 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 ketrampilan

staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler dan Amstrong (2004) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (intangibility) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan

Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Menurut Grolier Elektronik Publishing Inc. (1995) yang dikutip oleh Agus Sulastiyono (2006), 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 untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk

strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Pelayanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan pelayanan yang buruk (Orilio, 2005).

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjangkau konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. 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 hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan ia akan terus 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 jasa tersebut di mata pelanggan.

Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Menurut Murti dan Soeprihanto (1999) letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Mayoritas dari para pengguna jasa hotel adalah mereka yang berasal dari luar daerah yang sedang memiliki urusan disekitar hotel itu berada baik untuk tujuan wisata, bisnis ataupun hanya sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan mereka. Oleh karena itu lokasi hotel yang strategis

akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut. Kedekatan hotel dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. Menurut Heizer (2001) lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang.

Perkembangan perhotelan juga terjadi di Kota Padang, Pasca gempa Sumbar pada tahun 2009, industri perhotelan di kota Padang mulai bangkit. Berdasarkan data yang dihimpun dari Perhimpunan Hotel dan Restaurant Indonesia (PHRI), jumlah kamar hotel di Sumbar pasca gempa meningkat dari 2500 hingga 4000 kamar. Pertumbuhan jumlah kamar hotel ini harus diimbangi dengan peningkatan jumlah kunjungan.

Bermunculan sederetan hotel-hotel berbintang yang ada di kota Padang seperti Rocky Hotel, Grand Inna Muara, Basko Hotel, The Axana Hotel, Mercure, dan lainnya yang berlomba-lomba menawarkan berbagai fasilitas, kualitas pelayanan, dan kelebihan lainnya untuk memberikan nilai tambah pada pelayanan yang ditawarkannya.

Rumah Nenek Hotel & Restaurant adalah hotel bintang dua berkelas *boutique* pertama di kota Padang yang berlokasi di Jl. Batang Agam no.5 Padang. Hotel ini berkapasitas 10 kamar dengan 3 kelas yang berbeda, yaitu Deluxe Room, Suite Junior, dan Suite Room. Suasana yang hangat, bersih, cozy dan homy seakan

terpancar dari dalam ruangan kamarnya yang dilengkapi Ac, Tv Kabel, kipas angin, safety box mini bar, dan shower. Fasilitas yang tersedia pada hotel ini antara lain adalah Executive Lobby Lounge, Restaurant, Coffee Shop, 24 KTV Rooms, 24 hours Room Service, dan Meeting room..

Setiap perusahaan jasa dituntut memiliki pelayanan prima dalam menjalankan roda usahanya. Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, para pengusaha jasa biasanya berupaya sebisa mungkin untuk bertahan. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan menarik sebanyak mungkin pelanggan dan mempertahankannya. Keputusan pembelian timbul karena adanya penilaian objektif atau karena dorongan emosi, keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktifitas yang dipengaruhi faktor internal maupun eksternal. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi keputusan menginap konsumen, sehingga akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan jasa. Begitu juga dengan fasilitas yang ditawarkan, semakin lengkap fasilitas maka akan semakin tinggi keputusan menginap konsumen.

Tingkat persaingan yang tinggi di bidang jasa perhotelan menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan sehingga menuntut pihak hotel untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap serta menerapkan strategi-strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah tamu yang menginap. Imbas dari ketimpangan antara pertumbuhan jumlah hotel dan jumlah kunjungan wisatawan nampaknya juga berdampak pada hotel ini, terlihat

bahwa dalam beberapa tahun terakhir hotel ini mengalami pengurangan jumlah pengunjung yang cukup drastis.

Berikut data yang berhasil diperoleh mengenai jumlah penjualkamar di Hotel Rumah Nenek dalam 5 tahun terakhir:

Tabel 1.1
Jumlah Kamar yang Terjual
Periode 2009-2013

Tahun	Jumlah
2009	2031
2010	2214
2011	2561
2012	2317
2013	2192

Sumber :Rumah Nenek Hotel & Restaurant

Berdasarkan tabel diatas, selama periode tahun 2009-2013 jumlah kamar yangterjual cenderung mengalami penurunan.Pada tahun 2011penjualan kamarsempat mengalami kenaikan namun kembali mengalami penurunan pada tahun berikutnya.Penurunan jumlah kamar yang terjual di hotel ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak hotel dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah tamu yang cenderung mengalami penurunan ini.Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Sumbar, tingkat penghunian kamar (TPK) di Sumbar mencapai rata-rata 44,06 persen. Dilihat dari table jumlah kamar yang terjual di atas, pada tahun 2013 Rumah Nenek Hotel & Restaurant memiliki tingkat hunian sebesar 60,05%.

Dengan dilatar belakangi oleh beberapa teori, penelitian sebelumnya dan fenomena masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh

kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Rumah Nenek Padang. Menurut Payne (2000) pemasaran jasa merupakan proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menginap di hotel dengan variabel kualitas layanan, fasilitas, dan lokasi sebagai fokus dari penelitian, penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Pada Proses Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Rumah Nenek Hotel & Restaurant)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan pada proses keputusan menginap pada tamu Rumah Nenek Hotel & Restaurant?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas pada proses keputusan menginap pada tamu Rumah Nenek Hotel & Restaurant?
3. Bagaimana pengaruh lokasi pada proses keputusan menginap tamu Rumah Nenek Hotel & Restaurant?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan pada proses keputusan menginap tamu Rumah Nenek Hotel & Restaurant.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas pada proses keputusan menginap tamu Rumah Nenek Hotel & Restaurant.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi pada proses keputusan menginap tamu Rumah Nenek Hotel & Restaurant.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas layanan, fasilitas yang disediakan dan pemilihan lokasi sehingga bisa mempertahankan jumlah pelanggan dan bila perlu meningkatkan jumlah pengguna jasa perusahaan tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, dikemukakan mengenai latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian. Beberapa data disajikan pula dibab ini.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang konsep dan teori mengenai jasa, perilaku konsumen, keputusan menginap, kualitas pelayanan dan fasilitas. Dari konsep tersebut akan dirumuskan hipotesis dan akhirnya terbentuk kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang definisi operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data serta teknik analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan teknik analisis yang ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan hasil analisis tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas hasil penelitian dan saranyang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian