

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki berbagai jenis pariwisata yang dapat menarik wisatawan khususnya wisatawan mancanegara agar tertarik untuk berkunjung, ini yang menjadi salah satu alasan utama mengapa pertumbuhan hotel di Indonesia diprediksi signifikan.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisata

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2009	6.323.730 Orang
2010	7.002.944 Orang
2011	7.649.731 Orang

(Sumber : Badan Pusat Statistik 14 Februari 2012)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir. Tercatat kenaikan jumlah wisatawan dari tahun 2009 ke 2010 sebesar 10,74%, dan ditahun selanjutnya kenaikan sebesar 8,54% .Terdapat dalam grafik pada bulan yang sama dalam tiga tahun terakhir ini mempunyai peningkatan jumlah wisatawan yang serupa yaitu pada bulan Juli dan Desember.Hal ini dikarenakan banyaknya para wisatawan mancanegara yang mulai mengetahui potensi-potensi pariwisata yang berada di Indonesia.

Pariwisata juga merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan perekonomian di Jawa Barat, salah satunya pariwisata dalam bidang akomodasi perhotelan. Jawa Barat memiliki berbagai destinasi pariwisata yang tak kalah menarik dengan provinsi-provinsi lain yang tersebar di seluruh kawasan Indonesia.Hal ini berpengaruh terhadap tingkat penghunian kamar selama dua tahun terakhir, pernyataan tersebut dipertegas, Tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Tingkat Penghunian kamar di Jawa Barat Pada Tahun 2011-2012

Bulan	Tahun 2011	Tahun 2012
Januari	48,40%	50,15%
Febuari	48,47%	49,10%
Maret	48,91%	49,17%
April	49,57%	48,37%
Mei	49,76%	49,79%
Juni	52,93%	56,19%
Juli	59,59%	47,85%
Agustus	38,57%	32,29%
September	35,68%	Belum Diketahui
Oktober	48,51%	Belum Diketahui
November	43,68%	Belum Diketahui
Desember	48,67%	Belum Diketahui

(Sumber: Badan Pusat Statistik 2012)

Berdasarkan Tabel 1.2 bahwa tingkat penghunian kamar di Jawa Barat pada dua tahun terakhir mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya para wisatawan yang datang berwisata ke kawasan provinsi

Jawa Barat memilih untuk tidak menginap di tempat penginapan atau hotel. bahkan tidak menginap sama sekali dengan alasan mempunyai sanak keluarga di daerah yang mereka kunjungi. Namun demikian, hotel masih menjadi pilihan bagi sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke kawasan provinsi Jawa Barat, hal ini dipertegas dalam Tabel 1.2 di atas yang mana terdapat kenaikan presentase tingkat penghunian kamar pada bulan-bulan tertentu di tahun 2012.

Tabel 1. 3 Peringkat Situs Travel Online

Peringkat	Nama Situs Online Travel	Prasentase
1	ZenRooms	45 %
2	RedDrooz	34,4 %
3	AiryRooms	32,1 %
4	NiDrooms	28,6 %
5	OYORooms	16,4%

Sumber : W&S Marketshare, Popularity of Budget hotel sites in Indonesia, PT Nusaresearch, 2016.

Berdasarkan penelitian yang di lakukan W&S Marketshare, ZEN Rooms sebagai pesaing utama. Zen Rooms yang berada di urutan nomor 1 dengan penguasaan pasar sebesar 45%. Disusul tempat ke dua oleh RedDoorz dengan penguasaan 34,3%. lalu baru lah AiryRooms menempati urutan ke 3 dengan penguasaan sebesar 32,3%. Di bawah Airyrooms, ada NiD Rooms dan OYO Rooms, yang masing masing memperoleh penguasaan pasar sebesar 28,6% dan 16,4%.

Hotel adalah sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan serta memberikan pelayanan makanan dan akomodasi. Dilihat dari fungsi utamanya, produk utama yang dijual oleh usaha perhotelan adalah sewa kamar atau jasa penginapan. Sejalan dengan perkembangan tersebut, maka jika sebelumnya produk dan jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan sekarang sudah mengalami perkembangan. Konsumen mengharapkan sesuatu yang bukan hanya sekedar kamar menginap, namun mereka lebih mengharapkan hal lain seperti kondisi lingkungan yang menyenangkan, sopan santun dan rasa hormat dari seluruh karyawannya.

Hal tersebut dikarenakan hotel merupakan salah satu sarana penting dalam dunia pariwisata khususnya untuk memenuhi kebutuhan orang yang bepergian lebih dari sehari. Pengertian hotel sendiri menurut Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa hotel merupakan suatu tempat yang menyediakan pelayanan (jasa) penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya dimana pelayanan dan fasilitas tersebut diperuntukkan bagi masyarakat umum dengan tujuan dan dikelola secara komersial.

Di tengah kondisi perekonomian global yang lemah, peluang bisnis perhotelan di Indonesia justru berkembang. Selama beberapa tahun terakhir, hotel skala menengah dan hotel minimalis atau hotel ekonomis tumbuh pesat di sejumlah Kota di Tanah Air. (kompas.com, diakses 13 Oktober 2012)

Pada tahun 2012, pertumbuhan hotel di Indonesia diprediksi juga signifikan. Selain ditopang perekonomian yang kuat dan perkembangan wisatawan, perkembangan ini juga dipengaruhi oleh perkembangan hotel minimalis (budget hotel), hotel ekonomis (economic)

Tabel 1. 4 Tempat Penghuni Kamar

Klafikasi Bintang	Tempat Penghuni Kamar		
	Juni 2018	Mei 2019	Juni 2019
Bintang 1	40,22	32,49	38,48
Bintang 2	51, 89	41,80	51,39
Bintang 3	50,10	41,77	51,36
Bintang 4	55,40	46,53	56,54
Bintang 5	52,91	47,60	51,46
Seluruh Bintang	52,04	43,53	52,27

Sumber : Badan Stastik Pusat

Tingkat penghuni kamar hotel klafikasi bintang pada juni 2019 mencapai rata rata 52,27 persen atau naik 0.23 poin dibandingkan dengan tingkat penghuni kamar juni 2018 yang tercatat sebesar 52,04 persen demikian pula, jika dibanding tingkat penghuni kamar mei 2019 tingkat penghuni kamar. hotel klafikasi bintang pada juni 2019 mengalami kenaikan sebesar 8,74 point. Rata rata lama menginap tamu asing dan di Indonesia pada hotel klafikasi bintang selama juni 2019 tercatat sebesar 1,77 terjadi penurunan sebesar 0,08 point jika dibandingkan juni 2018.

Sebelum adanya kemunculan RedDrooz ada beberapa Hotel Budget yang menjadi pesaingnya RedDrooz yaitu AiryRoom,Traveloka dan pegipegi, RedDoorz, startup penyedia akomodasi budget berstandar disasi di Indonesia mengklaim memiliki jumlah hotel terbanyak di wilayah DKI Jakarta.

Pada didirikan tahun 2015 lalu, sampai saat ini perkembangan bisnis RedDoorz mulai memberikan hasil yang sangat baik dan positif. Hal ini terbukti dengan telah dimilikinya aset properti hasil kerjasama yang lebih dari 190 properti hotel budget.

Selain wilayah Jakarta, RedDoorz akan terus mengembangkan bisnisnya dan memperluas jaringan hotel budget di seluruh Indonesia. Terutama di kota-kota besar seperti Bandung, Surabaya, dan Bali. Seluruh wisatawan backpackers dapat langsung mengunjungi situs RedDoorz untuk mendapatkan informasi pilihan hotel budget terlengkap hanya di www.reddoorz.com.

Meskipun bisnis retail sejenis RedDrooz memang pada umumnya namun konsumen mengharapkan sesuatu yang berbeda. Perbedaan yang diinginkan oleh konsumen bukan sekedar penambahan aksesoris atau sedikit perubahan pada desain, namun lebih kepada fungsional dari suatu produk serta desain yang unik dan benar-benar berbeda dari yang lain.

RedDoorz merupakan jaringan penginapan *budget online* terbesar di Indonesia. Berfokus pada perkembangan penginapan dan distribusi penjualan secara *online*, RedDoorz akan memilih properti yang berpotensi untuk bekerja sama secara langsung dan terikat komitmen dengan *brand* RedDoorz. Setelah meningkatkan kualitas penginapan secara permanen untuk memenuhi standar utama – seperti kelengkapan fasilitas, tanggung jawab RedDoorz tidak berhenti sampai disitu saja. RedDoorz juga bertanggung jawab untuk membantu penjualan kamar secara *online* dan *offline* – termasuk penjualan skala besar seperti *corporate sales program*.

Disini ada fenomenan Reddrooz juga memiliki kekuarangan yaitu pertama kali dalam jasa pelayanan nya reddrooz kurang menanggapi dengan cepat keluhan para konsumen dan yang kedua selalu mengalami eror dalam setiap melakukan

pemesanan diaplikasi reddrooz dan harganya yang sering kali tidak sesuai yang dicantumkan di aplikasi reddrooz.

Selain itu karena banyak terdapat hotel pesaing yang berada di Jawa Barat penurunan pelanggan yang menginap di Hotel Budget diduga diakibatkan karena adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kualitas dari pelayanan pihak manajemen. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan, perusahaan dapat mengukur berdasarkan 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan jasa yang diantaranya buktifisik, kehandalan, dayatanggap, jaminan dan empati.

Tabel 1. 5 Keluhan Pelanggan

No	Keluhan Pelanggan	Jumlah Keluhan Orang
1	Kebersihan kamar hotel	3
2	Kerapian karyawan	5
3	Kecepatan dalam pelayanan	2
4	Keterampilan dalam tugas	5
5	Pelayanan sopan	2

Pada Tabel 1.5 Menunjukkan dari 5 variabel dimensi kualitas

pelayanan yaitu buktifisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan serta empati. Pada variabel bukti fisik keluhan berfokus pada kebersihan kamar hotel mendapat keluhan sebanyak 3 keluhan, dan keluhan pada kerapian karyawan sebanyak 5 keluhan. Tidak terdapat keluhan pada variabel kehandalan.

Pada variabel daya tanggap terdapat 2 keluhan terhadap kecepatan dalam pelayanan. Pada variabel jaminan terdapat keluhan sebanyak 5 keluhan yang terjadi pada keterampilan dalam tugas dan 2 keluhan yang terjadi pada pelayanan yang sopan. Dari hasil pengukuran 5 dimensi tersebut perusahaan harus melakukan evaluasi untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekurangan dalam perusahaan perusahaan dapat menentukan cara tepat dalam mengatasi permasalahan yang terjadi.

Kualitas pelayanan adalah suatu yang kompleks, dijelaskan bahwa tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai

tolak ukurnya, yaitu : Reliabilitas , Responsif , Kepastian(Jaminan), Empati , dan Nyata. Dari definisi tersebut, maka ditarik disimpulkan bahwa perusahaan tidak dapat mengklaim diri telah memberikan kualitas terbaik lewat produk atau jasa pada pada pelanggan, sebab yang dapat mengambil kesimpulan baik dan tidaknya kinerja sebuah produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan hanyalah konsumen dan pelanggan. Tidak berlebihan jika sering di katakan bahwa konsumen adalah raja.. Menurut (Haryanto,2014) Dalam Jurnal (Suryadharma & Nurcahya, 2015)

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Dari definisi di atas tersebut menjelaskan bahwa harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. Menurut Swastha (2010:147) Dalam Jurnal (Riyono & Budiharja, 2016).

RedDoorz dirasa memasang harga terlalu standar jika dibandingkan dengan pesaingnya . sebagai contoh harga yang ditetapkan RedDoorz adalah Rp 99.000,- – Rp 250.000,- Sedangkan harga hotel budget lainnya adalah Rp 150.000,- - Rp 350.000,- Perbedaan harga yang cukup jauh membuat responden merasa jika dari segi kualitas produk dengan harga yang diberikan kurang sesuai. Pada umumnya konsumen akan memilih harga yang terlebih rendah dengan kualitas produk yang sama.

Kepuasan Pelanggan menurut Khesavars et al (2018) adalah nilai yang dirasakan dan diperoleh dari seorang konsumen yang membeli sebuah produk tertentu. Kepuasan itu sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kata ‘kepuasan atau satisfaction’ berasal dari Bahasa Latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio”

(melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatu memadai’ Chandra et al (2018). Dalam jurnal (Nyoman et al., 2020)

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Kepuasan Jasa Penginapan RedDoorz Kota Bekasi ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemakai jasa penginapan di RedDoorz Kota Bekasi?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemakai jasa penginapan di RedDoorz Kota Bekasi ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pemakai jasa penginapan di RedDoorz di Kota Bekasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pemakai jasa penginapan di RedDoorz
2. Untuk mengetahui apakah harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pemakai jasa penginapan RedDoorz
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas dan harga memiliki secara signifikan terhadap pemakai jasa penginapan di RedDoorz.

1.4 Manfaat Peneliti

Adapun manfaat dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serata dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana *pengaruh kualitas pelayanan harga terhadap kepuasan jasa penginapan* dan kelak perusahaan dapat melakukan evaluasi dan memperbaiki jasa untuk meningkatkan suatu perusahaan penginapan.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan dapat digunakan sebagai tambahan referensi penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini fokus pada pokok permasalahan yang ada, dengan Kepuasan Pelanggan, Harga Terhadap Kepuasan Jasa Penginapan RedDoorz Bekasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mendapat gambar secara keseluruhan mengenai penulis dalam penelitian tersebut maka penulis disusun oleh peneliti sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun rumus masalah dan diuraikan yang tujuan penelitian, manfaat penelitian serta batasan masalah kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang ladasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dalam penelitian ini. lalu diuraikan juga dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian tersebut dan terakhir hipotesis

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang di gunakan dalam menganalisis data yang telah di peroleh

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran perusahaan , responden dalam objek penelitian , hasil analisis data dan pembahasan

BAB 5 : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan hasil analisis penelitian serta implikasi manajerial.

