

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata di Kota Bekasi kini semakin berkembang, hal tersebut terlihat dari pertumbuhan hotel di wilayah Kota Bekasi. Pertumbuhan sektor industri pariwisata menjadi salah satu investasi yang menarik perhatian investor baik dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu pertumbuhan industri pariwisata juga berperan penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi. Persaingan pada sektor pariwisata di kota Bekasi kini semakin ketat, banyaknya investor yang masuk sehingga menjadi daya tarik dalam bersaing. Salah satu bisnis yang akan berkembang pesat di kota Bekasi yaitu bisnis pada bidang jasa. Untuk memenangkan persaingan tersebut pelaku bisnis harus merencanakan strategi-strategi dan titik sasaran yang tepat dan memenuhi kebutuhan konsumen demi keberlangsungan bisnis tersebut.

Bisnis jasa khususnya di bidang perhotelan, merupakan salah satu industri jasa yang fluktuatif, karena tinggi rendahnya tingkat hunian hotel sangat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor dari luar perusahaan yang mencakup faktor sosial, ekonomi, dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor internal disini merupakan faktor dari dalam hotel itu sendiri seperti fasilitas fasilitas yang di sediakan dan kualitas pelayanannya.

Kota Bekasi lebih dikenal sebagai salah satu kota patriot di jawa barat, sehingga tidak jarang wisatawan yang menginap di hotel-hotel di Bekasi didasari oleh motif lain selain kebutuhan wisata, misalnya karena tugas kantor, keperluan bisnis dan sebagainya. Peningkatan berbagai fasilitas dan jasa pelayanan perhotelan ternyata memperkuat persaingan di kalangan para pengelola hotel dalam usaha menjaring konsumen dan mempertahankan para pengunjungnya.

Pada bidang jasa perhotelan yaitu salah satu akomodasi komersial yang menyediakan berbagai jenis layanan (*service*) seperti; pelayanan penginapan,

penyiapan makanan dan minuman bagi siapa saja yang memerlukannya. Persaingan diantara pengusaha hotel, dapat dilihat dengan adanya berbagai macam fasilitas tambahan yang ditawarkan oleh pihak hotel kepada konsumen, antara lain jasa transportasi, potongan harga pada hari-hari tertentu dan promosi lainnya yang membuat tamu tertarik untuk datang mengunjungi hotel. Tiap hotel akan berusaha memberikan nilai tambah yang berbeda terhadap produk jasa serta pelayanan yang diberikan kepada para tamu (pengunjung). Hal ini dilakukan karena adanya kenyataan bahwa konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi akan mencari penyedia barang atau jasa dari perusahaan lain yang mampu memuaskan kebutuhannya. Sangat penting bagi pihak hotel mempunyai keunggulan kompetitif. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, maka pihak hotel dituntut untuk memuaskan konsumennya. Sehingga strategi yang didasarkan pada komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memuaskan konsumen secara terus menerus. Dengan nilai tambah inilah yang akan membuat satu hotel berbeda dari yang lainnya dan membuat konsumen percaya dan yakin terhadap keunggulan yang diberikan hotel tersebut yang akhirnya menyebabkan mengapa orang punya alasan sendiri memilih hotel itu dan akan mempunyai komitmen untuk memilih hotel itu kembali dibanding dengan hotel yang lainnya

Saat ini zaman semakin canggih segalanya dapat dimudahkan dengan teknologi, berkembangnya jumlah pengguna internet dapat mendorong perkembangan perdagangan di Indonesia melalui jaringan atau *website* sehingga kebutuhan ini akan sangat membantu untuk para konsumen yang memiliki keterbatasan waktu. Maka dari itu konsumen akan mencari tahu atau menelusuri informasi produk atau jasa secara lengkap melalui internet dan akan melakukan transaksi pembelian kamar hotel melalui internet atau konsumen dapat melihat situs yang saat ini sudah banyak ditawarkan. Seperti saat ini banyak sekali yang menawarkan *online travel agent* dimana konsumen akan dengan mudah memesan tiket pesawat dan kamar hotel menggunakan situs tersebut dengan harga yang lebih murah dan promosi menarik yang ditawarkan

Banyak faktor yang menyebabkan lesunya tingkat penjualan kamar hotel salah satu contohnya seperti pelayanan yang kurang maksimal yang kita berikan

kepada tamu dimulai dari tamu saat membuat *reservation* (check in) .disaat tamu menginap (stay). disaat tamu meninggalkan kamar hotel (check out) selain itu juga fasilitas yang disediakan oleh pihak hotel kepada tamu yang menginap seperti tempat parkir, *laundry* dan restaurant apakah sudah sesuai dengan kepuasan yang diinginkan pihak tamu yang menginap di hotel Odua Bekasi. Di tambah lagi banyak tamu yang komplain terhadap fasilitas hotel odua yang tidak memadai dengan ukuran kamar yang sempit dan wifi yang disediakan sering sekali mengalami gangguan dengan parkir yang tidak luas karena hotel Odua bekasi memang memiliki bangunan seperti layaknya kos-kosan.

Hal seperti ini membuat tamu tidak puas mengenai fasilitas yang tersedia di hotel Odua bekasi, melalui media *online* seperti traveloka salah satunya tamu hotel Odua Bekasi mengatakan “Sprei kotor banget, kamar mandi lembab, AC bunyi. Tidak banget deh.” Ada pula yang mengeluhkan mengenai pelayanan seperti yang di tuliskan Alexius N.AW “Pertama, kamarnya sangat sempit, tidak ada meja rias atau meja untuk sekedar meletakkan peralatan kerja seperti laptop. Kedua, karyawan sangat malas, Kami memesan makanan kemudian piring kotor tidak diambil selama 2 hari. Padahal kami sudah mengingatkan front office hingga 3 kali. Ketiga, harga dan fasilitas yang didapat tidak sesuai. Keempat, gelap dan kondisi sekitar kamar kotor. Kelima, parkir sangat sempit. Kelebihannya, sangat dekat dengan stasiun.” masih banyak lagi kritikan mengenai pelayanan dan fasilitas yang tersedia

Hotel Odua Bekasi merupakan hotel berbintang dua dengan 2 tipe kamar yaitu :

Tabel 1. 1 Tipe dan jumlah kamar Hotel Odua Bekasi

No	Tipe Kamar	Room Rate	Jumlah
1	SUPERIOR	280.000	56
2	DELUXE	350.000	20
TOTAL			76

Sumber: Hotel Odua Bekasi , 2017

Hotel Odua Bekasi selalu berusaha untuk memberikan pelayanan berkualitas dengan fasilitas yang sudah tersedia. Di lihat dari letaknya Hotel Odua Bekasi sangat strategis sekali karena terletak di tengah kota dengan akses yang mudah untuk sampai ke lokasi tersebut dan hotel Odua Bekasi sangat dekat dengan pusat perbelanjaan, perkantoran, rumah sakit, Polres kota Bekasi serta transportasi khususnya stasiun Bekasi.

Dalam penjualan kamar hotel juga tidak mudah karena banyak pesaing yang tak kalah dalam segi harga, promosi dan fasilitas seperti saat ini di Bekasi ada hotel Amaris, Green hotel dan red planet yang dimana hotel tersebut merupakan *competitor* hotel Odua Bekasi. Karena pada dasarnya *brand Image* memiliki kemampuan yang tidak dapat diabaikan dalam meningkatkan daya saing perusahaan sehingga pemberian merek merupakan masalah utama dalam pengembangan strategi pemasaran suatu produk dan jasa. Maka itu harga, promosi, pelayanan, fasilitas, keamanan dan kenyamanan harus diberikan dengan kualitas terbaik agar selalu dikenal dan di percaya oleh konsumen. Dari informasi yang sudah di paparkan di atas, diketahui bahwa hotel Odua Bekasi berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara melakukan peningkatan pelayanan yang lebih baik dengan harapan akan dapat menarik lebih banyak pengunjung untuk meningkatkan penjualan kamar hotel dalam peningkatan jumlah hunian kamar. Hotel Odua Bekasi lebih berfokus pada faktor-faktor yang berkaitan dengan harga, promosi dan kepercayaan konsumen pada keputusan booking hotel di Odua Bekasi.

Pada dasarnya hotel yang baik memang harus mempertahankan banyak aspek penting di dalam pemasarannya seperti promosi yang menarik. Jika hotel tersebut tidak memperhatikan aspek penting yang menunjang keunggulannya, maka calon konsumen tidak akan tertarik bahkan pelanggan akan meninggalkan hotel tersebut.

Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen sesuai dengan kebutuhannya. Karena keberhasilan suatu hotel dalam bidang jasa tergantung dari harga atau *rate* hotel yang diawarkan. Bukan hanya harga yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memutuskan pemesanan kamar hotel

tetapi promosi juga menjadi daya tarik tersendiri untuk konsumen seperti promosi yang muncul di dunia maya, media cetak dan internet selain itu promosi yang di tawarkan harus menarik dan meyakinkan konsumen agar konsumen percaya akan jasa yang kita tawarkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diutarakan di atas, maka penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kamar di hotel Odua Bekasi

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang telah diajukan di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel Odua Bekasi
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel Odua Bekasi?
3. Diantara faktor fasilitas dan kualitas pelayanan manakah yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hotel Odua Bekasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan di atas maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di hotel Odua Bekasi.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui diantara faktor fasilitas dan pelayanan manakah yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hotel Odua Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan pengetahuan terhadap meningkatkan penjualan Hotel Odua Bekasi di Kota Bekasi :

1. Menjadi masukan bagi praktisi khususnya Hotel Odua Bekasi dalam mengambil suatu keputusan

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan topik dalam penelitian ini.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat ini perlu dibatasi variabelnya.

Kepuasan pelanggan mempengaruhi Fasilitas dan Kualitas pelayanan terhadap pada Hotel Odua Bekasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini dibagi ke dalam lima bab. Adapun masing-masing bab tersebut terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab 1 pendahuluan memberikan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang melandasi penelitian, rumusan masalah yang menjadi pertanyaan pada penelitian, tujuan dan manfaat yang diperoleh dalam penelitian serta menjelaskan batasan masalah pada penelitian dan sistematika pada penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya dan mode konseptual penelitian pada umumnya yang meliputi kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Profil organisasi perusahaan (bila ada), hasil analisis data pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan kesimpulan serta saran yang di berikan penelitian, berdasarkan pembahasan yang sudah dijelaskan pada bab yang sudah diuraikan.

