

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Permasalahan

Dewasa ini bisnis perhotelan semakin tumbuh dan berkembang di Indonesia. Salah satu indikator yang dapat dilihat adalah adanya peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 15,1 persen pada triwulan I / 2008 terhadap triwulan I tahun 2007 yang terjadi pada sektor perdagangan, hotel, dan restoran. ([www.bps.go.id/ Press Releases Gross Domestic Product.htm](http://www.bps.go.id/Press_Releases_Gross_Domestic_Product.htm), diakses 3 Maret 2008, pukul 14 .32 wib).

Tabel 1.1 Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2006-2007 dan Triwulan I 2007-2008 (Persentase)

Lapangan Usaha	2006	2007	Triwulan I	
			2007	2008
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan	13,0	13,8	13,6	14,6
2. Pertambangan dan Penggalian	11,0	11,2	11,2	10,9
3. Industri Pengolahan	27,5	27,0	27,0	27,1
4. Listrik, Gas, dan Air Bersih	0,9	0,9	0,9	0,8
5. Konstruksi	7,5	7,7	7,6	7,8
<b>6. Perdagangan, Hotel, dan Restoran</b>	<b>15,0</b>	<b>14,9</b>	<b>14,9</b>	<b>15,1</b>
7. Pengangkutan dan Komunikasi	6,9	6,7	6,6	6,5
8. Keuangan, Real Estat, dan Jasa Perusahaan	8,1	7,7	8,0	7,5
9. Jasa-jasa	10,1	10,1	10,2	9,7
PDB	100,0	100,0	100,0	100,0
PDB Tanpa Migas	88,9	89,5	89,8	89,2

(Sumber: [www.bps.go.id/ Press Releases Gross Domestic Product.htm](http://www.bps.go.id/Press_Releases_Gross_Domestic_Product.htm), diakses 3 Maret 2008, pukul 14 .32 wib)

Indikator lain adalah bangkitnya industri pariwisata di Indonesia yang sejak adanya peristiwa pengeboman di Bali mengalami penurunan. Data menunjukkan bahwa secara kumulatif (Januari-Maret), jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2008 mencapai 1.405.456 orang yang berarti meningkat 15,68 persen dibanding jumlah wisman pada periode yang sama tahun 2007 sebesar 1.214.986 orang. ([www.bps.go.id/ Press Releases Tourism and National Transports.htm](http://www.bps.go.id/Press_Releases_Tourism_and_National_Transports.htm), diakses 3 Maret 2008, pukul 15.12 wib). Apalagi pada tahun 2008 ini pariwisata Indonesia sedang melakukan program “*Visit Indonesia Year 2008*” yang menargetkan kunjungan sekitar 7 juta wisatawan, maka semakin banyak wisatawan yang datang ke Indonesia. Hal ini akan berdampak pada masuknya investasi asing pada bisnis perhotelan. ([www.joneslasallehotels.com](http://www.joneslasallehotels.com), diakses 16 Desember 2007, pukul 13.24 wib)

Dengan pertumbuhan ini berarti tingkat persaingan antar hotel akan semakin ketat. Dalam keadaan seperti ini, maka sangat penting bagi setiap hotel untuk semakin memfokuskan diri pada pelayanan yang berorientasi kepada pelanggan. Doyle (2000:71) mengatakan bahwa dalam menciptakan nilai bagi pelanggan hal yang perlu diperhatikan adalah kemampuan perusahaan melayani dan memuaskan kebutuhan pelanggan pada produk dan jasa yang ditawarkan. Pelanggan tidak menginginkan produk atau jasa semata-mata demi kepentingannya sendiri, melainkan lebih kepada pemenuhan akan keinginan mereka.

Pelayanan yang baik akan berdampak kepada kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas akan dapat memberikan dampak positif bagi pemasar. Menurut Kotler dan Keller (2006:137) alasan utama mengapa memuaskan pelanggan adalah hal yang penting adalah karena pelanggan yang

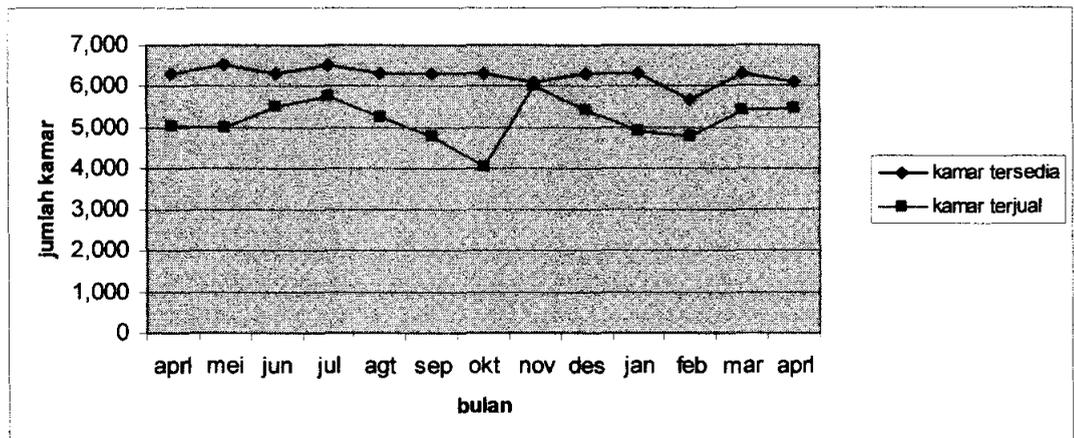
puas akan tetap setia dalam waktu yang lebih lama, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru, membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya, memberi perhatian yang lebih sedikit kepada merek dan iklan para pesaing serta kurang peka terhadap harga. Hal lain adalah pelanggan yang puas akan memberikan ide tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan membutuhkan biaya yang lebih rendah dibandingkan jika perusahaan mencari pelanggan baru.

Lovelock dan Wirtz (2007:420) mengatakan bahwa adalah penting untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan beberapa aspek kualitas layanan. Salah satu alat ukur kepuasan konsumen adalah dengan menggunakan metode *SERVQUAL*. Metode *SERVQUAL* dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988:12) merupakan metode dalam mengukur kualitas pelayanan dalam bidang jasa. Metode ini dibagi kedalam lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu dimensi *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibel* (bukti fisik).

Pengukuran tingkat kepuasan ini dirasakan sangat penting untuk diterapkan oleh Surabaya Plaza Hotel yang bergerak dalam industri perhotelan. Hal ini diperlukan agar Surabaya Plaza Hotel mengetahui sampai di mana tingkat kepuasan pelanggan dan semakin memantapkan diri sebagai hotel yang terdepan dalam pelayanan.

Untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, Surabaya Plaza Hotel menerapkan motto "*Yes, I Care!*". Arti dari filosofi "*Yes, I Care!*" berarti "Peduli dengan kepentingan Tamu". Hal ini tentu saja merupakan komitmen manajemen untuk selalu menjadikan pelanggan sebagai "boss" bagi perusahaan. Peningkatan kualitas layanan akan sangat bermanfaat pada peningkatan tingkat

hunian kamar di Surabaya Plaza Hotel. Diharapkan dengan peningkatan kualitas layanan akan menyebabkan tingkat hunian (*room night production*) menjadi tinggi, namun data menunjukkan sejak April 2007 sampai dengan April 2008 tingkat hunian mengalami fluktuasi



Gambar 1.1 Perbandingan Kamar Tersedia dan Kamar Terjual Bulan April 2007 sampai dengan April 2008  
(Sumber: Manajemen SPH, Olahan, 2008)

Di sisi lain tingkat persaingan yang sangat ketat antar hotel berbintang di Surabaya saat ini telah menjadi persaingan yang bersifat *head to head* (berhadapan) untuk saling menonjolkan keunggulan produk dan pelayanan antar hotel. Data menunjukkan bahwa sampai pada tahun 2007 jumlah hotel bintang tiga, bintang empat dan bintang lima di Surabaya mencapai 24 hotel ([www.jatim.go.id/info\\_layan.php](http://www.jatim.go.id/info_layan.php), diakses 20 Mei 2008, pukul 13.12 wib). Pada tahun 2008 sedikitnya empat hotel baru dengan total 616 kamar siap meramaikan persaingan hotel bintang lima di Surabaya sehingga kompetisi bisnis perhotelan ke depan semakin ketat. Empat hotel baru yang akan segera di-*launching*, yaitu Arya Duta Hotel (*City Of Tommorow*) 266 kamar, *Town Square* Hotel 120 kamar, perubahan Paragon apartemen menjadi Paragon Hotel 230 kamar ([www.bisnis.com/616 Kamar Baru di Surabaya Ramaikan Persaingan Sektor Perhotelan.htm](http://www.bisnis.com/616_Kamar_Baru_di_Surabaya_Ramaikan_Persaingan_Sektor_Perhotelan.htm), diakses 3 Maret 2008 pukul 15.15)

Dengan tingkat persaingan yang sangat ketat, masing-masing hotel berusaha menawarkan promosi, harga dan fasilitas yang kompetitif. Namun *competitive advantage* yang harus tetap dipertahankan bahkan harus ditingkatkan, yaitu kualitas layanan. Kualitas layanan akan membedakan antara satu hotel dengan hotel lain. Menurut Zeithaml dan Bitner (2004:80) jika perusahaan melakukan kualitas layanan sebagai *competitive advantage*, maka perusahaan harus selalu menyediakan kualitas layanan di atas rata-rata. Namun level kualitas layanan di atas rata-rata pun masih belum cukup, karena pesaing akan dengan cepat menirukan hal tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas layanan setiap saat agar dapat memenangkan persaingan. Lovelock dan Wirtz (2007:371) mengatakan jika kualitas layanan baik maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi dan hal ini merupakan modal utama sebagai salah satu indikator terhadap loyalitas pelanggan.

Sejalan dengan hal tersebut, peneliti ingin menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya Plaza Hotel. Oleh karena itulah maka dalam penelitian ini, penulis mengambil judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Surabaya Plaza Hotel “.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah dimensi *SERVQUAL* yang terdiri dari dimensi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya Plaza Hotel ?

2. Apakah dimensi *SERVQUAL* yang terdiri dari dimensi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya Plaza Hotel ?
3. Dimensi *SERVQUAL* manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya Plaza Hotel ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya Plaza Hotel
2. Untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya Plaza Hotel
3. Untuk mengetahui dan menganalisis dimensi kualitas layanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya Plaza Hotel.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Diharapkan hasil kajian dapat dipakai sebagai kontribusi yang dapat menambah, memperkaya atau memperluas wawasan di bidang ilmu pengetahuan khususnya pada bidang ilmu manajemen stratejik dan pemasaran.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan sebagai bahan masukan bagi para peneliti selanjutnya yang ingin melakukan kajian yang sejenis dengan tujuan memperluas atau melanjutkan serta mengembangkan bidang kajian yang sudah ada.

### 3. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil kajian dapat memberikan manfaat bagi manajemen Surabaya Plaza Hotel untuk selalu memberikan kualitas layanan yang terbaik bagi pelanggan.