

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Widyawati jasa perhotelan merupakan salah satu akomodasi komersial yang menyediakan berbagai jenis layanan (*service*) seperti layanan penginapan, penyiapan makanan dan minuman untuk siapa saja yang membutuhkan. Sewa kamar tamu jasa penginapan menjadi produk utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan, seiring dengan terjadinya perkembangan kini konsumen lebih mengharapkan sesuatu yang bukan hanya sekadar kamar menginap, namun mereka lebih mengharapkan hal lain seperti pelayanan dan kualitas layanan tersebut.¹ Kunjungan/hunian dalam bidang perhotelan sangat tergantung pada pelayanan jasa yang diberikan hotel tersebut. Hotel dalam menawarkan jasanya harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya yang memiliki kebutuhan, keinginan dan karakteristik yang berbeda-beda.²

Dalam setiap kegiatan bisnis sehari-hari, kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk barang dan jasa bagi konsumen. Memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah, utamanya untuk produk berupa jasa.

Kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi

¹ A.A Sg. Istri Ratih Pratiwi dan I Made Jetra, *Kepuasan Tamu yang Menginap di The OASIS Boutique Beach Resort And SPA Tanjung Benoa Kab. Badung*, (2012), h 2

² Darmawan Erlangga dan Kristina Sisilia, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image (Studi Pada Hotel Nusantara Di Bandar Lampung)*, h 2

di antara konsumen dan terdapat kontak personal dengan jasa tersebut. Jika konsumen merasa kualitas jasa yang diterimanya sesuai dengan apa yang diinginkannya, maka konsumen akan merasa puas, atau kepuasan konsumen bisa tercapai. Sebaliknya, jika konsumen menganggap kualitas jasa yang diterimanya tidak seperti yang diinginkannya, maka kepuasan tidak tercapai.³

Menurut Mattila pelanggan yang mengalami kegagalan dalam menerima kualitas pelayanan, cenderung akan memberikan informasi negatif kepada orang lain terhadap jasa tersebut. Informasi negatif mengenai suatu perusahaan akan berdampak pada citra perusahaan tersebut dimata pelanggan sehingga pelanggan beralih menggunakan produk pesaingnya.⁴ Citra perusahaan adalah pandangan masyarakat/persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan yang berupa persepsi positif yang bisa mempengaruhi pemasaran suatu perusahaan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan terjadi setelah mengkonsumsi barang/jasa yang dibelinya. Konsumen umumnya mengevaluasi pengalaman penggunaan suatu produk untuk memutuskan apakah mereka akan menggunakan kembali produk tersebut. Setelah mengkonsumsi barang/jasa untuk pertama kalinya, konsumen menilai tindakan dan pengalaman yang diperolehnya untuk menentukan tingkat kepuasannya.⁵

³ Niken Widyastuti, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Harris dan op Hotels Denpasar*, (Vol. 23, No. 2, 2015), h. 1

⁴ A.A Sg. Istri Ratih Pratiwi dan I Made Jetra, *Op.Cit*, h. 3

⁵ Sera Prasetya dan Mariaty Ibrahim, *Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Menginap Di Alpha Hotel Pekanbaru*, (Vol. 4 No. 2, 2017) h. 3

Salah satu hotel yang ada di Bukittinggi yaitu Hotel Mersi (Merapi Singgalang) yang terletak di tempat yang strategis yaitu di Jl. Tuanku Nan Renceh No. 30 Bukittinggi, Sumatera Barat dekat dengan pusat kota dan dekat dengan objek-objek wisata seperti Jam Gadang, Panorama, Lobang Japang dan lain-lain. Hotel Mersi dapat menjadi salah satu alternatif tempat menginap bagi anda yang berkunjung ke Bukittinggi. Hotel Mersi merupakan hotel berbintang dua.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Meri Eka Putri Asist Operasional Leader Hotel Mersi, pihak hotel harus bisa memberikan pelayanan dan menanamkan citra hotel yang baik kedalam benak konsumen. Setiap konsumen pasti ingin mendapatkan kualitas pelayanan yang bagus dari hotel tempat mereka menginap atau mengadakan acara, dengan memberikan kamar yang layak huni kepada konsumen dengan interior kamar yang nyaman, cepat menanggapi keluhan konsumen, menu makanan yang ditawarkan, dan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Di Hotel Mersi kualitas pelayanan sangat diperhatikan oleh Genderal Manejer dan para karyawan Hotel Mersi, mulai dari pengunjung *check in*, menu sarapan yang diberikan hotel, kamar yang akan digunakan oleh pengunjung dan lain-lain. Demi kenyamanan konsumen, Hotel Mersi berusaha meminimkan keluhan dan cepat mengatasi keluhan konsumen.⁶

⁶ Meri Eka Putri, Asist Operasional Leader, Bukittinggi 15 Maret 2108

Menurut Isramaidi salah satu pengunjung/konsumen yang menginap di Hotel Mersi Bukittinggi menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan hotel, seperti karyawan yang ramah, *on time*, dan Hotel Mersi merupakan hotel yang baru tapi bisa memberikan pelayanan dan citra yang baik bagi pengunjung.⁷

Tingkat hunian Hotel Mersi Bukittinggi tiap bulan tidak stabil. Hal ini menjadi perhatian bagi pihak manajemen hotel untuk meningkatkan tingkat hunian yang fluktuatif ini.

Tabel 1.1
Data Tingkat Hunian Hotel Mersi Bukittinggi Tahun 2017
(jumlah kamar yang tersedia 21)

Bulan	Jumlah Kamar yang terjual/bulan	Persentase Occupancy	Jumlah Pengunjung
Januari	371	59,17%	742
Februari	395	67,18%	790
Maret	487	74,81%	974
April	439	71,38%	878
Mei	476	73,57%	952
Juni	276	44,73%	552
Juli	479	73,58%	958
Agustus	410	63,96%	820
September	429	68,97%	858
Oktober	460	71,54%	920
November	529	85,2%	1058
Desember	695	84,1%	1390
Jumlah			10892

Sumber : *Laporan Occupancy Hotel Mersi Bukittinggi tahun 2017*

Occupancy adalah situasi di mana jumlah kamar terjual dibandingkan dengan jumlah kamar yang dapat dijual. Memahami occupancy ratio merupakan ukuran keberhasilan dalam menjual Hotel. Dari data tabel 1.1 persentase occupancy di Hotel Mersi tiap bulan berbeda-beda, tergantung dari

⁷ Isramaidi, Pengunjung, Bukittinggi, 18 Juli 2018

jumlah kamar yang dihuni oleh pengunjung (terjual). Ukuran target untuk persentase occupancy tergantung situasi pasar saat itu. Rumus yang digunakan untuk menghitung occupancy adalah (per bulan) :

$$\text{occupancy} = \frac{\text{jumlah kamar terjual}}{\text{jumlah hari dalam satu bulan} \times \text{jumlah kamar yang tersedia}} \times 100\%$$

Berdasarkan dari tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat hunian Hotel Mersi selama tahun 2017 tidak stabil. Dari data ini penulis tertarik melakukan penelitian untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada Hotel Mersi terhadap kepuasan pelanggan agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung ke Hotel Mersi.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengangkat judul proposal penelitian mengenai **“Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Mersi Bukittinggi”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Hotel Mersi di Bukittinggi?
2. Bagaimanakah hubungan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Hotel Mersi di Bukittinggi?
3. Bagaimanakah hubungan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Hotel Mersi di Bukittinggi?

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini yaitu pada kepuasan pelanggan dan citra perusahaan yang diberikan oleh karyawan yang menginap di Hotel Mersi Bukittinggi dari bulan Januari 2017-Desember 2017.

D. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan yang menginap pada Hotel Mersi Bukittinggi.

Sedangkan tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Hotel Mersi di Bukittinggi.
2. Mengetahui hubungan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Hotel Mersi di Bukittinggi.
3. Mengetahui hubungan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Hotel Mersi di Bukittinggi.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan manfaat terhadap berbagai pihak diantaranya:

1. Bagi penulis, salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, serta menambah wawasan penulis tentang masalah pengaruh pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pengguna jasa di Hotel Mersi Bukittinggi.

2. Manfaat bagi pengelola dan karyawan Hotel Mersi Bukittinggi. Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan pelayanan dengan memperhatikan kepuasan pengunjung serta sebagai sumber informasi yang berguna untuk menentukan strategi dalam pengelolaan jasa pelayanan hotel sesuai dengan kebutuhan pengunjung ketika menggunakan jasa hotel.

