

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Provinsi Lampung sedang berbenah untuk menyiapkan puluhan objek wisata alam sebagai daya tarik utama agar para turis melancong ke daerah ini. Keberadaan Jalan Tol Trans Sumatra (JTTS) yang telah dicanangkan pembangunannya oleh Presiden Joko Widodo pada 30 April 2015 lalu, dipastikan akan memicu pembangunan sarana dan prasarana wisata di Lampung tumbuh makin pesat. Peningkatan potensi wisata serta perbaikan sarana prasana ini akan berdampak pada tingginya kunjungan wisatawan baik lokal maupun internasional untuk melakukan perjalanan ke Lampung baik dalam kepentingan liburan ataupun bisnis.

Fenomena perkembangan wisata Lampung bisa dilihat dari peningkatan jumlah wisatawan ke daerah ini. Sepanjang 2016, Dinas Pariwisata Provinsi Lampung mencatat kunjungan wisatawan domestik dan asing mencapai 7,5 juta orang. Padahal, jumlah kunjungan wisatawan ke Lampung pada 2015 hanya 5,5 juta orang. Lampung menjadi destinasi wisata yang makin terbuka, sehingga para investor makin tertarik berinvestasi di daerah ini. Hal ini tentu dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk mendirikan hotel-hotel, terbukti sejak 2015-2016 berdiri 12 hotel di Kota Bandar Lampung, ibu kota Provinsi Lampung.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan, desain bangunan, lokasi yang strategis, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta dikamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas, pelayanan dan lokasi merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan pelayanan yang dijual adalah

keramahan dan keterampilan staff atau karyawan hotel dalam melayani konsumen. Persaingan bisnis perhotelan di Lampung adalah salah satu fenomena yang menarik untuk kita simak, hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah kamar untuk setiap hotel berbintang dan tingkat hunian. Pesatnya pertumbuhan bisnis hotel mengakibatkan tingkat persaingan antar hotel yang tinggi dan menimbulkan kekhawatiran antar pelaku bisnis. Sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa, bisnis perhotelan harus berusaha sebaik mungkin dalam menarik minat kunjung sebanyak mungkin orang, khususnya melalui strategi-strategi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan, karena dengan memuaskan pelanggan perusahaan akan mampu bersaing atau mengungguli pesaingnya. Dalam memasarkan barang atau jasa perusahaan selalu berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan para pelanggan lama dan baru. Oleh karena itu penjualan perlu menguasai unsur-unsur kecepatan, ketepatan, keamanan, keramah tamahan, dan kenyamanan. Kebutuhan pelanggan perlu diidentifikasi secara jelas, sebagai bagian dari pengembangan produk untuk melampaui harapan pelanggan, dan bukan sekedar memenuhinya oleh karena itu dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan harus berkualitas (Tjiptono, 2012:74).

Dalam pengukuran kepuasan pelanggan, penulis menggunakan dua metode yaitu metode Importance Performance Matrix (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Pada teknik Importance Performance Matrix (IPA), responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada Importance Performance Matrix (IPA), yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari indikator-indikator

produk/jasa. Menurut Sugiono (2014), pengukuran terhadap indeks kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction Index) diperlukan karena hasil dari pengukuran tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran di tahun-tahun mendatang. Tanpa adanya indeks kepuasan pelanggan tidak mungkin top management dapat menentukan target dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu indeks juga diperlukan karena proses pengukuran kepuasan pelanggan bersifat kontinu.

Whiz Prime Hotel adalah salah satu nama hotel berbintang tiga yang prakarsai oleh PT Intiwhiz International dan kini telah memiliki beberapa cabang di kota besar Indonesia, salah satunya di Lampung. Whiz Prime Hotel ini beralamat di Jl. Jendral Ahmad Yani No. 21 Lampung, 35117 Bandar Lampung, Indonesia. Letaknya yang strategis di tengah pusat kota dan kemudahan akses ke pusat perbelanjaan dan kuliner, diharapkan mampu menarik sebanyak mungkin pengunjung baik dari dalam dan luar kota. Hotel ini dibangun secara estetis dengan desain modern untuk mencerminkan keindahan abadi, gaya cerdas yang menciptakan kenyamanan menginap yang tak tertandingi namun terjangkau adalah salah satu strategi yang dilakukan Whiz Prime Hotel. Nilai-nilai yang dianut oleh Whiz Prime Hotel untuk terus meningkatkan komitmennya pada pelanggan adalah Integritas, Membangun kepercayaan, Pembelajaran Terus-menerus, Kerja tim, Komunikasi yang efektif. Hal ini menjadi acuan untuk memastikan bahwa pengunjung selalu merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Namun upaya yang dilakukan oleh Whiz Prime Hotel nyatanya masih belum semaksimal yang diharapkan. Hal ini sebagaimana jumlah pengunjung per tahun 2017 yang belum memenuhi target pengunjung dalam tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1**Jumlah Pengunjung Hotel Periode Januari sd November 2017**

BULAN	JUMLAH
JANUARI	1819
FEBRUARI	1466
MARET	2464
APRIL	2373
MEI	2508
JUNI	1887
JULI	2937
AGUSTUS	2167
SEPTEMBER	1997
OKTOBER	2755
NOVEMBER	2958
DESEMBER	3358

Sumber : Hotel Hotel Whiz Prime Ahmad Yani,2017

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa fluktuasi total pengunjung Whiz Prime Hotel mengalami fluktuasi setiap bulannya. Walaupun trennya terlihat meningkat pada bulan-bulan tertentu, namun tidak terjadi pencapaian target pengunjung setiap bulannya pada Whiz Prime Hotel. Penyebab terjadinya masalah tersebut dikarenakan terdapat gap antara harapan pelanggan dengan realitas layanan yang diberikan Whiz Prime Hotel. Hal ini dibuktikan dari keluhan yang diajukan pengunjung terkait kualitas Whiz Prime Hotel dalam tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2**Data Keluhan Pengunjung Whiz Prime Hotel Bandar Lampung pada 2017**

Perihal Keluhan	Jumlah
Harga Tak Sesuai	11
Fasilitas Rusak	18
Keterlambatan pelayanan	41
Miskomunikasi	24
Keramahan	16

Sumber : Hotel Hotel Whiz Prime Ahmad Yani,2017

Dari data di atas dapat dilihat terjadi keluhan-keluhan pengunjung dengan jumlah yang relatif besar untuk hotel berbintang. Menurut info Hotel Whiz Prime 40% keluhan yang terjadi datang dari pelanggan, tentu saja ini akan berakibat fatal terhadap kepuasan pelanggan. Dari keluhan-keluhan tersebut, keterlambatan, miskomunikasi, dan keramahan menjadi keluhan dengan jumlah terbanyak. Hal ini mengindikasikan rendahnya kualitas jasa Whiz Prime Hotel yang diberikan pada pengunjung. Sehingga dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan Hotel Whiz Prime perlu memperhatikan kepuasan pelanggan karena pelanggan merupakan unsur yang terpenting dalam kegiatan jasa perhotelan yang dikelola oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah kualitas jasa.

Menurut Sugiono (2014), kualitas jasa mengacu pada kualitas penawaran jasa yang diharapkan dan dirasakan. Hal ini terutama dengan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Banyak perusahaan yang memprioritaskan kualitas jasa yang diharapkan dan dirasakan untuk mempertinggi kualitas jasa tersebut. Menurut Parasuraman (1988) dalam Sugiono (2014) ada beberapa indikator dalam kualitas jasa yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu;

1. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.

4. Empathy, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.
5. Bukti langsung (*tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Dari ke lima indikator tersebut, sesuai dengan keluhan pengunjung yang terjadi, terdapat masalah pada indikator empathy, dimana pelayan dan pihak manajemen hotel kerap melakukan miskomunikasi dengan pengunjung. Khusus yang sering terjadi ketika pengunjung meminta order makanan lewat telepon, namun pelayan salah memberikan menu order atau memberi dengan jumlah yang salah. Di lain sisi, keluhan terhadap fasilitas juga terjadi, seperti bantal keras, sinyal TV yang kurang baik, atau bau ruangan yang apek. Kehandalan Whiz Prime Hotel pun dirasa kurang baik, terlihat dari komplain konsumen yang mengeluhkan layanan yang lambat.

Pelayanan pada dasarnya mempunyai target atau sasaran yang sederhana saja yaitu dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan selaku pengguna layanan. Meskipun sasaran dari pelayanan cukup sederhana tetapi pelaksanaannya tidaklah semudah yang diucapkan karena untuk mencapai itu semua diperlukan suatu pelayanan yang berkualitas.

Demikian pula dengan Hotel Whiz Prime Bandar Lampung sebagai organisasi pelayanan jasa harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Karena dalam organisasi pelayanan jasa masalah kualitas pelayanan menjadi masalah penting dan mendasar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan selaku penggunaan layanan jasa. Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian, maka penulis mencoba meneliti “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DI HOTEL WHIZ PRIME AHMAD YANI”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah kepuasan pelanggan di Hotel Whiz Prime Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan produk Hotel Whiz Prime Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Batasan objek penelitian agar dapat lebih mengarahkan pembahasan, maka penelitian ini dibatasi mengenai kepuasan pelanggan khususnya kepuasan pengunjung di Hotel Whiz Prime Bandar Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah wilayah Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2017 s.d Januari 2018.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah manajemen pemasaran yang mencakup tentang kepuasan pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan di Hotel Whiz Prime Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Memberikan saran dan masukan kepada Hotel Whiz Prime Bandar Lampung agar dapat menjadi bahan pemikiran dan evaluasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya bidang ekonomi yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Intitusi

- a. Menambah referensi perpustakaan Manajemen IBI Darmajaya.
- b. Diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi dalam rangka meningkatkan pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran.
- c. Menambah informasi, sumbangan penelitian bahan kajian dalam penelitian.

1.6 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, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian. Beberapa data disajikan pula di bab ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang konsep dan teori mengenai pemasaran, jasa, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan. Selanjutnya dari konsep tersebut akan dirumuskan hipotesis dan akhirnya terbentuk suatu 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 tentang hasil analisis tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian.