

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis dalam era globalisasi seperti yang tengah terjadi sekarang ini berada dalam situasi yang serba tidak menentu dan sulit sekali untuk diprediksi dalam menghadapi tantangan. Secara internal, organisasi menghadapi masalah produktivitas, mutu, biaya, waktu, pelayanan, keselamatan, lingkungan dan perilaku pekerja yang semakin hari semakin berat. Sementara secara eksternal, organisasi mendapat tekanan bertubi-tubi dari berbagai penjuror antara lain dari pelanggan, pemasok, kompetitor, lembaga swadaya masyarakat, pemerintah dan berbagai macam perubahan yang tidak terduga.

Menghadapi kompleksitas dan intensitas tantangan yang semakin berat, pimpinan perusahaan atau organisasi dituntut berfikir kreatif untuk menemukan berbagai terobosan strategi yang mampu menciptakan sinergi yang memberikan kontribusi optimal bagi pencapaian tujuan organisasi. Untuk itulah perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pemasaran guna mengantisipasi adanya iklim persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu unsur terpenting didalam suatu organisasi adalah keunggulan pemasaran yang dimilikinya. Keunggulan pemasaran didalam suatu organisasi atau perusahaan, setidaknya dapat menjadi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi segala tantangan dan ancaman yang akan menghambat laju perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

Akhir-akhir ini sektor pariwisata di Indonesia, khususnya di wilayah Jawa

Timur yang berada di daerah Kabupaten Lamongan telah menunjukkan perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perhotelan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Berbagai pariwisata di daerah ini telah dikembangkan oleh pemerintah misalnya Wisata Bahari Lamongan (WBL), Wisata alam Maharani Zoo dan Goa Lamongan (Mazola), Wisata Pantai Pasir putih (WPPP). Hal ini merupakan salah satu wujud upaya pemerintah dalam meningkatkan ekspor non migas yang diharapkan menghasilkan tambahan devisa negara khususnya di bidang pariwisata dan ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga, promosi diantara sekian banyaknya perhotelan. Peranan hotel sebagai akomodasi menjadi semakin penting bagi dunia, yang secara langsung membantu pariwisata dan bisnis Internasional.

Mendukung upaya pemerintah tersebut serta menampung arus wisatawan baik asing maupun domestik yang hal ini tidak lain merupakan peluang usaha. Banyak pihak telah membangun hotel di daerah Lamongan yang dianggap mempunyai prospek yang baik. Hotel tersebut menyediakan fasilitas yang memuaskan, pelayanan yang menarik wisatawan, memberikan potongan atau *discount* pada waktu tertentu (misalnya natal, tahun baru, Lebaran dll)

Bisnis perhotelan tidak harus menjual kamar/tempat tidur melainkan juga serangkaian pelayanan yang disediakan bagi konsumen serta berbagai fasilitas hotel sebagai penunjang bisnis ini. Fasilitas dan pelayanan yang ada seringkali menjadi alasan seseorang untuk memilih hotel tersebut sebagai tempat untuk menginap, dan apabila pelanggan merasakan pelayanan dan fasilitas yang tersedia sesuai dengan harapan, maka mereka akan merasa puas. Ada beberapa hal yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika mengambil keputusan untuk

bermalam di hotel. Mengenai harga, lokasi, fasilitas dan pelayanan. Penjelasan di atas, Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan dihadapkan permasalahan yaitu apakah kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan.

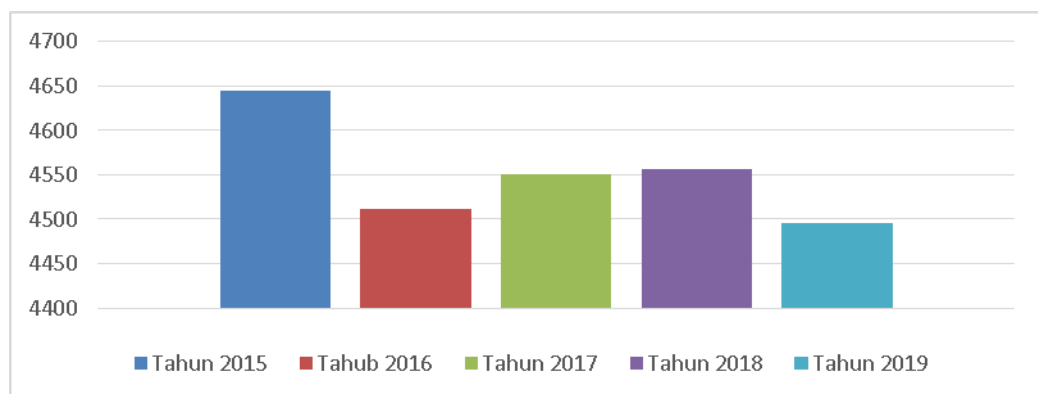
Pemasaran adalah merupakan faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan. Pemasaran harus dapat menafsirkan kebutuhan dan keinginan konsumen, mengembangkan produk, menetapkan harga produk, mendistribusikan produk, mempromosikan produk secara efektif, serta mengkombinasikannya dengan data pasar seperti lokasi konsumen, jumlah dan keseluruhan konsumen.

Kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis. Dalam melihat dimensi apa saja yang mempengaruhi kualitas sebuah pelayanan dalam bisnis, khususnya pada sektor jasa terhadap kepuasan konsumen, peneliti melihat bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti, bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati (Tjiptono, 2011:68).

Semua merupakan beberapa dimensi dari kualitas pelayanan sebuah bisnis atau industri dilaksanakan. Dimana pada akhirnya dimensi-dimensi tersebut akan secara signifikan mempengaruhi daya beli masyarakat atau konsumen kepada industri atau bisnis yang kita jalankan. Daya beli masyarakat berkaitan dengan harga yang ditawarkan oleh pengelola hotel. Penentuan harga ini sangat penting

artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa adanya elemen-elemen pendukung yang dapat menarik pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Kegiatan pemasaran suatu perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2011).

Permasalahan terjadi pada Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan terlihat dari volume okupansi yang dicapai Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan pada tahun 2016, dan terdapat indikasi bahwa volume okupansi yang dicapai oleh Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan tersebut sampai dengan akhir Desember 2019 relatif sulit terangkat naik. Indikasi adanya penurunan volume penjualan ini terlihat pada data tabel berikut:



Sumber : Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Paciran Lamongan

Gambar 1.1
Volume Okupansi

Tabel di atas diketahui penurunan volume okupansi paling drastis terjadi pada tahun 2019, sedangkan pada tahun 2016, 2017 dan 2018 terjadi volume penjualan yang relatif rendah dan sangat sulit terangkat naik. Setiap konsumen dalam membeli produk dipengaruhi oleh banyak hal. Baik dari produk itu sendiri, produsen, maupun faktor-faktor yang timbul dari individu konsumen itu sendiri di dalam mengaktualisasikan diri, seperti faktor-faktor persepsi, motivasi serta sikap.

Tujuan utama sebuah bisnis adalah bagaimana membuat pelanggan percaya bahwa pelayanan yang mereka berikan adalah produk yang terbaik dibandingkan dengan para pesaing lainnya dengan demikian perusahaan menjadi khawatir dengan pelanggan yang tidak loyal sehingga usaha untuk mempertahankan pelanggan menjadi sangat penting, maka dari itu peneliti ingin mengetahui apakah aspek kualitas pelayanan dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Kita percaya bahwa kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup sebuah usaha, maka judul penelitian yang ingin diangkat oleh penulis adalah "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Di Lamongan" sebagai judul Penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dari penelitian, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Pada Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan?
2. Manakah diantara kualitas pelayanan dan harga yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Pada Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga

secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Pada Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan.

2. Untuk menguji dan menganalisis manakah diantara kualitas pelayanan dan harga yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Pada Hotel Tanjung Kodok Beach Resort Lamongan.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, Adanya penelitian ini tentunya dapat menambah pengetahuan, wawasan dan dapat menjadi referensi bagi penulis.
2. Bagi Perusahaan, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi guna mengambil kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.
3. Bagi Penelitian, Penelitian ini kiranya dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk mengadakan penelitian selanjutnya yang ada kaitannya dengan berbagai upaya untuk meningkatkan pelayanan bagi kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar penelitian ini dijabarkan dalam 5 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan : Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka : Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian : Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian : Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

Bab V Penutup : Pada bab terakhir ini merupakan simpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.