

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pekembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin survive harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa

termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Pada saat ini Pariwisata sebagai salah satu kebutuhan yang bersifat rekreatif masyarakat, perlu mendapat perhatian sebagai peluang bisnis yang cukup menjanjikan dalam perekonomian Indonesia. Terlebih dengan telah di canangkannya Forum Pariwisata Asean atau Asean Tourism Forum (ATF). Bisnis perhotelan merupakan salah satu dari sekian banyak penunjang utama bisnis pariwisata di samping pengelolaan objek wisata. Bisnis perhotelan di Indonesia tergabung dalam sebuah wadah yaitu Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI). Mengingat akan arti pentingnya peranan bisnis perhotelan dalam menunjang industri pariwisata di Indonesia, maka tidak berlebihan kiranya bila perlu ditindak lanjuti perkembangan bisnis perhotelan. Hal ini juga tentunya akan menambah penerimaan devisa negara terutama dari sektor pariwisata. Salah satu sarana penting dalam dunia pariwisata khususnya untuk memenuhi kebutuhan orang yang bepergian lebih dari sehari adalah hotel.

Pada dasarnya di sektor pariwisata, kebutuhan dan keinginan dari pengunjung merupakan poin penting dalam bidang perhotelan. Dalam persaingan yang ketat saat ini, permintaan konsumen semakin beragam sehingga hotel yang ingin bertahan di tengah persaingan harus mampu mengatur strategi yang tepat agar menjadi pilihan konsumen. Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada

merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Tiap produk memiliki kegiatan operasinya sendiri secara terpisah dan menerima hasil dari usaha itu. Oleh karena itu, masing – masing outlets itu menjadi sumber penghasilan bagi hotel dan sekaligus sebagai sumber keuntungan bagi hotel tersebut

Berhasil tidaknya suatu usaha perhotelan sangat tergantung pada room occupancy rate (tingkat hunian kamar), yakni persentase dari kamar-kamar hotel yang bisa terisi atau disewa oleh tamu dibandingkan dengan jumlah seluruh kamar yang dapat disewakan, diperhitungkan dalam jangka waktu tertentu (misalnya bulanan atau tahunan. Dari room occupancy rate ini bisa dilihat maju mundurnya hotel tersebut secara komersial, kemudian juga dapat dilihat dalam bulan apa hotel berada dalam low season atau peak season, serta bagaimana mengatasi dalam masamasa low season, bagaimana prospeknya bila direncanakan penambahan kamar, dan berbagai kebijakan lain yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat hunian kamar Demi meningkatkan tingkat hunian kamar, tentu saja pihak hotel harus bisa memahami keinginan pasar yang ditunjang dengan suatu strategi pemasaran yang baik. Hotel sebagai perusahaan jasa dapat menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dan dikenal dengan strategi pemasaran jasa. Strategi pemasaran jasa terdiri dari komponen atau alat-alat pemasaran yang saling terintegasi yang terdiri dari product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence.

Menurut **Swastha (2013:121)** mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omzet dibagi menjadi dua faktor yaitu: pertama adalah faktor internal (faktor yang dikendalikan oleh pihak perusahaan) diantaranya adalah kemampuan perusahaan mengelola produk yang akan dipasarkan, kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan serta kebijaksanaan untuk memilih perantara yang digunakan, yang kedua adalah faktor eksternal (faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pihak perusahaan) diantaranya: perkembangan ekonomi dan perdagangan baik nasional maupun internasional, kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter dan suasana persaingan pasar.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat hunian. Menurut **Tjiptono (2016:59)** menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Untuk mengatasi perbedaan di atas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan. Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Azwar juga menjelaskan bahwa terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen. Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam

menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang. Upaya peningkatan mutu pelayanan akan sangat efektif apabila peningkatan mutu pelayanan merupakan tujuan sehari-hari, mulai dari pimpinan puncak atau direktur sampai dengan para pelaksana pelayanan atau karyawan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh **Aryo (2015)** dan **Sarah (2015)** menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan Pengunjung di salah satu hotel di Bandar Lampung. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh **Mat Amin (2017)** menyatakan bahwa kualitas layanan tidak mampu mempengaruhi tingkat hunian suatu hotel.

Selain Kualitas Pelayanan, Promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Tingkat Hunian Suatu Hotel. Menurut **Tjiptono (2016:59)** menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Promosi merupakan salah satu komponen terpenting dalam pemasaran yang memperkenalkan produk pada konsumen. Suatu produksi yang dibuat dengan kualitas yang baik dan harga yang murah, tanpa disertai dengan adanya kegiatan promosi yang sesuai, maka produksi tersebut tidak akan dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara

pembeli dan penjual (**daryanto, 2011 :94**). Menerapkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan meliputi advertisting (periklanan), sales promotion (promosi penjualan), personal selling (penjualan personal), publicity (publisitas). Promosi juga menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Namun promosi yang digunakan tentu harus efektif dan tepat sehingga dapat mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Ketepatan perusahaan dalam memilih personal selling sebagai salah satu promosi akan sangat berpengaruh terhadap perubahan tingkat penjualan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, karena dalam hal ini tugas dari personal selling adalah menawarkan, memperkenalkan dan memperagakan kegunaan dari produk yang akan dipasarkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh **Vania (2019)** menjelaskan bahwa Promosi mempengaruhi tingkat hunian di hotel Inna Sindhu beach. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh **Sarah (2015)** dan **Mat Amin (2017)** menyatakan bahwa promosi tidak mampu mempengaruhi tingkat hunian suatu hotel.

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Definisi lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya . Pemilihan lokasi usaha suatu perusahaan atau organisasi merupakan salah satu keputusan yang penting bagi perusahaan. Keputusan pemilihan lokasi usaha suatu perusahaan atau organisasi merupakan keputusan untuk jangka panjang perusahaan. Hal ini akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan tersebut. “Lokasi memiliki pengaruh yang besar pada keseluruhan risiko dan laba

perusahaan.” (Heizer & Render, 2015). Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan mengurangi kemungkinan risiko negatif yang akan dihadapi perusahaan. Pemilihan lokasi yang tepat juga akan berpengaruh terhadap biaya-biaya yang ditimbulkan akibat pemilihan lokasi tersebut. Pertimbangan pemilihan lokasi suatu usaha akan berbeda sesuai dengan bidang bisnis yang akan dijalankan. Perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur akan menerapkan strategi biaya minimal untuk meminimalkan biaya, sedangkan perusahaan jasa pemilihan lokasi bertujuan untuk meningkatkan keuntungan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Vania (2019), Febriano (2017) dan Sarah (2015) menjelaskan bahwa Lokasi mempengaruhi tingkat hunian.

Pada saat ini di Padang, terdapat banyak hotel yang menawarkan kamar beserta fasilitas yang menarik para wisatawan salah satunya adalah Rocky Plaza Hotel. Rocky Plaza Hotel Padang adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan yang telah terdaftar pada persatuan pengusaha hotel dan restaurant Indonesia (PHRI) sebagai hotel kelas berbintang. Rocky Plaza Hotel Suzuya Departement Store hanya bergabung dalam nama dagang yang sama dengan manajemen yang terpisah. Didirikan pada tanggal 3 juli 2002, namun ketika terjadi gempa pada bulan September 2009 Rocky Plaza Hotel melakukan pembangunan arsitektur yang lebih besar dan kembali beroperasi pada tanggal 8 juli 2011. Rocky Plaza Hotel Memiliki Karyawan yang berjumlah 130 orang.

Berdasarkan pengamatan pada satu tahun terkahir yaitu pada bulan januari-desember 2018. Terdapat masalah dalam tingkat kualitas pelayanan pada Rocky Plaza Hotel, yaitu sebelum optimalnya tingkat kualitas pelayanan hal tersebut

dapat disinyalir karena penurunan kualitas pelayanan sangat jelas terlihat dari tingkat absensi keterlambatan karyawan. Pernyataan tersebut didasarkan pada realisasi kualitas pelayanan karyawan Rocky Plaza Hotel.

Tabel 1.1
Daftar absensi karyawan
Rocky plaza Hotel bulan Januari – Desember 2018

No	Bulan	JumlahKaryawan	Terlambat	Terlambatlebihdari 3x
1	Januari	132	22	0
2	Februari	132	30	5
3	Maret	130	15	0
4	April	130	10	0
5	Mei	130	28	0
6	Juni	130	26	0
7	Juli	130	19	2
8	Agustus	130	25	0
9	September	130	16	0
10	Oktober	130	17	0
11	November	130	20	3
12	Desember	130	23	5

Sumber: Rocky Plaza Hotel Padang, 2018.

Dari table 1.1 sebelumnya terlihat bahwa dari bulan Januari – Desember 2018 tingkat keterlambatan karyawan tinggi terjadi pada bulan februari 30 kali, bulan Mei 28 kali, Juni 26 kali, bulan Agustus 25 kali, dan bulan Januari 22 kali. Sedangkan pada bulan Maret , April, Mei, Juli, September, Oktober, November, Desember terjadi keterlambatan karyawan hanya dibawah 20 kali dalam sebulan. Dan alasan yang diberikan karyawan bermacam-macam. Kenyataan yang diharapkan oleh Rocky Plaza Hotel tida sesuai dengan realisasinya, ini menandakan bahwa kualitas pelayanan pada Rocky Plaza Hotel belum optimal karena tingginya tingkat keterlambatan karyawan. Tingginya tingkat absensi atau keterlambatan karyawan akan merugikan perusahaan meskipun seandainya

karyawan tersebut tidak dibayar sewaktu-waktu. Rocky Plaza Hotel mengharapkan agar karyawan dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya secara profesional, berkualitas dan sesuai dengan standart internasional serta mampu memenuhi harapan. Terdapat factor negatife yang disinyalir dapat menurunkan kualitas pelayanan seperti kurangnya kesempatan dalam melakukan promosi.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa Rocky Plaza Hotel Padang belum mencapai absensi yang maksimal. Hal ini terinduksinya tingkat hunian yang belum optimal disinyalir dan disebabkan oleh kualitas pelayanan masih belum sesuai harapan.

Berdasarkan pendapat dan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa apabila suatu instansi atau perusahaan seperti Rocky Hotel Plaza Padang yang ingin mengusahakan agar tingkat hunian tamu hotel dapat meningkat, maka salah satu usaha yang harus dilakukan adalah dengan memperhatikan kualitas pelayanan, promosi, lokasi dan kepuasan pelanggan dalam bekerja.

Berdasarkan fenomena dalam pengamatan, serta memperhatikan kajian teori dan penelitian terdahulu, maka penulis tertarik meneliti pada Rocky Hotel Plaza Padang dengan judul **“Pengaruh Kualiltas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Tingkat Hunian Tamu Hotal Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang. ”**

1.2 identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena tersebut dalam kajian-kajian SDM banyak faktor yang mempengaruhi Tingkat Hunian Tamu Hotel maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Rendahnya kualitas pelayanan pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
2. Penempatan lokasi yang kurang tepat atau kurang kondusif pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
3. Kegiatan promosi yang belum berjalan dengan semestinya pada Rocky Hotel Kota Padang.
4. Rendahnya keterikatan sumber daya manusia pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
5. Adanya ketidakpuasan terhadap lokasi kerja pada Rocky Hotel plaza Kota Padang.
6. Kurangnya motivasi dan dorongan yang diberikan kepada karyawan Rocky Hotel Palaza Kota Padang sehingga kualitas pelayanan belum terlaksana dengan baik.
7. Keterlibatan kerja antara karyawan masih rendah pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
8. Adanyan ketidakpuasan terhadap pelanggan pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
9. Kurangnya pengalaman dan keterampilan yang dimiliki karyawan pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.

1.3 Batasan Masalah

Agar terfokusnya penelitian ini maka dibatasi variabel bebasnya adalah Kualiatas Pelayanan (X1) Promosi (X2) dan variabel terikatnya adalah Tingkat Hunian Tamu Hotel (Y) dan variabel interveningya Kepuasan Pelanggan (Z) pada Rocky Hotel Plaza Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
3. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat hunian tamu hotel pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap tingkat hunian tamu hotel pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
6. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap tingkat hunian pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
7. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap tingkat hunian pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang

8. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat hunian tamu hotel pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.
9. Bagaimana pengaruh promosi terhadap tingkat hunian tamu hotel pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.
10. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap tingkat hunian pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.

1.5 Tujuan penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis mempunyai tujuan untuk penelitian sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
3. Untuk Mengetahui Lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat hunian tamu hotel pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
5. Untuk Mengetahui pengaruh promosi terhadap tingkat hunian tamu hotel pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.

6. Untuk Mengetahui pengaruh lokasi terhadap tingkat hunian pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang.
7. Untuk Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap tingkat hunian pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang
8. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat hunian tamu hotel pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.
9. Untuk Mengetahui pengaruh promosi terhadap tingkat hunian tamu hotel pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.
10. Untuk Mengetahui pengaruh lokasi terhadap tingkat hunian pada Rocky Hotel Plaza Kota Padang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.

1.6 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak antara lain:

1. Bagi penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman serta sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam mengetahui sejauh mana hubungan antara teori yang diperoleh diperkuliahan dengan kondisi nyata yang ada dilapangan. Disamping itu, penelitian ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

2. Bagi Akademik

Menjadi tambahan karya ilmiah yang berkaitan dengan Manajemen Sumber Daya Manusia yang berkaitan dengan lingkungan kerja dan komitmen organisasi terhadap *organizational citizenship behavior*.

3. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang dapat berguna bagi perusahaan dan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam mengambil keputusan dimasa yang akan datang.

4. Bagi Penulis Selanjutnya

Sebagai bahan bacaan dan referensi dalam penulisan selanjutnya terutama yang berkaitan dengan lingkungan kerja, komitmen organisasi dan kepuasan kerja.