

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya agar bisa bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung di bidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dan layanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul loyalitas dalam benak pelanggan (Kiroyan et al., 2019: 6014).

Orientasi pelanggan menjadi faktor kunci kesuksesan di dunia pemasaran. Pebisnis wajib sungguh tanggap guna mengobservasi kejadian yang berlangsung. Basisnya, mencukupi serta memuaskan pelanggan ialah tugas serta kewajiban guna produsen. Maka, tiap pebisnis wajib memahami keperluan serta kemauan pelanggan guna kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Perkembangan sektor jasa layanan yang kini berkembang cukup pesat memberi perubahan di pola kehidupan rakyat yang pasti saja hendak berefek kepada naiknya kebutuhan hidup rakyat terhadap jasa (Habib, 2018: 1).

Perseroan yang berkecimpung disektor jasa wajib sungguh mencari cara yang inovatif untuk menaikkan keunggulan kompetitif supaya perseroan bisa mempertahankan korelasi jangka panjang bersama pelanggan. Mengetahui semua wujud keperluan dari pelanggan penting dilaksanakan supaya tetap bisa berkompetisi guna menguasai pangsa pasar. Itu bermakna perseroan wajib memposisikan pelanggan selaku aset yang berharga guna perusahaan sebab pelanggan ialah pendukung dari kesuksesan perseroan utamanya disektor jasa tetap bisa (Fahleti, 2018: 64).

Berlimpahnya pebisnis disektor akomodasi tengah tumbuh amat pesatnya. Makin berlimpah bisnis muncul hingga makin naik pengusaha dimana mampu memunculkan persaingan bisnis kian kompetitif. Kondisi yang kerap timbul disebabkan kian berlimpah kenaikan total bisnis, maka pengusaha wajib cepat merespon dimenentukan ketetapan agar bisnis yang tengah dididrikan itu mampu kontinu berkembang selaras cita. Selain harus mampu bersaing dengan perusahaan lain, setiap perusahaan juga harus berusaha untuk memberikan rasa puas untuk pelanggannya dengan maksimal. Jika pelanggan merasa tidak puas dengan apa yang diharapkannya pelanggan bisa saja melakukan komplain atau keluhan (Dessy & Evyanto, 2019: 1).

Negara di Asia yang menyimpan keindahan alam yang begitu menarik perhatian dan diminati oleh para wisatawan asing serta di jadikan objek wisata ialah Indonesia. Dengan derasnya arus wisata yang terus berdatangan, oleh karna itu perlu adanya penyampaian dari seorang penyedia yang dapat memberikan kualitas

layanan terbaik guna kepuasan tamu. Kini, industri jasa disektor akomodasi, telah dikembangkan bukan cuma dipakai selaku lokasi guna ditempati ataupun jadi penginapan, tetapi bisa selaku restoran pula, lokasi berekreasi, lokasi liburan, lokasi olahraga, serta semacam dialihfungsi lain yang berpegangan teguh guna menaikkan kualitas yang maksimum supaya menciptakan nuansa, suasana beserta perasaan aman guna tetap berlama tinggal ataupun cuma menginap.

Pada dunia perhotelan amat berlimpahnya perihal yang mempengaruhi meluasnya bisnis itu. Satu diantaranya ialah bagaimanakah caranya pihak hotel mampu menarik perhatian *customer* serta menciptakan *customer* betah bersama memberikan layanan yang terbaik agar *customer* merasa kepuasan terhadap layanan yang telah dirasa. Pada kompetisi bisnis, saat ini layanan jadi perihal yang paling utama bagi perseroan guna dideferensiasikan kini perseroan menjual barang yang sepadan bersama kompetitor.

Wisma ialah satu diantara jasa yang memberi kualitas layanan dan jasa lain. Perihal itu tak pula terlepas dari cara pengendalian wisma dengan profesional agar wisma tetap menjaga kualitas layanan serta keberadaannya baik di mutu layanan beserta mengetahui keperluan serta kemauan tamu (Muhammad, 2018: 108). Wisma juga berperanan penting sebagai jasa penginapan bagi wisatawan. Wisma selaku lokasi sarana guna pendatang beristirahat. Kenyamanan pendatang wisma saat mempergunakan jasa jadi syarat utama pula. Pegawai wisma wajib mampu memberi kualitas layanan serta *servicescape* yang optimal (Batam, 2020: 18).

Supaya mampu mendapat standar yang unggul di persaingan yang ada, hingga setiap perseroan harus membuat kepuasan guna *customer* bersama carajitu yang relevan bersama jasa yang diberi. Kepuasan *customer* mampu dicukupi perseroan contohnya dengan meningkatkan kualitas layanannya serta memperhatikan *servicescape*. *Servicescape* disini membahas lingkungan fisik yang di dalamnya meliputi layanan disebuah fasilitas interior atau eksteriornya. Kualitas layanan dan *servicescape* itu selaku pertimbangan guna pelanggan untuk menetapkan suatu di dalam bisnis karena bila naiknya kepuasan pelanggan suatu perseroan, pastinya naik juga image perseroan serta mendapat nilai baik guna *customer*. Jika perseroan mampu memberikan kualitas layanan yang terbaik pada sebuah jasa yang berwujud kecepatannya di dalam layanan, terjangkau, tepat, perasaan nyaman, serta menarik, maka aktivitas yang diberi pada *customer* hendak merasa kepuasan.

Wisma Berlian yang berlokasi di Kepulauan Riau, Kec Kundur, Kab Karimun, Tanjung Batu Kota ialah lokasi menginap umum guna pendatang yang sudah resmi tahun 2003 oleh pemiliknya yang namanya Herianto. Wisma Berlian mencakup 28 kamar, 1 kantor pegawai, Lobby, ruang makan serta tamu. Terdapat 3 macam tipe kamar yang dipunyai Wisma Berlian yakni *standard*, *suite* & *deluxe* serta mempunyai luas tiap kamarnya *standard* luas kamarnya 3,5 x 3,5, *suite* mempunyai luas kamar 4 x 6,5 serta *deluxe* mempunyai luas kamar 5 x 7.

**Tabel 1.1** Total Pelanggan Periode Agustus 2021- Januari 2022

<b>NO</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
1	Oktober 2021	140
2	November 2021	150
3	Desember 2021	160
4	Januari 2022	146
5	Februari 2022	124
6	Maret 2022	119
7	April 2022	106

**Sumber** : Wisma Berlian Tanjung Batu Kota, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 ditinjau bahawa terjadi menurun serta meningkatnya total pendaang disebabkan terdapatnya efek dari masa pandemi corona. Dijelaskan bahwa jumlah pelanggan terbanyak terjadi di bulan Desember 2021 yaitu 160 pengunjung dan jumlah pelanggan terendah terjadi di bulan Maret 2022 yaitu 106 pengunjung. Data diperoleh dari pengamatan bersama tujuan mendapat kebenaran data serta persoalan telah terkonklusikan selepas menjalankan wawancara.

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan yakni kualitas layanan. Bila ditinjau dari kualitas layanan yang diberi pegawai Wisma Berlian ketika melaksanakan wawancara ke satu diantara pendaang yakni kurang perhatiannya *receptionist* pada *customer* layaknya memberi senyum diawal ketika *check-in*, efek ini menjadikan *customer* kurang nyaman sebab *customer* berasumsikan *receptionist* itu tak profesional.

Terdapatnya *bell boy* ataupun pelayan tamu yang yakni tugas utama ialah memberi layanan pada tamu mulai ketika tamu *check-in* sampai *check-out*, namun sejumlah *bell boy* yang tak menservis tamu ketika tamu yang

siap hendak pulang. Hingga mengakibatkan kualitas layanan hotel jadi kurang. Guna mencukupi kepuasan pelanggan yang terdapat di Wisma Berlian seharusnya terdapat pelayan *cleaning service* supaya mempermudah *customer* menginap di wisma itu.

**Tabel 1.2** Jenis-jenis Fasilitas Wisma Berlian 2021

No	Fasilitas	Jumlah	Keterangan
1	Kamar	28	<i>Hotshower</i> serta <i>air conditioner</i> masih kerap berlangsung rusak
2	Parkir	1	Kurang mencukupi
3	Toilet Umum	1	Kurang teliti pegawai kebersihan di area vital
4	Dapur	1	Alat ditempat masak rusak
5	Ruang Makan Tamu	1	Tak terdapat penyajian makanan
6	Ruang <i>Receptionist</i>	1	Kurang ramah
7	Ruang Tamu	1	Kurang sofa hingga tamu lainnya ketika mengantri <i>check in</i> wajib berdiri.
Total			34

**Sumber:** Staff Wisma Berlian, 2022

*Servicescape* disini membahas lingkungan fisik yang didalamnya mencakup layanan disebuah fasilitas interior atau eksteriornya. Berdasarkan Tabel 1.2 Wisma Berlian bersama fasilitas kamar sebanyak 28 kamar yang yakni tamu merasakan tak memperoleh fasilitas sesuai yang diharap. Misalnya tamu kerap memperoleh fasilitas *hotshower* yang tak bisa dipakai secara baik kemudian keluhan pada *air conditioner* di kamar yang kerap tak bisa dipakai secara baik. Disamping itu tentang lokasi parkir wisma yang dekat bersama pusat restoran makanan kada terdapat sejumlah tamu numpang parkir di wisma itu sebab tak terdapat juru parkir yang menampung kendaraan secara baik hingga kerap kali

tamu Wisma Berlian tak bisa parkir serta parkir dilokasi lainnya. Parkir ialah fasilitas yang memiliki peran penting guna kemajuan sebuah perseroan. Bersama terdapatnya juru parkir maka kendaraan hendak makin tertata secara baik serta menjadikan pemakai kendaraan merasakan aman. *customer* pun pastinya mampu berkegiatan secara normal.

Berikutnya fasilitas tentang ruangan makan yang ada di Wisma Berlian yakni ruang makan itu tak dipakai semestinya. Perihal itu disebabkan tak terdapat koki hingga menjadikan pendatang yang berkunjung ke wisma tak bisa sarapan pagi. Hendaknya pihak Wisma Berlian mampu mengontrol fasilitas supaya pendatang bisa menikmati fasilitas itu. Lokasi menginap yang bersih pasti mampu memberi pengalaman yang lebih nyaman guna tamu yang menginap. Misalnya tempat sampah kurang sampai penumpukan sampah yang menyebabkan pendatang terganggu.

Studi ini dilaksanakan bersama pedoman sejumlah studi sebelumnya yang sifatnya empiris yang sudah dilaksanakan tentang bagaimana pengaruh antara kualitas layanan serta *servicescape* pada kepuasan pelanggan. Studi oleh Andreyani et al., (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian Thahir (2021) yang berjudul pengaruh *servicescape* pada kepuasan pelanggan mempergunakan jasa barbershop di kota Palu. Hasil studi bahwa *servicescape* secara simultan serta parsial berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan mempergunakan jasa barbershop di Kota Palu.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan diatas dan jadi aspek di kepuasan pelanggan, maka peneliti menetapkan judul penelitian terkait “**Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisma Berlian Di Tanjung Batu Kundur**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dijabarkan identifikasi persoalan studi ini ialah:

1. Kurang fokusnya *receptionist*, hingga pelanggan jadi tak merasa kepuasan dengan service receptionist-nya.
2. Layanan *bell boy* serta *cleaning service* yang diberi Wisma Berlian masih belum maksimum.
3. Kerap berlangsung keluhan pengunjung sebab terdapatnya kerusakan di *air conditioner* serta *hotshower*.
4. Kurang lahan parkir di Wisma Berlian hingga pengunjung wajib mencari parkir ke lokasi lainnya.
5. Kurang ketelitian pada kebersihan lingkungan ditempat vital di Wisma Berlian.

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasar identifikasi persoalan beserta batasannya waktu, agar penjabaran riset ini tidak berlangsung menyimpang beserta relevan bersama latarbelakang persoalan serta identifikasi persoalan, penulis membatasi persoalan bersama hanya membahas tentang kualitas layanan dan *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan di Wisma Berlian Kundur.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Ditetapkan sejumlah perumusan persoalan, ialah:

1. Apa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Berlian di Tanjung Batu Kundur?
2. Apa *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Berlian di Tanjung Batu Kundur?
3. Apa kualitas layanan dan *servicescape* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Berlian di Tanjung Batu Kundur?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Beberapa yang dikehendaki tergapainya ditujuannya ialah guna mengetahui:

1. Pengaruh kualitas layanan pada kepuasan pelanggan di Wisma Berlian Tanjung Batu Kundur.
2. Pengaruh *servicescape* pada kepuasan pelanggan di Wisma Berlian Tanjung Batu Kundur.
3. Pengaruh kualitas layanan serta *servicescape* secara simultan pada kepuasan pelanggan di Wisma Berlian Tanjung Batu Kundur.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1 Aspek Teoritis**

1. Menyelenggarakan sumber yang baru di studi selanjutnya berhubungan bersama variabelnya.

2. Menambah sejumlah variable lain di faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

### **1.6.2 Aspek Praktis**

1. Ditujukan supaya memberi nilai untuk bersama analisa dari *customer*.
2. Capain penelitian ini mampu dipakai selaku acuan mahasiswa selanjutnya.