

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Di tambah lagi dengan teknologi yang semakin berkembang kondisi tersebut menyebabkan pembisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar mampu bersaing. Dalam meningkatkan persaingan setiap perusahaan harus dapat menyediakan produk/jasa yang terbaik dalam artian sesuai dengan selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Saat ini usaha yang semakin berkembang yaitu usaha dibidang perhotelan. Hotel merupakan salah satu usaha komersial dalam memberikan pelayanan akomodasi, fasilitas, makanan, minuman, transportasi, dan jasa lainnya (Arianto & Muhammad, 2018: 108).

Perkembangan bisnis di bidang perhotelan tentu harus dapat memenuhi keinginan dari penggunaanya terutama dalam hal kualitas dan pelayanan. Kualitas layanan ini pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan konsumen, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas konsumen dan dengan kualitas layanan yang baik, secara tidak langsung kepuasan konsumen akan didapat. Jika konsumen puas, mereka akan berkunjung kembali, bahkan mungkin merekomendasikannya kepada orang lain (Foster, 2016: 2).

Bagi setiap perusahaan jasa perhotelan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Untuk itu mesti dilakukan identifikasi unsur utama kualitas jasa dari penilaian konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi unsur-unsur jasa yang terpenting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian seperti apa yang diberikan pada pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan unsur-unsur tersebut.

Selain melakukan identifikasi terhadap unsur-unsur kualitas jasa di atas, perusahaan jasa juga harus bisa memberikan informasi kepada para pengunjung/tamu yang akan menginap di hotel tentang standar fasilitas yang dimiliki oleh hotel tersebut. Oleh sebab itu Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi melalui Direktorat Jendral Pariwisata telah mengeluarkan suatu regulasi usaha dan penggolongan hotel. Hotel tersebut digolongkan dengan bintang yang disusun mulai dari hotel bintang 1 sampai dengan hotel bintang 5 (Alma, 2018: 293).

Batam terlahir menjadi kota industri di provinsi kepulauan Riau. Tetapi saat ini Kota Batam mencoba merubah kebijakan yg awalnya kota industri menjadi kota pariwisata karena pemerintah Kota Batam menilai industri tidak begitu menjanjikan lagi, dengan menjadikannya sebagai kota pariwisata. Hal tersebut dinilai mampu memberikan peluang pendapatan bagi Kota Batam itu sendiri mengingat Kota Batam juga berdekatan dengan Negara Singapura yang dapat di tempuh selama 30 menit menggunakan kapal feri sehingga banyak wisatawan luar negeri yang berkunjung ke Batam, baik yang hanya sekedar jalan-jalan sampai yang datang hanya untuk berbelanja. Begitu juga wisatawan domestik yang datang sekedar berwisata di Kota Batam atau hanya untuk sekedar

singgah untuk melanjutkan perjalanan. Dengan dijadikannya Kota Batam sebagai kota pariwisata ini berarti pelaku usaha jasa khususnya perhotelan mempunyai peluang yang bagus untuk membangun hotel di Kota Batam.

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Kota Batam, yang di akses pada tanggal 25 Agustus 2018 terdapat 224 hotel/akomodasi yang ada di Kota Batam pada tahun 2018 jika dibandingkan dengan tahun 2017 sebesar 213 hotel/akomodasi dimana 224,94 perusahaan/jasa akomodasi merupakan hotel berbintang dan 130 perusahaan/usaha jasa akomodasi merupakan hotel non bintang, dengan tingkat penghunian kamar (TPK) hotel yang berbintang di kota Batam pada bulan Desember 2018 mencapai rata-rata 65,63%, artinya naik 5,72 poin dibandingkn TPK Desember tahun 2017 yakni sebesar 59,91%.

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berlomba untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah untuk meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun selaku produsen perusahaan mesti memahami, bahwa semakin banyak konsumen maka akan semakin sulit mengenali konsumennya secara lebih teliti terutama tentang puas atau tidaknya konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, dan alasan yang mendasarinya. Pada dasarnya, biaya untuk mendapatkan konsumen baru lebih besar daripada mempertahankan konsumen yang sudah ada. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan secara spesifik konsumen dan dapat mengatasi masalah tersebut (Iskandar, Nurmalina, & Riani, 2015: 52).

Melihat perkembangan usaha di bidang perhotelan mengalami peningkatan dari tahun ketahun, hal ini berarti kerjasama yang dilakukan pemerintah kota Batam dengan para pelaku usaha tentu berjalan dengan baik, hal ini juga tidak terlepas dari kunjungan wisatawan yang datang ke kota Batam mengalami peningkatan dalam dua tahu terakhir.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisman Ke Kota Batam
Periode Desember 2017-Desember 2018

No	Kebangsaan	Tahun	
		2017	2018
1	Singapura	1.089.139	1.308.739
2	Malaysia	2.64.330	310.160
3	Tiongkok	163.859	259.248
4	India	95.094	113.473
5	Korea selatan	62.669	71.741
6	Philipina	57.760	58.212
7	Jepang	42.243	40.673
8	Inggris	35.101	34.073
9	Australia	28.867	30.463
10	Amerika	22.194	23.300
11	Lainnya	278.706	386.182
12	Total	2.139.962	2.635.664

Sumber: BPS Batam

Berkaitan dengan tingkat penghunian hotel di kota Batam, dalam hal ini OS Style Hotel Batam yang terletak di kompleks Putri Hijau Jl. Letdjen R. Soeprapto, Sagulung Batam dilengkapi dengan 142 kamar dengan berbagai tipe seperti *superior, suite, deluxe, junior suite, double or twin, executive deluxe*, dan *executive*. Harga kamar yang terdapat di OS Style Hotel Batam bervariasi untuk tipe *delux* dengan fasilitas yang didapatkan seperti sarapan gratis, wifi gratis, dan

ruangan AC harganya Rp. 337.350 per malam, untuk tipe *executive* dengan fasilitas yang sama didapatkan, harganya Rp. 391.566 per malam.

Berikut terdapat data pengunjung pada OS Style Hotel Batam berdasarkan data satu tahun terakhir 2018.

Tabel 1. 2 Jumlah Tamu Yang Menginap Di OS Style Hotel
Periode Januari-Desember 2018

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	2.636
2	Februari	2.505
3	Maret	2.812
4	April	3.030
5	Mei	1.852
6	Juni	1.290
7	Juli	1.496
8	Agustus	1.603
9	September	1.562
10	Oktober	1.320
11	November	1.406
12	Desember	2.818
13	Total	24.330

Sumber: OS Style Hotel

Dilihat dari data pengunjung diatas pada bulan April mengalami peningkatan jumlah pengunjung di karenakan ada *event* selama 3 hari pengunjung *booking* hotel dari luar daerah. Kemudian pada bulan Desember ada peningkatan jumlah pengunjung dari bulan November sebelumnya dikarenakan pada bulan tersebut hari libur sekolah dan juga hari natal dan tahun baru. OS Style Hotel juga berusaha dalam mencari, menarik dan mempertahankan konsumennya. Untuk memuaskan konsumennya OS Style Hotel kini tengah melakukan penambahan fasilitas kolam renang agar tamu yg menginap bisa mendapatkan fasilitas

seperti hotel lainnya. Kemudahan untuk pemesanan kamar OS Style Hotel menyediakan pemesanan kamar secara online lewat website seperti Traveloka, Tiket.com, dll. Hal ini dilakukan OS Style Hotel agar tidak kalah dalam persaingan atas fasilitas dan pelayanan yang dilakukan oleh hotel lainnya.

Untuk meningkatkan nilai bisnis di bidang perhotelan di Kota Batam khususnya yang terdapat pada OS Style Hotel, hal ini tidak terlepas dari kualitas pelayanan (*service quality*). Perusahaan dapat mempertahankan konsumen mereka dengan memberikan pelayanan yang baik. Kualitas layanan yang baik mampu memberikan layanan yang melebihi harapan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan secara langsung dari kerja karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen. Jika kinerja karyawan kurang dari yang diharapkan, konsumen akan kecewa. Jika kinerja seperti yang diharapkan, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas atau sangat senang. Jika harapan konsumen terhadap layanan dipenuhi/dilampaui, itu akan menghasilkan kepuasan yang tinggi karena telah menciptakan kesenangan konsumen yang akan mempengaruhi pola perilaku yang mengarah ke loyalitas konsumen (Maeriyana, Soesilowati, & Rozi, 2019: 31).

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh OS Style Hotel masih dikatakan kurang baik, hal ini dibuktikan oleh beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen lewat aplikasi Traveloka <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/os-style-hotel-fka-fame-hotel-batam->, beberapa keluhan dari konsumen yang terdapat di aplikasi web resmi milik OS Style hotel yaitu karyawan hotel tidak mengetuk pintu kamar terlebih dahulu ketika memasuki

kamar konsumen sehingga konsumen merasa kecewa terhadap sikap yang ditunjukkan oleh karyawan hotel itu sendiri. Selanjutnya dalam proses *check-in* dan *check-out* kamar terdapat pelayanan yang lamban dari karyawan, hal ini juga memicu kekecewaan oleh konsumen dikarenakan kelalaian oleh pihak hotel dan yang terakhir saat melakukan pemesanan kamar sudah di *booking* lewat *web* tapi ketika akan *check-in* tamu dipindahkan ke *bookingan* kamar yang lain yang tidak sesuai dengan pemesanan lewat *web*.

Kurangnya pengecekan ulang ini mengakibatkan konsumen merasa diabaikan oleh pihak hotel dan merasa kecewa ini sangat mungkin penurunan jumlah pengunjung dimasa-masa yang akan datang dan mengakibatkan pendapatan operasional perusahaan juga ikut menurun. Dilihat dari beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen dalam hal kualitas pelayanan di OS Style Hotel diatas, maka peneliti menyimpulkan adanya kualitas pelayanan yang kurang memadai yang diberikan oleh OS Style Hotel Batam terhadap konsumennya. Kurang nya perhatian dalam hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen itu sendiri.

Disamping mementingkan kualitas pelayanan perusahaan akomodasi juga dituntut untuk memberikan fasilitas yang mumpuni bagi pelanggan ataupun konsumennya. Fasilitas sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen berupa segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh karyawan baik dalam hubungan langsung dengan pekerjaan maupun kelancaran pekerjaan. Fasilitas yang diberikan berupa suatu bentuk kebendaan yang diciptakan sedemikian rupa sehingga bentuk

barang-barang yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik. Fasilitas hotel yang dapat dinikmati oleh konsumen seperti lobi, jalan eksklusif ke pusat perbelanjaan, fasilitas penjemputan di bandara, *outlet* atau toko di sekitar hotel, ruang pertemuan, dokter 24 jam, proses *check-in/check-out* cepat, layanan kamar 24 jam, keamanan 24 jam, restoran, kolam renang, agen perjalanan (Nurchahyo, Fitriyani, & Hudda, 2018: 24).

Fasilitas yang terdapat pada OS Style hotel terdapat beberapa kekurangan yang menyebabkan konsumen merasa kecewa, ini dibuktikan keluhan konsumen lewat aplikasi Traveloka <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/os-style-hotel-fka-fame-hotel-batam->, yaitu fasilitas AC kurang dingin, Wifi yang lambat, tidak terdapat fasilitas mandi seperti sabun di dalam toilet, air hangat di dalam toilet tidak berfungsi, kamar hotel yang sempit, dan tempat tidur yang kotor. Hal ini terjadi karena kurangnya ketelitian dari pihak hotel dalam hal penyediaan fasilitas untuk konsumennya. Sebagai salah satu perusahaan jasa yang menyediakan berbagai permintaan pelanggan tentunya harus lebih memfokuskan bagaimana agar pelanggan merasa puas terhadap apa yang akan diberikan akan tetapi hal ini belum ditemukan sepenuhnya di OS Style Hotel sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa.

Kurangnya penyediaan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel maka hal ini akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen hotel itu sendiri. Konsumen merasa senang atau kecewa setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya. Jika

kinerja cocok atau melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas. Jika tidak, konsumen akan kecewa (Al-Azzam, 2015: 48).

Disamping mementingkan pelayanan dan fasilitas tentunya tujuan dari meningkatkan dua faktor diatas tak lain adalah untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sangat bergantung pada fasilitas dan pelayanan yang didapatkan. Konsumen yang kurang puas dengan layanan jasa atau produk yang diberikan oleh pihak OS Style hotel, maka akan beralih untuk mencari pelayanan jasa atau produk yang dianggap lebih baik dari pelayanan jasa atau produk sebelumnya. Intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing. kualitas layanan yang baik dan profesional akan timbul kepuasan konsumen (Dora, 2017: 17).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang terjadi dihotel tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen OS Style Hotel Di Kota Batam**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka yang menjadi indentifikasi permasalahannya yaitu:

1. Banyaknya konsumen yang mengeluh di aplikasi Traveloka <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/os-style-hotel-fka-fame-hotel-batam->. Fasilitas AC, Wifi, yang tidak berfungsi semestinya.

2. Fasilitas di dalam kamar mandi sering kedapatan tidak adanya sabun dan air hangat yang sering tidak berfungsi, juga banyak dikeluhkan konsumen di aplikasi Traveloka <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/os-style-hotel-fka-fame-hotel-batam->
3. Lambatnya proses *check-in* ataupun *check-out* sehingga konsumen harus menunggu lama.
4. Terdapat ketidaksesuaian ketika pemesanan kamar lewat *web* dan secara langsung sehingga menyebabkan konsumen kecewa.
5. Karyawan tidak mengetuk pintu terlebih dahulu ketika memasuki kamar konsumen yang memerlukan bantuan.
6. Kamar hotel yang terlalu sempit dan sering kedapatan tempat tidur yang masih kotor.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan indentifikasi yang telah disebutkan, perlu adanya batasan masalah sehingga pembahasan dalam penelitian ini akan lebih terfokus yakni hanya membahas yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen OS Style Hotel di Kota Batam

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang ditemukan di latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen OS Style Hotel di Kota Batam?

2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen OS Style Hotel di Kota Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen OS Style Hotel di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di OS Style Hotel Batam.
2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di OS Style Hotel Batam.
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di OS Style Hotel Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua kalangan baik bagi peneliti itu sendiri, perusahaan, dan masyarakat. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa menambah pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi masyarakat, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan untuk pihak manajemen OS Style Hotel.
3. Bagi peneliti, diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya