

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Batam merupakan daerah dimana tingkat pertumbuhan ekonomi berkembang sangat pesat, Batam yang menjadi kota nomor tiga setelah Bali dan Jakarta dalam jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia dengan rata-rata kunjungan mencapai dua juta orang per tahunnya didukung dengan lokasi Batam yang strategis yang berdekatan dengan beberapa negara contohnya Singapura dan Malaysia dan Batam juga termasuk salah satu kota industri yang ada di Indonesia. Semua ragam budaya, kuliner di Batam jadi cukup lengkap apabila berwisata ke Batam.

Dilihat dari banyaknya wisatawan lokal atau mancanegara yang datang ke Batam, menjadikan sebagai peluang-peluang pasar yang terjadi dengan dengan sendirinya. Karena itu kompetisi dunia bisnis menjadi tak terkendalikan. Pesatnya pembangunan-pembangunan untuk membuka lahan bisnis. Pelaku dunia bisnis dalam bidang Pariwisata seperti biro-biro perjalanan, Hotel dan lain-lain.

Di pusat kota Batam, banyak hotel-hotel dari hotel berbintang sampai hotel melati. Hotel melati khususnya *holiday, weekend* selalu *full* dikarenakan ramainya wisatawan yang berkunjung ke Batam. Yang datang berkunjung ke Batam menikmati wisata di Batam, contohnya *shopping center*, wisata kuliner, objek wisata kampung Vietnam salah satu paket wisata bersejarah. Untuk menguasai kepuasan tamu Hotel Merlin harus meningkatkan kualitas pelayanan, harga dan

promosi agar tamu ingin datang kembali lagi. Namun dalam lima tahun belakangan ini Hotel Merlin mengalami naik turun jumlah penjualan kamar. Berikut data penjualan Hotel Merlin pada tahun 2012 -2017.

Tabel 1.1 Data Kualitas Pelayanan Hotel Merlin

Tahun	Daya Tanggap	Delta
2017	5	-
2016	3	2
2015	19	(16)
2014	18	1
2013	15	3
2012	20	(5)

Sumber: Hotel Merlin, 2018

Terlihat dari tabel 1.1 di atas bahwa masih terdapat daya tanggap dari staf hotel merlin. Tahun 2016 delta jumlah daya tanggap sebanyak 2, tahun 2015 delta jumlah daya tanggap sebanyak (16), tahun 2014 delta jumlah daya tanggap sebanyak 1, tahun 2013 delta jumlah daya tanggap sebanyak 3, tahun 2012 delta jumlah daya tanggap sebanyak (5). Dapat kita lihat bahwa tren delta kualitas pelayanan dari tahun ke tahun terjadi kenaikan atau penurunan, artinya variabel ini layak untuk diteliti.

Tabel 1.2 Data Harga Hotel Merlin

Tahun	Daftar Harga	Delta
2017	160.000	-
2016	110.000	50.000
2015	209.000	(99.000)
2014	209.000	0
2013	209.000	0
2012	176.000	33.000

Sumber: Hotel Merlin, 2018

Terlihat dari tabel 1.2 di atas bahwa pada tahun 2016 delta daftar harga sebesar 50.000, tahun 2015 delta daftar harga sebesar (99.000), tahun 2014 tidak

mengalami delta daftar harga, tahun 2013 tidak mengalami delta daftar harga, tahun 2012 delta daftar harga sebesar 33.000. Dapat kita lihat bahwa tren delta harga dari tahun ke tahun terjadi kenaikan atau penurunan, artinya variabel ini layak untuk diteliti.

Tabel 1.3 Data Promosi Hotel Merlin

Tahun	Waktu Promosi	Delta
2017	10 hari	-
2016	12 hari	(2)
2015	8 hari	4
2014	-	8
2013	-	0
2012	5 hari	(5)

Sumber: Hotel Merlin, 2018

Terlihat dari tabel 1.3 di atas bahwa pada tahun 2016 delta waktu promosi sebanyak (2), tahun 2015 delta waktu promosi sebanyak 4, tahun 2014 delta waktu promosi sebanyak 8, tahun 2013 tidak mengalami delta waktu promosi, tahun 2012 delta waktu promosi sebanyak (5). Dapat kita lihat bahwa tren delta promosi dari tahun ke tahun terjadi kenaikan atau penurunan, artinya variabel ini layak untuk diteliti.

Tabel 1.4 Data Kepuasan Tamu Hotel Merlin

Tahun	Keluhan Pelanggan	Delta
2017	7	-
2016	3	4
2015	28	(25)
2014	21	7
2013	20	1
2012	25	(5)

Sumber: Hotel Merlin, 2018

Terlihat dari tabel 1.4 di atas bahwa pada tahun 2016 delta sistem keluhan pelanggan sebanyak 4, tahun 2015 delta sistem pelanggan sebanyak (25), tahun

2014 delta sistem keluhan pelanggan sebanyak 7, tahun 2013 delta sistem keluhan pelanggan sebanyak 1, tahun 2012 delta sistem keluhan pelanggan sebanyak (5). Dapat kita lihat bahwa tren delta kepuasan tamu dari tahun ke tahun terjadi kenaikan atau penuruna, artinya variabel ini layak untuk diteliti.

Dari tabel di atas terdapat poin penting yang bermasalah yaitu kualitas pelayanan, harga dan promosi. Pernyataan ini didukung oleh jurnal Gulla, Oroh, & Roring (2015: 1314) bahwa kualitas pelayanan yang bagus maka akan mendapatkan konsumen yang banyak, mempertahankan konsumen, dan meningkatkan kepuasan konsumen sedangkan harga juga merupakan manfaat terhadap kepuasan konsumen karena harga adalah salah satu faktor penting disetiap perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Selain itu terdapat faktor promosi yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena promosi merupakan salah satu keunggulan dalam persaingan, karena promosi bisa menarik konsumen dalam strategi pemasaran yang baik.

Dari pernyataan di atas terdapat masalah yang pertama adalah kualitas pelayanan. Kurangnya karyawan (*roomboy*) sehingga membuat pelayanan kepada tamu berkurang. Contohnya *roomboy* sedang melakukan pembersihan kamar dan tamu hotel meminta bantuan atau meminta pelayanan dan tidak terlayani karena *roomboy* sedang sibuk membersihkan kamar sedangkan kasir lebih fokus menerima tamu yang *check in*. Selain faktor kualitas pelayanan, harga juga menjadi salah satu faktor pertimbangan kepuasan tamu, karena setiap pelanggan akan puas jika harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang didapatkan begitu juga dengan sebaliknya, dengan berkurangnya

kualitas pelayanan dan fasilitas yang bisa didapatkan di Hotel Merlin pelanggan pasti akan lari dan memilih hotel lain yang harganya lebih murah, apalagi terdapat lumayan banyak hotel yang harganya lebih murah di sekitar Hotel Merlin.

Banyaknya wisatawan mancanegara yang datang berlibur ke Batam, Kurang bisa dimanfaatkan oleh Hotel Merlin karena kurangnya melakukan promosi sehingga hanya *full* pada hari *weekend* atau *holiday* saja. Padahal di hari-hari biasa masih banyak kamar yang belum di tempati dan hanya 8-10 kamar saja yang terjual di hari-hari biasa . Jika ada promosi lewat online seperti di Traveloka, Agoda dan lain-lain, maka Hotel Merlin akan lebih terkenal dan wisatawan akan lebih mudah mencari dan mememesannya lewat online karena di zaman yang sudah serba maju teknologi efektivitas dan efisiensi merupakan salah satu tolak ukur bagi orang-orang untuk melakukan suatu kegiatan.

Banyaknya perhotelan yang ada semakin membuat banyak hotel tertarik dalam bersaing. Untuk mendapatkan persaingan dalam perhotelan yang berjalan dibidang jasa, pelaku perhotelan harus melaksanakan strategi-strategi pemasaran untuk memuaskan kepuasan tamu. Kepuasan tamu merupakan hal yang harus diutamakan demi keberlangsungan hotel.

Kepuasan tamu dimaksud di sini adalah keterampilan layanan seorang karyawan terhadap tamunya. Hotel yang ingin tetap bertahan haruslah mempunyaikepuasan yang baik bagi tamunya, apabila tamu merasa puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan efektif dan efisien.Dari pendapat di atas, terdapat 2 poin penting. Pertama adalah hotel memerlukan kepuasan yang tinggi, poin kedua adalah tamu ingin

mendapatkan pelayanan yang baik. Apabila kepuasan tamu tinggi dan meningkat, maka tujuan hotel merlin akan lebih mudah dicapai dibandingkan kepuasan tamu rendah. Tidaklah mudah untuk meningkatkan kepuasan tamu karena terdapat faktor-faktor yang sangat berpengaruh seperti faktor kualitas pelayanan, harga dan promosi.

Dari beberapa fenomena yang terjadi di Hotel Merlin, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Merlin Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, ditemukan beberapa permasalahan yang menyangkut pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam sebagai berikut:

1. Jumlah pelayanan hotel sangat sedikit apalagi kebutuhan *weekned* dan *holiday* tidak cukup.
2. Harga hotel mahal dibanding dengan hotel sekitarnya.
3. Kurang melakukan promosi sehingga pada hari biasa penjualan (sewa) kamar banyak yang tidak terjual.
4. Masih rendahnya kepuasan tamu yang dilihat dari masalah-masalah dari faktor kualitas pelayanan, harga dan promosi.

1.3 Batasan Masalah

Untuk pembatasan dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi permasalahan yang akan diuji peneliti yaitu tentang kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam ?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam ?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi secara bersama-sama terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi secara bersama-sama terhadap kepuasan tamu pada Hotel Merlin Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan baik bagi peneliti, perusahaan, dan masyarakat. Adapun manfaat yang akan diperoleh dengan dilaksanakannya penelitian ini dapat dilihat dari 2 aspek, yaitu :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan tamu.
2. Dapat memberi informasi kepada peneliti lain yang ingin mengkaji dalam bidang yang sama pada penelitian ini.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang

adadalam pemasaran khususnya tentang variabel pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah perbendarahaan bacaan bahan bagi mahasiswa-mahasiswi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat kebijaksanaan untuk memecahkan masalah kualitas pelayanan yang sedang dihadapi perusahaan.

4. Bagi Peneliti Lanjutan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau acuan bagi peneliti berikutnya dan menindaklanjuti dengan penelitian yang baru.