

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Satu hal yang merupakan bagian dari pariwisata adalah hotel. Fungsi hotel adalah sebagai tempat menginap para wisatawan ketika melakukan liburan atau berkunjung ke daerah lain yang bukan tempat tinggalnya. Hotel merupakan sarana penting yang menunjang kesuksesan pariwisata di suatu daerah. Saat ini bahkan hotel memiliki *trend*, bukan hanya sekedar tempat untuk beristirahat tapi hotel juga seringkali digunakan oleh masyarakat sebagai alternatif liburan. Semua hotel melengkapi diri dengan beberapa fasilitas dan atraksi lainnya bahkan beberapa mempertahankan alam sekitar dan sengaja menyewa lahan sekitar untuk mempersembahkan pemandangan menarik untuk para wisatawan yang menginap di hotel tersebut. Hotel saat ini terbagi menjadi beberapa jenis dan tak lagi sekedar berdasarkan bintang seperti dulu. Wisatawan bebas memilih hotel yang mana yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan sesuai dengan kemampuan mereka dengan segala jenis tema, lingkungan sekitar dan daerah sekitar lokasi hotel tersebut.

Jenis hotel sendiri saat ini beragam, mulai dari hotel berbintang dua, tiga, empat, lima hingga enam, *resort*, *bungalow*, *villa* dan butik hotel. Hotel berbintang empat hingga enam biasanya memiliki standar internasional dan dikelola oleh perusahaan perhotelan asing yang memiliki banyak rantai hotel yang tersebar di seluruh dunia. Seiring dengan perkembangan jenis hotel, berkembang pula fenomena bagaimana hotel-hotel tersebut memberikan pelayanannya kepada para pengunjung. Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa begitu juga dengan industri perhotelan yang kehidupan sehari-harinya adalah memberikan pelayanan yang baik kepada para pengunjungnya. Dengan perkembangan pelayanan pengunjung yang beragam penyedia jasa dituntut untuk memberikan pelayanan bukan saja dinilai cukup baik tapi juga prima. Pelayanan prima

didefinisikan oleh (Swastika 2005:3) sebagai sesuatu yang yang mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik, dan adanya tujuan untuk memuaskan peanngan dengan berorientasi pada standart layanan tertentu.

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2008:87) *excellent service* terdiri dari ; kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Elemen *excellent service* yang dikatakan Fandy Tjiptono merupakan hal-hal yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen terhadap jasa yang di belinya, begitupun pada industri perhotelan pengunjung berharap mendapatkan kecepatan dalam pelayanannya, ketepatan terhadap pelayanan yang diinginkan, keramahan dari para karyawan yang melayaninya, juga kenyamanan saat proses pelaksanaan pelayanan tersebut.

**Tabel 1.1**

**Daftar Guest List Commant di Hotel Marbella Suites Bandung**

NO	Nama Pengunjung	Alamat	Komentar
1	Nining Wahyu	Jakarta	Berasa tinggal di apartemen karena fsilitas yang lengkap, ada pantry lengkap dan microwave, ruang makan dan kursi tamu. Cocok untuk tempat berlibur dengan keluarga
2	Immanuel A	Jakarta	2 kali menginap di Marbella Suites Bandung yang terjadi service menurun, kebersihan mwnjadi masalah utama, seprei kotor dan fatalnya housekeeper yang datang memasang kembali seprei yang telah dicopot. Untuk dapat mempertahankan sebagai hotel mewah dan berkualitas sebaiknya Marbella Suites Bandung memperbaiki kualitas pelayanannya.
3	Irawan Martha	Yogyakarta	Hotelnnya bagus lebih dari 12 lantai dan

			berbintang 4 namun pelayanannya sangat kurang baik, dan tidak ada menu <i>breakfast</i> , tetapi kamar yang bersih dan nyaman, sangat cocok untuk tempat bersantai.
4	Norroby	Bekasi	Cukup dekali saja menginap disini, ga sesuai harga dengan kualitas
5	Yoko Sujoyo	Jakarta	Awal bulan Juli saya meeting dengan kantor diMarbella Suites Bandung. Ini pertama kalinya kami meeting diluar kota, karena itu kami kurang persiapan. Tapi ternyata kami sangat terlayani apalagi saat meeting crew hotel selalu stanby untuk memenuhi kebutuhan kami, keramahan dari karyawannya membuat kami merasa nyaman.
6	Wikaning	Bogor	Alternatif tempat weekend bareng keluarga yang sejuk. Ada kolam renang air anget yang bikin anak betah. Menu breakfastnya menggugah selera, hanya tempatnya yang agak jauh dari pusat kota, mesti sabar melewati jalur dagopakar yang sempit.

Sumber :*Public Relation* Marbella Suites Bandung

*Guest List Commant* pada Marbella Suites Bandung sangat beragam, dari yang sangat positif hingga sangat negatif. *Guest List Commant* tersebut merupakan respon atau hasil kinerja dari pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Ini dapat dijadikan sebuah bahan untuk evaluasi kinerja untuk terus memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kualitas pelayanan pada Marbella Suites Bandung.

Manajemen harus selalu memantau perkembangan perilaku atau respon dari pengunjung hotel terhadap pelayanan yang di berikannya, sehingga apabila terjadi perubahan kebutuhan dan keinginan dari pengunjung hotel, pihak hotel akan segera meningkatkan

pelayanan hotelnya. Upaya memberikan kepuasan pengunjung hotel hanya dapat dicapai apabila perusahaan/hotel mampu memberikan pelayanan yang prima, dan pelayanan yang prima merupakan cerminan dari pelayanan yang unggul.

Persaingan bisnis dibidang jasa perhotelan semakin ketat. Persaingan yang ketat antar hotel tersebut menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan pelayanan dan fasilitas semaksimal mungkin. Untuk dapat bertahan dan menang dalam persaingan tersebut, pelaku bisnis pun dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikannya. Sebagai suatu hotel yang menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman, dan jasa lainnya, harus selalu memperhatikan tentang kualitasnya terutama kualitas dalam hal pelayanannya. Hal ini dilakukan agar para konsumen mendapatkan kepuasan terhadap kualitas .

Salah satu cara perusahaan jasa mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan yaitu dengan mengidentifikasi seberapa besar harapan pelanggan (*costumer expectation*), layanan yang diterima (*perceived service*), dan kesenjangan dari keduanya (harapan dan persepsi pelanggan).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan. Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.

Secara oprasional, produk berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena produk dibuat untuk memenuhi selera konsumen atau memuaskan pemakainya.

Menurut “**Goestch & Davis**“ kualitas adalah kondisi yang dinamis berkaitan dengan produk layanan, proses, manusia, lingkungan **Davis** menyatakan bahwa **kualitas adalah keterlibatan semua elemen pada proses konsumsi produk baik yang berupa barang atau jasa dengan ekspektasi melebihi harapan yang diinginkan konsumen.**

Dari pengertian kualitas yang telah dijelaskan sebelumnya berkembang teori dimensi kualitas yang merupakan pedoman yang digunakan para pebisnis untuk pelaksanaan dan peningkatan kualitasnya dikutip dari **Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd** (2005:422) “apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing.”

Berdasarkan beberapa dimensi kualitas yang ada; kinerja (*performance*), kehandalan (*reliability*), kesesuaian, daya tahan (*durability*), *servicability*, estetika, kualitas berbagai fasilitas hotel yang memberikan kemudahan, kenyamanan, memanjakan para pengunjungnya tidak cukup menjadi jaminan hotel tersebut memiliki kuantitas pengunjung yang tinggi. Manajemen yang baik dari segala bidang sangatlah mempengaruhi, termasuk manajemen pemasaran hotel tersebut. Bagaimana sebuah hotel mengatur dan melaksanakan manajerial pemasarannya menjual “*Brand* “ dan dapat dikenal oleh masyarakat menjadi pencapaian utama yang diinginkan manajemen. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba dengan menjanjikan nilai superior sebagai daya tarik kepada pelanggan. Hal ini pun sepatutnya dilakukan oleh manajemen perhotelan untuk mempertahankan pengunjung. Hotel yang sudah mengenal bahwa pemasaran adalah faktor untuk mencapai kesuksesan usahanya akan menentukan konsep pemasaran sebagai upaya mempertahankan keberlangsungan dan mengembangkan bisnisnya.

Terutama kualitas dalam hal pelayanannya pihak manajemen terus berupaya memberikan *good service* bahkan *excellent service* kepada pengunjung guna memberikan kualitas terbaik. Hal ini dilakukan agar para konsumen mendapatkan kepuasan terhadap kualitas. Dengan kepuasan konsumen ini diharapkan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen. Salah satu cara perusahaan jasa mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan yaitu dengan mengidentifikasi seberapa besar harapan pelanggan (*costumer*



*expectation*), layanan yang diterima (*perceived service*), dan kesenjangan dari keduanya (harapan dan persepsi pelanggan).

**Tabel 1.2**  
***Occupancy Room Marbella***  
**Periode Januari-April 2015**

No	Bulan	<i>Occupancy (%)</i> <i>All Room</i>	<i>Occupancy (%)</i> <i>Sold</i>
1	Januari	54.56	39.86
2	Februari	63.85	42.89
3	Maret	67.74	48.54
4	April	58.82	50.32

Sumber : Manajemen Sales & Marketing Marbella Suites Bandung

Keberagaman kualitas pelayanan yang diterima pengunjung Hotel Marbella Suites Bandung turut mempengaruhi volume pengunjung yang datang di hari-hari berikutnya. Kepuasan pelanggan yang di dapat akan membawa mereka menjadi promotor tidak langsung kepada masyarakat tentang Marbella Suites Bandung. Begitu pula ketidakpuasan, akan membuat pengunjung akan berfikir dua kali untuk datang kembali juga tidak akan merekomendasikan Marbella Suites Bandung Sebagai Hotel berbintang yang patut dikunjungi. Maka peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan atau menginformasikan produk atau jasa kepada konsumen, selain itu pemasaran juga berperan sebagai elemen yang memastikan bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan nilai superior sebagai daya tarik kepada pengunjung. Hal ini sudah sepatutnya dilakukan oleh manajemen perhotelan untuk mempertahankan pelanggan.

Dari volume pengunjung tersebut berakibat pada tingkat presentasi *Occupancy room* pada tabel sebelumnya yang tidak stabil hingga tidak mencapai target perbulannya. Target tersebut dibuat berdasarkan ekspektasi kemampuan Marbella Suites Bandung dilihat dari fasilitas fisik, kemampuan dan kinerja karyawan dan manajemen perencanaan hotel terhadap daya beli konsumen dari jasa yang dijualnya. Hotel yang

sudah mengetahui bahwa pemasaran adalah faktor untuk mencapai kesuksesan usahanya maka akan menentukan konsep pemasaran sebagai upaya mempertahankan keberlangsungan dan mengembangkan bisnisnya.

Dari konsep yang telah ditentukan dan dijalankan tersebut akan tercipta proses bisnis sebagai objek yang dibeli oleh konsumen industri jasa termasuk pengunjung hotel. Proses bisnis tersebut meliputi *service* yang didapat oleh pengunjung dimulai dari kemudahan informasi mengenai hotel tersebut, *check in* hingga *check out*. Dari proses tersebut pengunjung akan merasakan dan menilai kualitas penilaian antara hotel satu dengan lainnya yang menjadi tolak ukur kepuasan seseorang dari jasa yang dibelinya. Bagaimana kualitas pelayanan sangat mempengaruhi pendapatan suatu hotel melatarbelakangi penulis untuk melakukan observasi dan penelitian meliputi kualitas pelayanan.

**Tabel 1.3**  
**Jenis Layanan Hotel Marbella Suites Bandung**

No	Venue	Rate	Keterangan
1	Room: Deluxe Suites	Rp. 1.150.000	Penginapan
	Executive suites	Rp. 2.250.000	
	Master Suites	Rp. 3.200.000	
	Grand Executive Suites	Rp. 3.500.000	
2	Ren de vu	Variatif	Restoran & Bar
3	Dago 1	Rp. 50.000.000	Mice
4	Dago 2	Rp. 50.000.000	Mice
5	Executive A	Rp.15.000.000	Mice
6	Executive B	Rp.15.000.000	Mice
7	Executive C	Rp. 50.000.000	Mice
8	Excutive D	Rp. 50.000.000	Mice
9	Pool Side	Rp. 50.000	Kolam renang/person

10	The Wedding	Start from Rp.18.000.000	Wedding Package
----	-------------	-----------------------------	-----------------

Sumber :Manajemen Hotel Marbella Suites Bandung

\* Price Negotiable

Pendapat seseorang mengenai kepuasannya atas *service* yang di dapat dari jasa yang di beli tentu berbeda-beda. Inilah yang membuat kepuasan seseorang tidak dapat dipresentasikan dalam bentuk kuantitatif. Tetapi serangkaian permasalahan mengenai kepuasan konsumen dapat dipresentasikan dengan cara kualitatif, dengan memberikan layanan yang sesuai dengan harapan konsumen akan memperlihatkan responnya sejauh mana kualitas pelayanan yang perusahaan berikan kepada konsumennya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada Hotel Marbella Suites Bandung yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan dan menyajikannya dalam bentuk laporan tugas akhir dengan judul “ **TINJAUAN PELAKSANAAN KUALITAS PELAYANAN PADA PENGUNJUNG HOTEL MARBELLA SUITES BANDUNG.**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang akan diidentifikasi pada pokok pembahasan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan yang di terapkan pada Hotel Marbella Suites Bandung ?
2. Permasalahan apa saja yang di hadapi Hotel Marbella Suites Bandung pada pelaksanaan kualitas pelayanannya ?
3. Solusi apa yang di dapatkan dari hasil penelitian mengenai pelaksanaan kualitas pelayanan yang di terapkan Hotel Marbella Suites Bandung ?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi sebagai bahan penyusunan laporan Tugas Akhir, yang selanjutnya akan digunakan sebagai syarat untuk menempuh ujian sidang akhir diploma III. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana Hotel Marbella Suites Bandung memberikan pelayanan kepada para pengunjungnya.
2. Untuk mengetahui permasalahan apa saja yang di hadapi pada pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan hotel Marbella Suites Bandung kepada para pengunjungnya
3. Untuk mengetahui apa solusi yang di dapatkan dari penelitian yang di lakukan mengenai pelaksanaan kualitas pelayanan Hotel Marbella Suites Bandung.

### 1.4 Kegunaan Hasil Observasi

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti :
  - a. Memberikan ilmu dan pengalaman bagaimana praktek lapangan pada proses pemberian jasa kepada pengunjung hotel
  - b. Memberikan pengalaman bagaimana menjadi pihak pemberi *service* agar pada saat bekerja pada perusahaan khususnya bidang perhotelan dapat memberikan *service* terbaik.
  - c. Memberikan pengetahuan apakah yang diharapkan pengunjung hotel sesuai atau tidak pada pelaksanaan *servicenya*.
2. Bagi Perusahaan :
  - a. Memberikan masukan sebagai bahan evaluasi kepada perusahaan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan agar lebih baik.
  - b. Di lihat dari sisi pengunjung memberikan informasi atas apa yang diharapkan agar bisa memenuhi harapan mereka.

### **1.5 Lokasi dan Waktu kerja Penelitian**

Untuk memenuhi persyaratan penyusunan sekaligus mendapatkan kelengkapan informasi dan data, peneliti melakukan praktek kerja lapangan di Hotel Marbella Suites Bandung. Yang beralamat di Jl. Sentra Dago Pakar, Bandung. Dalam praktek kerja lapangan ini penulis melaksanakannya selama tiga bulan mulai dari 07 februari sampai dengan selesai.

