

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ada beberapa hal yang menyebabkan potensi bisnis *hospitality* (nama lain dari industri perhotelan) kian hari kian meningkat. Banyak investor yang memutuskan untuk menginvestasikan dananya pada bisnis Perhotelan. Pertama, karena jumlah penduduk Indonesia yang saat ini berjumlah 267 juta jiwa. Yang kedua, Indonesia sebagai sebuah negara kepulauan, maka potensi wisata alamnya cukup menarik dan banyak pilihan.

Bicara soal sektor pariwisata, yang di dalamnya ada industri *hospitality* (perhotelan). Rasanya inilah salah satu sektor yang cukup siap dalam menghadapi Era Industri 4.0. Betapa tidak, jika kita lihat kondisi yang terjadi dalam industri perhotelan maka kita akan dengan mudah melihat perubahan dan perkembangan yang begitu terlihat dari industri tersebut. Dimana saat ini pelaku bisnisnya tidak hanya memasarkan produknya secara konvensional tapi sudah masuk dalam konsep *digital marketing* dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jaringan pemasaran hotelnya. Seperti pemanfaatan aplikasi Traveloka, Tiket.com, Pegi-peg, Agoda dan lain sebagainya yang dapat menunjang penjualan serta pemasaran hotel hingga kanca Internasional.

Bagusnya kondisi dalam industri perhotelan-pun turut di amini oleh Garth Simmons, COO Accor Hotel Indonesia, Malaysia dan Singapura. Menurutnya, saat ini pasar wisatawan domestik atau komunitas lokal sangat bagus. Dengan melihat besarnya potensi yang ada di dalam negeri itulah, maka Manajemen Accor menambah beberapa hotel baru lagi di Indonesia dan dengan fasilitas serta standar yang cukup baik untuk memenuhi permintaan pasar.

Kata hotel sendiri memiliki pengertian atau definisi yang cukup banyak, masing – masing orang berbeda dalam menguraikannya. Berikut ini adalah beberapa pengertian hotel :

1. Menurut Menteri Perhubungan, hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan berikut makan dan minum (SK.Menhub.RI.No.PM 10/PW.391/PHB-77).
2. Menurut AHMA (*American Hotel and Motel Associations*), hotel adalah suatu tempat dimana disediakan penginapan, makanan, dan minuman, serta pelayanan lainnya, untuk disewakan bagi para tamu atau orang – orang yang tinggal untuk sementara waktu.
3. Menurut Webster, hotel adalah suatu bangunan atau lembaga yang menyediakan kamar untuk menginap, makanan dan minuman serta pelayanan lainnya untuk umum. Dengan mengacu pada pengertian diatas dan untuk menertibkan perhotelan Indonesia, pemerintah menurunkan peraturan yang dituangkan dalam Surat Keputusan Menparpostel No.KM/37/PW.340/MPPT-86, tentang peraturan usaha dan penggolongan hotel, Bab 1, Ayat (b) dalam SK tersebut menyebutkan bahwa: “Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang dipergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum dan dikelola secara komersial.”

Seiring berjalannya waktu, perkembangan industri di Indonesia tumbuh dengan pesat diberbagai bidang, salah satunya Industri dibidang Pariwisata, dimana Pemerintah tengah aktif untuk mengelola serta memajukan daerah-daerah dengan industri wisata yang potensial. Hal ini tentu berkaitan erat dengan Industri Perhotelan, dimana Industri Perhotelan menjadi salah satu tulang

panggung yang mendukung pembangunan sektor pariwisata. Banyak sekali kontribusi Industri Perhotelan yang berimplikasi bagi perkembangan pariwisata. Yang pertama adalah sebagai salah satu tolak ukur keberhasilan suatu daerah dalam mempromosikan atau mengundang wisatawan untuk datang ke daerah tersebut. Suatu daerah wisata yang tentunya akan dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai daerah tentu membutuhkan tempat untuk menginap, dan disinilah peran Hotel sebagai tolak ukur untuk mengetahui seberapa banyak wisatawan yang berkunjung di daerah tersebut. Terlepas dari tujuan wisata, hotel juga berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai hal lain, seperti bisnis, perjalanan pribadi, dan lain sebagainya

Secara umum hubungan industri perhotelan dengan pariwisata didominasi oleh kepentingan finansial dimana pihak hotel mendapatkan keuntungan dari jumlah wisatawan yang menginap, dan disisi lain daerah tersebut mendapatkan kontribusi pajak yang dibayarkan oleh pihak hotel dari hasil penjualan di setiap hotel yang ada di daerah tersebut.

Bisnis perhotelan di Indonesia kini memasuki era baru. Kondisi ini tak lepas dari perubahan di berbagai bidang, meliputi perkembangan teknologi komunikasi, munculnya generasi millenials yang berperan yang berperan besar sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, kebutuhan pola pikir, pola kerja baru, dan sebagainya. Hingga saat ini, di Surabaya sendiri, perkembangan Hotel berbintang bertumbuh sangat pesat. Menurut "Harian Kompas" dalam 2 tahun kebelakang ini, hotel di Surabaya bertambah sebanyak 16 hingga 20 Hotel yang masih dalam pembangunan baik yang sudah beroperasi. Total keseluruhan Hotel di Surabaya mencapai lebih dari 150 Hotel. Hal ini tentunya menjadi tantangan untuk pengusaha yang bergerak di bidang pariwisata atau properti khususnya Hotel, untuk menciptakan strategi-strategi baru agar dapat bersaing dengan

hotel-hotel lainnya terutama dengan Hotel-hotel pesaing yang baru saja beroperasi dan tentunya dengan konsep yang lebih segar dan berbeda beda.

Pada bulan Juli tahun 2017, telah hadir Hotel pertama di Surabaya yang mengusung konsep syariah. Tepatnya di Surabaya Selatan yang berlokasi persis disebelah Selatan Masjid Al Akbar Surabaya sebagai Masjid terbesar se Asia Tenggara setelah Masjid Istiqlal Jakarta, yakni **Hotel Namira Syariah Surabaya**. Dimana hotel ini adalah cabang kedua dari Hotel Namira Syariah Pekalongan yang sudah hampir dua tahun lebih dulu berdiri di Kota Pekalongan. Berada dibawah naungan PT Kamilindo Sejahtera, yang beralamat di Jalan Tanjung Sadari Surabaya sebagai kantor pusatnya, hotel yang berada dibawah naungan oleh *Harmoni Imara (Hal) Management* ini mempunyai 71 kamar dengan 2 Restaurant berkonsep Timur Tengah, Al arush Restoran yang berada di lantai 1 dengan olahan Timur Tengahnya yang khas, dan Gahwaji Skylounge yang berada di lantai 9 dengan pemandangan yang indah serta konsep yang lebih baru dan muda, selain kedua tempat makan tersebut, hotel yang telah mendapat sertifikasi bintang tiga ini juga menyediakan fasilitas ruang pertemuan yang menampung hingga 250 orang yang terbagi menjadi 4 ruangan dengan faslitas pertemuan yang lengkap didalamnya. Dengan konsep syariah, Hotel Namira Syariah Surabaya ini memberikan konsep dan suguhan menarik yang tentunya akan sangat berkesan terhadap pengunjung yang datang dan menginap di Hotel Namira, salah satunya adalah desain interiornya yang ke Timur-timuran, standard 'pemberian salam yang berbeda dengan hotel konvensional lainnya, serta lantunan ayat suci Al Qur'an yang siap menyambut kedatangan para tamu. Suguhan-suguhan tersebut membuat Hotel Namira Syariah Surabaya siap bersaing dengan ratusan Hotel di Surabaya lainnya yang tentunya memiliki konsep yang berbeda dengan konsep Hotel Syariah atau biasa disebut Hotel konvensional, dimana secara aturan, hotel konvensional mampu menjangkau

segmentasi pasar yang lebih luas daripada hotel syariah. Namun, pada dasarnya yang menjadi tolak ukur untuk mengetahui keberhasilan hotel dalam mendatangkan wisatawan diantaranya adalah jumlah wisatawan, lama tinggal wisatawan, dan tingkat hunian hotel. Jumlah wisatawan yang menginap memang menindikasikan jumlah wisatawan yang berkunjung didaerah tersebut, tetapi hal ini belum cukup karena kita harus mengetahui lama tinggal wisatawan juga. Jadi, lama tinggal wisatawan sangat berperan penting sebagai indikator untuk mengetahui seberapa tertarik wisatawan terhadap suatu daerah yang dikunjunginya. Semakin lama wisatawan tinggal, maka semakin mengindikasikan bahwa daerah tersebut memang diminati oleh wisatawan. Berlaku pula pada hotel, semakin banyak dan semakin lama pengunjung menginap disuatu hotel, dan menjadikan faktor internal hotel menjadi pertimbangan atas pemilihan hotel tersebut, mampu menjadikan tolak ukur tingkat keberhasilan hotel tersebut untuk menarik pengunjung agar menginap disuatu hotel. Ketiga indikator tersebut (jumlah wisatawan, lama menginap, dan tingkat hunian hotel) dipengaruhi oleh keputusan menginap yang diambil oleh para pengunjung atau wisatawan dengan berbagai hal yang dijadikan pertimbangan, antara lain lokasi atau letak posisi dari hotel itu sendiri, kemudian fasilitas pendukung yang ada didalam hotel, serta yang paling utama adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak internal hotel terhadap setiap pengunjung atau wisatawan yang datang, yang tentunya setiap hotel pasti memiliki ciri khas , konsep, dan standarisasi yang berbeda-beda dalam segi pelayanan terhadap setiap pengunjung yang datang. Ketiga hal tersebut yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan setelah berkunjung ke sebuah hotel.

Hotel Namira Syariah Surabaya sendiri terletak diposisi yang strategis dikarenakan dekat dengan pintu tol, bandara, terminal dan juga stasiun, yang mampu memudahkan para tamu untuk beraktivitas keluar masuk kota Surabaya.

Dan yang tidak ketinggalan, pusat perbelanjaan seperti *City of Tomorrow* dan tempat wisata seperti *Surabaya Carnival Night Market*. Namun hal ini juga menjadikan Hotel Namira Syariah Surabaya berlokasi jauh dari tengah kota dan pusat keramaian kota Surabaya, dimana mayoritas ketika kita berkunjung ke kota lain, maka hal pertama yang ingin kita kunjungi atau ketahui adalah pusat keramaian dari kota tersebut. Dalam segi pemasaran, pihak Marketing mengaku sering kali mengalami kesulitan dalam hal penjualan dikarenakan posisi hotel yang jauh dari pusat keramaian kota dan kurangnya fasilitas pendukung yang ada didalam hotel itu sendiri. Berbagai strategi seperti menggunakan media sosial sebagai media promosi utama senantiasa dilakukan dengan baik, namun hal ini belum cukup untuk menjadikan Hotel Namira Syariah Surabaya berada pada peringkat teratas sebagai hotel dengan tingkat hunian dan pendapat paling besar di area Surabaya selatan dan sekitarnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti seberapa berpengaruh letak Lokasi Hotel Namira Syariah Surabaya yang didukung dengan beberapa Fasilitas yang ada di Hotel Namira Syariah Surabaya serta diimbangi dengan Kualitas Pelayanan yang senantiasa mengalami peningkatan setiap harinya, terhadap Kepuasan Pelanggan yang telah singgah di Hotel Namira Syariah Surabaya pada seluruh segmentasi pasar. Serta bagaimana strategi kedepannya yang harus disusun oleh manajemen Hotel Namira Syariah Surabaya untuk menjaga kualitas dan eksistensi dari hotel itu sendiri pada Industri Pariwisata serta Perhotelan, dengan penelitian yang berjudul **“PENGARUH LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS DI HOTEL NAMIRA SYARIAH SURABAYA)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”?
2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”?
4. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”?
6. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan sebagai variabel *intervening* pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”?
7. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan sebagai variabel *intervening* pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kualitas pelayanan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kualitas pelayanan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”

3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”
6. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan sebagai variabel *intervening* pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”
7. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan sebagai variabel *intervening* pada “Hotel Namira Syariah Surabaya”

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Aspek Akademis

Penulis berharap, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak STIE Mahardhika Surabaya, Bapak/Ibu Dosen, dan juga para mahasiswa/i yang membacanya sebagai penambah wawasan mengenai dunia pemasaran dalam bidang jasa pariwisata dan juga perhotelan.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penulis berharap, penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta wawasan mengenai dunia pariwisata perhotelan bagi seluruh masyarakat yang membacanya serta membutuhkan ilmu pengetahuan dibidang ini. Lebih spesifiknya, dibidang perhotelan yang mengusung konsep syariah islam.

3. Aspek Praktis

Penulis berharap, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pemilik serta pihak internal Hotel Namira Syariah Surabaya, berupa wawasan mengenai Industri Pariwisata & Perhotelan yang tengah bersaing dan berkembang pesat, serta penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam memilih strategi yang cocok untuk menghadapi persaingan antar Hotel, agar Hotel yang dimiliki atau Hotel tempat mereka bekerja (Hotel Namira Syariah Surabaya) dapat mencapai target yang telah ditentukan oleh Perusahaan.