

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Meningkatnya persaingan usaha di Indonesia merupakan fenomena yang sangat memikat, terutama dalam perekonomian global yang bertambah memberikan peluang bagi wirausaha asing untuk bersaing menarik konsumen. Industri lokal sebagai tuan rumah harus mengetahui karakter konsumen dan selanjutnya menepatkan keahlian perusahaan dengan keperluan mereka. Perusahaan yang hendak bertahan perlu memiliki nilai besar yang membedakan industri tersebut berbeda dengan industri lain. Nilai tambah yang ditawarkan tambah memudahkan bagi calon nasabah guna mendorong nasabah lama untuk bertransaksi ulang.

Bisnis perhotelan ialah industri yang menggabungkan barang dan jasa. Rangka bangunan, interior, serta eksterior kamar hotel dan restoran, situasi yang tercipta di kamar hotel, restoran dan makanan serta minuman yang dijual beserta segala sarana yang ada ialah contoh produk yang dijual. Sementara itu *service* yang menjual ialah keramahan serta ketrampilan staff hotel saat melayani konsumennya.

Pertumbuhan bisnis hotel dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya yaitu bagaimana hotel bisa memikat serta mempertahankan pelanggan dengan cara memberikan kualitas *service* terbaik supaya para konsumen puas terhadap *service* yang diberikan. Pada persaingan usaha saat ini, pelayanan ialah hal yang sangat diperlukan untuk industri dalam strategi diferensiasi saat mereka memasarkan produk yang sama. Sehingga kualitas pelayanan ialah aspek yang paling dibutuhkan yang perlu dipedulikan perusahaan.

Kualitas pelayanan difokuskan dalam pemuasan keinginan dan ketelitian pengutaraan dalam rangka menyeimbangkan keinginan konsumen. Pelayanan ialah seluruh jenis pelayanan yang dibagikan pihak hotel selama tamu tersebut berada di hotel, mencakup pelayanan yang dibagikan oleh porter, *bellboy*, *room service*, *cleaning service*, dan sebagainya.

Citra yang berkualitas baik didasarkan menurut perspektif penyedia layanan, tetapi pada perspektif klien. Kualitas layanan yang prima diinginkan bisa menarik konsumen guna melaksanakan pembelian kembali mengenai produk yang ditawarkan.

Selain kualitas pelayanan yang baik, harga atau persepsi harga pun berperan untuk menarik konsumen.

Harga yang berada dipasar bahkan tidak seutuhnya diterima oleh konsumen, bahkan harga yang terjangkau tidak selamanya menjadi daya tarik konsumen yang tetap mempunyai pertukaran gaya hidup. Persepsi harga konsumen juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk ataupun layanan. Konsumen saat ini ialah konsumen kritis yang membelanjakan uang. Orang-orang meninjau banyak faktor saat memilih produk ataupun layanan termasuk jasa perhotelan. Dengan tingkat fasilitas yang mendekati sama, semakin terjangkau harga yang ditawarkan, hingga konsumen bakal semakin puas, serta dia bakal selalu memilih perusahaan sebagai pilihan pertama menurut persepsi yang dia terima dari harga yang tertera.

Saat membangun bisnis, Anda membutuhkan tempat di mana perusahaan akan berada. Kebanyakan pengguna jasa hotel ialah orang-orang yang datang dari luar daerah serta mempunyai pekerjaan disekitar hotel itu dan pada objek penelitian ini para pengguna jasa selain bertujuan untuk wisata dan bisnis tidak sedikit pula yang bertujuan untuk menginap sementara untuk keperluan kuliah dan juga mendampingi kerabat yang dirawat di Rumah Sakit Dr. Soetomo maupun

cuma sebagai lokasi transit sementara agar nantinya bisa melanjutkan perjalanan. Jadi, letak hotel yang baik bakal mempermudah konsumen dalam mengakses hotel. Letak suatu usaha atau bisnis juga sangat penting untuk mendirikan suatu usaha. Jadi, penyedia layanan perlu secara serius mempertimbangkan, memilah serta memilih lokasi yang tanggap terhadap kemungkinan pergantian ekonomi, demografis, budaya, persaingan, serta peraturan di masa depan.

Melihat wabah COVID-19 saat ini menjadi pandemi mendunia sesudah dideklarasikan oleh Organisasi kesehatan Dunia atau WHO (*World Health Organization*). COVID-19 ialah virus menular yang dikarenakan oleh *coronavirus 2 (severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* atau SARS-CoV-2), COVID-19 ialah penyakit *coronavirus* golongan baru yang dijumpai di Wuhan, Hubei, China di tahun 2019 (Amri, 2020). COVID-19 meluas sampai menyebabkan pandemi global sampai sekarang. Pandemi mendunia COVID-19 masa ini mau tidak mau mempengaruhi beragam sektor di dunia. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak virus COVID-19.

Himbauan *social distancing* yang digelar 31 Maret 2020 pun diprediksi bisa berdampak besar terhadap pemasaran hotel (Masrul et al., 2020). Cukup banyak hotel di Indonesia yang tutup akibat dampak COVID-19 ini. Oleh karena itu, dibutuhkan perhatian lebih dari negara terhadap sektor perhotelan sebagai salah satu penggerak utama perekonomian negara. Meski dampak COVID-19 tidak berarti para pelaku usaha perhotelan perlu menghentikan operasionalnya.

Hotel Oriza di Surabaya ialah salah satu hotel bintang dua yang terletak di Jl. Karang Menjangan No.72 Surabaya. Melihat adanya Covid-19 yang kini menjadi pandemi mendunia, Hotel Oriza merupakan salah satu hotel yang masih buka di tengah wabah Covid-19 saat ini karena beberapa hotel lain telah memutuskan untuk menutup hotelnya, tetapi tidak Hotel Oriza.

Selain dampak dari pandemi global saat ini, kesenjangan antara pertumbuhan jumlah hotel terutama yang berada disekitar Hotel Oriza Surabaya dan total kunjungan pelancong tampaknya pun berakibat besar menurut hotel ini, dapat dilihat menurut beberapa tahun terakhir hotel ini mengalami penurunan tajam dalam besaran konsumen. Di bawah ini jumlah tamu yang menginap di Hotel Oriza selama 3 tahun terakhir:

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Pengunjung Hotel**

**Periode 2018-2020**

<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH</b>
2018	2234
2019	2615
2020	1975

**Sumber : Hotel Oriza Surabaya**

Menurut daftar di atas, besaran konsumen yang bermalam di hotel berfluktuasi. Pada periode 2017-2020 jumlah tamu cenderung menurun, bahkan pada tahun 2020 terjadi penurunan yang sangat drastis akibat pandemi. Namun dengan adanya manajemen dari Hotel Oriza Surabaya, sehingga hotel tersebut tetap dapat menjalankan kegiatan operasional hotel dengan menjaga tetap protokol kesehatan dan mengubah beberapa kegiatan operasional serta ketentuan – ketentuan yang baru.

Dengan dilatarbelakangi beberapa teori, analisis terdahulu serta fenomena permasalahan, jadi dilaksanakan analisis bakal memahami faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang bermalam di hotel. Pada analisis ini, variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, serta tempat sebagai fokus analisis. Analisis difokuskan dalam ketiga variabel tersebut diharapkan dapat memberikan

pengaruh yang signifikan terhadap minat pengunjung untuk menginap di Hotel Oriza di Surabaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah analisis, maka dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pengunjung Hotel Oriza di Surabaya ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat pengunjung Hotel Oriza di Surabaya ?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat pengunjung Hotel Oriza di Surabaya?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat pengunjung Hotel Oriza di Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian dilakukan tujuannya untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pengunjung Hotel Oriza di Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat pengunjung Hotel Oriza di Surabaya.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap minat pengunjung Hotel Oriza di Surabaya.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat pengunjung Hotel Oriza di Surabaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat pada analisis ini ialah:

### 1. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Riset ini diinginkan mampu menjadi tumpuan serta bahan diskusi terutama terkait kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi serta minat pengunjung.

### 2. Aspek Akademis

Meningkatkan pengetahuan mahasiswa khususnya pada mata kuliah manajemen pemasaran guna mempelajari pengaruh kualitas pelayanan, persepi harga, dan lokasi terhadap minat pengunjung Hotel Oriza di Surabaya.

### 3. Aspek Praktis

Kajian ini diharapkan dapat bermanfaat serta sebagai media pembelajaran dan masukan bagi penulis yang kembai melakukan kajian kembali mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap minat pengunjung.