

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia pariwisata di Indonesia ini semakin berkembang pesat dan cukup menggembirakan sektor pariwisata mempunyai peran dan fungsi strategis dalam perkembangan perekonomian di Indonesia melalui pembangunan pariwisata, disamping meningkatkan penerimaan negara melalui devisa dan pajak, diharapkan bisa memperluas kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan penduduk setempat, sampai saat ini telah banyak usaha yang dilakukan pemerintah untuk memajukan pembangunan di sektor pariwisata agar mampu menarik minat wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara, diantaranya melalui promosi, penataan objek wisata serta pembangunan sarana dan prasarana kepariwisataan. Pariwisata kini sudah menjadi suatu komoditas yang dibutuhkan oleh hampir setiap individu.

Semakin meningkatnya kunjungan wisata di Indonesia harus juga diimbangi dengan peningkatan berbagai sarana dan bisnis penunjang bidang pariwisata contoh bisnis penunjang tersebut antara lain adalah jasa perhotelan, villa, restoran, agen perjalanan dan *art shop*. Perkembangan industri perhotelan saat ini tumbuh sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat di antara industri perhotelan. Perusahaan perhotelan berlomba-lomba menawarkan berbagai fasilitas, kualitas pelayanan sebaik mungkin untuk memberikan nilai tambah pada pelayanan yang ditawarkannya. Upaya tersebut dilakukan agar tetap dapat service di tengah persaingan yang sangat ketat dan tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen sehingga mempunyai konsumen yang loyal.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual, beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual, sedangkan layanan yang dijual adalah keramahan-tamahan dan keterampilan karyawan hotel dalam melayani konsumen atau pelanggannya, kotler dan Amstrong (2004) mendefinisikan jasa sebagai aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang ada pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan tranfer kepemilikan.

Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan, perjalanan bisnis atau berwisata dan tidak memiliki relasi atau kerabat di tempat tujuan, namun seiringnya berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Menurut Grolier Elektronik Publishing Inc. (1995) yang dikutip oleh Agus Sulasrtiyono (2006), Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, tempat makan, dan pelayanan – pelayanan lain untuk umum. saat ini, hotel sudah banyak digunakan sebagai tempat untuk melakukan berbagai acara seperti acara pernikahan, rapat dinas atau intansi atau perusahaan, launching untuk produk baru dan tidak jarang pula hotel digunakan untuk saranan berakhir pekan atau liburan bagi kalangan masyarakat menengah keatas, disini diharapkan para pengusaha hotel tanggap dan merespon perubahan-perubahan ini.

Meski pemerintah melarang penggunaan hotel untuk kegiatan instansi negara, industri perhotelan di Jawa Timur terus mengalami peningkatan.

Kontribusi media merupakan faktor pendorong pesatnya industri perhotelan sepanjang tahun ini.

Industri perhotelan di Jawa Timur khususnya Surabaya tahun ini masih terus bertumbuh. Bidang bisnis ini tidak goyah meskipun pemerintah mengeluarkan kebijakan yang melarang para penyelenggara negara untuk menggunakan hotel sebagai tempat rapat. Pertumbuhan ini diprediksi akan terus naik hingga 30 persen. Hal ini disampaikan Prima Soemarso, wakil ketua Forum Komunikasi Hotel dan Media (FKHM).

Ia menyampaikan bahwa bertahannya industri perhotelan ini disebabkan kontribusi besar yang dimainkan media. Ia bahkan menyebut bahwa pewarta juga menyumbang angka 50 persen.

Menurut wakil ketua FKHM, Prima Soemarso peranan media ini sangat penting sekali, bisa jadi kami sebagai mediator hotel bisa mendapat informasi penting, dan bisa kami sampaikan secara internal," kata

Forum komunikasi hotel dan restoran memprediksi bahwa media akan terus berkontribusi besar dalam pertumbuhan industri perhotelan Jawa Timur pada tahun-tahun mendatang. Terlebih potensi wisata di Jawa Timur yang cukup besar menjadi pendorong signifikan dalam menambah pundi-pundi emas industri perhotelan.

Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik konsumen atau pelanggan dan mempertahankannya dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar mereka merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Layanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tidak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dapat menyelamatkan layanan yang buruk (Orilio, 2005). Hal ini membuktikan

bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek atau faktor yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan Serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama konsumen atau pelanggan tersebut berada di hotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning service dan lain sebagainya*.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service dan perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Ini artinya *image* kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pernyataan ini juga diperkuat oleh (Zeithaml, 1996) yaitu "*a customer's judgment of the overall excellence or superiority of a service*". Seringkali kita juga pernah mendengar istilah bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin kelebihan kualitas pelayanan diharapkan mampu menarik konsumen atau kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan perusahaan .

Disamping kualitas pelayanan yang baik, faktor lain mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Sinar Hotel II Sidoarjo adalah harga .harga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk (Monroe, 1990) .

Persaingan di era globalisasi seperti saat ini, harga pada suatu perusahaan jasa juga merupakan hal yang semakin penting dengan

perusahaan menetapkan harga pada setiap jasa yang diberikan, akan memiliki pengaruh terhadap tingkat permintaan terhadap jasa (dalam hal ini perusahaan jasa perhotelan). Dalam sebagian besar kasus, permintaan dan harga biasanya berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk atau jasa. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk (Kotler,2001). Dengan begitu, penetapan harga tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Bila harga produk tersebut diterima konsumen, maka produk atau jasa tersebut akan diterima oleh masyarakat. Penetapan harga suatu produk atau jasa perlu adanya pertimbangan dari perusahaan yang bersangkutan, namun harus disesuaikan dengan manfaat, kualitas produk, dan nilai yang ada dalam produk tersebut. Menurut Tjiptono, dkk (2008) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan terutama yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Keputusan mengenai harga tidaklah mudah dilakukan. Disuatu sisi, harga yang terlalu mahal meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau konsumen. Sedangkan bila harga terlalu murah, pangsa pasar dapat melonjak. Akan tetapi, merjin kontribusi dana laba bersih yang di peroleh dapat menjadi sangat kecil, bahkan tidak cukup untuk mendukung pertumbuhan atau ekspansi organisasi perusahaan. Bahkan sampai perang harga antar perusahaan perhotelan pun dilakukan. Dari memasang harga dengan harga yang miring dan didukung dengan kualitas yang bagus. Semuanya dilakukan perusahaan perhotelan ternama semata-mata hanya

untuk meraih pangsa pasar agar semua konsumen atau pelanggan memakai jasanya.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam membangun sebuah usaha Perusahaan adalah tempat perusahaan akan berlokasi. Menurut Murti dan Soeprihanto (1999) letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Kebanyakan dari para pengguna jasa hotel adalah meraka yang berasal dari luar daerah yang memiliki kepentingan atau urusan di sekitar hotel itu berada baik untuk tujuan wisata, bisnis, acara kedinasan atau sekedar tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan meraka. Untuk itu lokasi hotel yang strategis akan lebih memudahkan konsumen mendapatkan akses ke tujuannya. Semakin dekat lokasi hotel dengan tempat wisata atau fasilitas-fasilitas umum lainnya akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. Menurut Heizer (2001) lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsive terhadap kemungkinan perusahaan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang.

Kota Sidoarjo adalah sebuah kabupaten di provinsi Jawa timur, kabupaten ini berbatasan dengan kota Surabaya dan kabupaten Gresik di utara selat madura di timur kabupaten pasuruan di selatan serta kabupaten Mojokerto barat. Bersama dengan Gresik, Sidoarjo merupakan salah satu penyangga utama kota Surabaya, dan termasuk dalam kawasan Gerbangkertosusilo.

Pada saat ini juanda di kota Sidoarjo, terdapat banyak hotel yang menawarkan kamar yang berserta fasilitas yang menarik para wisatawan,

sinar hotel merupakan salah satu hotel yang ada di Juanda Kota Sidoarjo, Sinar Hotel adalah salah satu hotel kelas melati yang berlokasi di Jl Raya Pabean No 30-36 Kec Sedati Kab Sidoarjo, Sinar Hotel II merupakan hotel yang tidak hanya menerima tamu yang menginap saja, tetapi juga menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung jasa seperti menyediakan ruangan seminar atau rapat yang menampung sampai kurang lebih 250 orang. Selain itu juga terdapat *pool room*, ruang meeting, *restaurant, free shuttle car to/ from airport*, *free hotspot wifi, laundry, free breakfast buffet for 2 pax, welcome drink* berupa minuman selamat datang dan area parkir. Hotel ini memiliki 61 kamar yang terdiri dari *standard room*, *executive room* dan *suite room*. Harga setiap kamar berbeda, karena kelengkapan fasilitas yang dimiliki tiap kamar juga berbeda.

Sinar Hotel II berdiri pada tahun 2002 diresmikan oleh Presiden ke-4 KH. Abdulrahman Wahid (Gusdur) dan daya tarik Sinar Hotel II diantaranya adalah akses jalan masuk ke Sinar Hotel sangat mudah dan strategis dimana dengan halaman yang cukup luas untuk digunakan sebagai tempat parkir, fasilitas tempat parkir cukup memadai, jadi kita tidak perlu khawatir apabila membawa kendaraan sendiri, dijamin kendaraan akan aman dan tidak lecet saat diparkir. Dibandingkan dengan pesaing hotel lainnya yang mempunyai tempat parkir yang kurang memadai dan memutar balik kendaraan sulit dan di depan Sinar Hotel II terdapat SPBU di sebelah lainnya terdapat Mc'donalds 24jam dan Minimarket 24jam sebelah kiri dari Sinar Hotel II dan jarak Sinar Hotel II ke Bandara Juanda T1, 10 menit ke Bandara Juanda T2, cukup 15 menit sungguh lokasi yang strategis.

Selain itu Sinar Hotel II memiliki pemandangan yang indah dan tempatnya yang sejuk jadi misalnya jika sudah sampai lokasi Sinar Hotel II

kontan saja terasa sejuk dan nyaman ,karena lokasi hotel dianungi dengan banyak pepohonan rindang dan taman serta kolam ikan ditengah taman yang cukup besar .Dibanding dengan hotel lainnya yang rata-rata lokasi hotelnya tidak banyak pepohonan dan panas.

Kekurangan dari sinar hotel II adalah minimnya karyawan disinar hotel menjadikan kinerja tidak maksimal, adapun masih ketergantungan menggandalkan anak magang sekolah perhotelan yang berdurasi 3 bulan sampai 6 bulan pertahun, dan akses jalan utama yang begitu macet ketika jam kerja, imbas dari ketimpangan antara pertumbuhan jumlah hotel dan jumlah kunjungan wisatawan dampaknya juga berdampak pada hotel ini.

Tabel1.1 Jumlah pengunjung atau Tamu Hotel Sinar II

Tahun	Jumlah Tamu (orang)
2012	17638
2013	18066
2014	14000
2015	15626
2016	14822

Sumber :Sinar Hotel,2016

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah tamu yang menginap di Hotel tersebut. selama priode tahun 2012- 2016 jumlah tamu yang menginap cenderung mengalami penurunan, pada tahun 2013 jumlah tamu Hotel sampai mengalami kenaikan namun kembali mengalami penurunan pada tahun berikutnya, begitu juga di tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah tahun tamu dan kembali mengalami penurunan di tahun 2016. penurunan jumlah tamu hotel ini, tentunya harus diantisipasi oleh pihak hotel dengan melakukan penelitian atau penyelidikan mengenai penyebab

penurunan ini, Hal ini sebenarnya tidak sesuai atau jauh yang ditargetkan pihak hotel.

Konsumen merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya dan tingkat ekonomi. menurut payne (2000) pemasaran jasa merupakan proses mempersepsikan, memahami, mentimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih Sinar Hotel II ,dalam penelitian ini dipilih variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi sebagai fokus dan penelitian.penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Sinar Hotel II juanda di Sidoarjo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan belakang masalah tersebut, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga promosi dan lokasi secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih Sinar Hotel II Sidoarjo?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Sinar Hotel II Sidoarjo?
3. Faktor apakah yang dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam Sinar Hotel II Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih Sinar Hotel II Sidoarjo.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Sinar Hotel II Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui faktor yang dominan menjadi keputusan konsumen dalam memilih Sinar Hotel II Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menginginkan agar hasil penelitian memberikan manfaat bagi pembaca, yaitu berupa manfaat praktis dan manfaat teoritis,

1. Manfaat praktis

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang dapat digunakan oleh evitas akademika Universitas Stie Mahardika dan dapat juga memberikan informasi dan pengetahuan guna pembangunan penelitian.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi, masukan dan pertimbangan bagi pihak Sinar Hotel II untuk melakukan perbaikan-perbaikan, dalam rangka pengembangan dan penyempurnaan usaha perhotelan, terutama yang berhubungan kualitas, pelayanan, harga promosi yang disediakan dan pemilihan lokasi sehingga

bisa mempertahankan jumlah pelanggan dan bila perlu meningkatkan jumlah pengguna jasa perusahaan tersebut.