

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi memberikan pengaruh terhadap aspek pemasaran. Manajemen perusahaan dituntut untuk mempunyai konsep pemasaran yang tepat agar senantiasa mampu mengatasi persaingan dalam dunia bisnis. Adanya persaingan bisnis ini memunculkan ide-ide baru untuk berinovasi dalam membangun suatu usaha atau menyediakan barang dan jasa agar lebih memiliki keunggulan bahkan ciri khas tersendiri dalam sektor pariwisata. Pada umumnya, setiap perusahaan menganut sistem pemasaran yang berorientasi kepada konsumen yaitu sistem pemasaran yang senantiasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Di era persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan semakin menyadari bahwa pentingnya loyalitas pelanggan untuk menjamin kelangsungan bisnisnya.

Pandemi COVID-19 ini menyebabkan di Indonesia menerapkan adanya kondisi physical distancing. Pemerintah memberlakukan adanya pembatasan social atau kondisi menjaga jarak untuk mencegah penularan virus corona 19 (Hendriyati & Santoso, 2021; Pakpahan, 2020; Putri, 2020). Masyarakat dihimbau untuk menghindari adanya kerumunan, keluar rumah maupun beraktivitas yang melibatkan banyak pihak/orang. Semua aktivitas dan kegiatan disarankan dilakukan melalui rumah saja sehingga muncullah istilah WFH (Work From Home) (Chang et al., 2020; Darmalaksana et al., 2020; Nurkholis, 2020). Penerapan kondisi physical

distancing mengakibatkan penggunaan internet semakin pesat untuk aktivitas pekerjaan, belajar atau kegiatan lainnya. Dengan melakukan aktivitas dirumah diharapkan dapat memutuskan penyebaran COVID-19, oleh karena itu masyarakat dihimbau untuk dirumah saja (Nalini, 2021; Pakpahan, 2020).

Dengan adanya pembatasan social dan pemberlakuan segala aktivitas di rumah saja menyebabkan penurunan terhadap sector pariwisata yang mengakibatkan bisnis dalam bidang perhotelan pun sepi, karena penutupan beberapa objek wisata oleh kondisi penyebaran Covid-19 yang dengan aturan pemerintah diwajibkan untuk menjaga jarak.

Tabel 1.1
Persentase Hunian Hotel di Bandung

Tahun	Persentase Tingkat Hunian (%)
2018	67.8
2019	56.31
2020	38.2
2021	35.01

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Dapat dilihat dari tabel 1.1 diatas dampak yang disebabkan oleh virus COVID-19 menyebabkan persentase penurunan pada setiap hotel yang ada di Bandung yang setiap tahunnya menurun secara signifikan sampai di tahun 2021 hanya mendapat persentase 35,01%.

Salah satu hotel yang terkena dampak pandemi adalah Hotel Dago Highland Resort, di bawah naungan PT. Berkat Jaya Sejati merupakan hotel bintang 3 dengan konsep resort yang menawarkan suasana yang sepi dan hening. Sangat cocok bagi yang

menginginkan waktu bersama pasangan untuk menginap di hotel ini. Ditambah dengan kesejukan udara di kawasan Dago Atas. Hotel ini juga cocok untuk yang ingin bersantai sambil melepaskan penat dan stress selepas bekerja seharian.

Jika dilihat berdasarkan kualifikasi bintang atau star, hotel saat ini setidaknya dapat dibedakan menjadi lima tipe, yakni hotel bintang 1, hotel bintang 2, hotel bintang 3, hotel bintang 4, dan hotel bintang 5. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI No. PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel, hotel bintang sendiri dikatakan sebagai hotel yang telah memenuhi kriteria penilaian penggolongan kelas hotel.

Khusus untuk hotel bintang 3, ini dapat dikatakan sebagai penginapan yang punya level setingkat lebih tinggi dari bintang 2 dan dua tingkat lebih tinggi dari bintang 1. Umumnya, hotel ini punya lokasi yang strategis (di pusat kota, dekat pusat bisnis dan perbelanjaan), serta punya fasilitas yang oke.

Produk-produk yang ditawarkan oleh pihak hotel Dagohighland resort pun tidak kalah menarik dengan hotel lain seperti fasilitas kamar *Double Or Twin Superior Room Only* dengan 1 *king bed* atau 1 ranjang yang bisa di tempati oleh 2 tamu, lalu ada juga *Executive Room* yang dilengkapi bathub, balkon/teras, pembuat kopi/teh, dan Ac juga dilengkapi dengan fasilitas lainnya seperti area main anak, taman, kolam renang outdoor, bila ingin memakai untuk kebutuhan acara lain seperti rapat bisnis, pernikahan dan lain lain, hotel menyediakan fasilitas ruang rapat khusus dilengkapi dengan proyek dan failitas rapat lainnya. Pihak hotel juga menjamin layanan servis dan keamanan 24 jam kepada setiap pelanggan yang menginap di Dagohighland Resort.

Dengan pesatnya persaingan di bidang industri perhotelan pada saat ini, dan kondisi pandemic yang belum tentu sampai kapan berakhir perusahaan penyedia layanan jasa perhotelan harus bisa memberikan pelayan terbaik agar bisa tetap bersaing dan pelanggan loyal kepada perusahaan. Berikut ini hasil observasi yang dilakukan kepada 20 responden pelanggan hotel Dagohighland resort untuk mengetahui seberapa besar loyalitas pelanggan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Hasil observasi loyalitas pelanggan hotel

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Responden	%
1	Keinginan kembali menginap di hotel Dagohigland Resort	6	14	20	17.5
2	Keinginan untuk merekomendasikan hotel Dagohighland Resort kepada pihak lain	4	16	20	20
3	Keinginan untuk menjadikan prioritas utama dalam memilih hotel Dagohighland Resort	5	15	20	18.75
4	Keinginan untuk menilai kinerja layanan hotel Dagohighland resort	9	11	20	13.75
Jumlah		24	56	80	70
%		30	70		

Sumber: Hasil observasi peneliti

Dari hasil observasi di atas dapat di lihat masih banyak responden menjawab tidak setuju sebesar 70% terhadap loyalitas pelanggan hotel Dagohigland Resort. Kebanyakan responden menjawab tidak ingin kembali menginap di hotel Dagohighland Resort, juga tidak ingin untuk merekomendasikan menginap di hotel Dagohighland Resort, ditambah dengan banyaknya jawaban responden yang tidak setuju dalam hal menjadikan prioritas utama hotel Dagohighland Resort sebagai penginapan ketika berlibur juga mengeluh dengan menilai kurang baik kinerja yang diberikan oleh hotel Dagohighland resort.

Perusahaan berharap agar dapat mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Sebab apabila perusahaan mempunyai pelanggan yang loyal maka pelanggan tersebut tidak hanya akan menggunakan produk atau jasa secara terus menerus, tetapi dengan sendirinya pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain sesuai dengan apa yang dirasakan. Pelanggan yang loyal memiliki kecenderungan yang lebih rendah untuk berpindah merek kepada produk atau jasa pesaing.

Seorang pelanggan itu dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal apabila seorang pelanggan tersebut memiliki komitmen yang kuat untuk membeli atau menggunakan barang tersebut secara rutin. Salah satu faktor yang dapat mempertahankan loyalitas pelanggan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut Tjiptono (2016:59) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi dan keunggulan baik atau buruknya sajian yang diberikan oleh penjual dalam rangka memuaskan konsumen dengan memberikan atau menyampaikan keinginan atau permintaan melebihi apa yang diharapkan konsumen. Meningkatkan kualitas pelayanan akan membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa diberikan oleh perusahaan juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Berikut ini hasil observasi yang dilakukan terhadap 20 orang responden pelanggan Dagohighland resort.

Tabel 1.3
Hasil Observasi Kualitas Pelayanan Hotel Dagohigland Resort

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Responden	%
1	Sarana dan prasarana sesuai dengan kriteria hotel berbintang	5	15	20	15
2	Staf hotel dagohigland resort bersikap profesional cepat tanggap dalam menangani permasalahan pelanggan	6	14	20	14
3	Staf hotel dago highland resort bersikap profesional dalam menangani keinginan pelanggan	8	12	20	12
4	Staff hotel dago highland resort bersikap profesional dalam menangani kepentingan pelanggan	9	11	20	11
5	Staff hotel dago highland resort memberikan jaminan kepada pelanggan sesuai dengan SOP	7	13	20	13
Jumlah		35	65	100	65
%		35	65		

Sumber: Hasil Observasi Peneliti

Dari hasil observasi di atas dapat dilihat masih banyak responden menjawab tidak setuju sebesar 65% terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel Dagohigland resort yang menyebabkan Loyalitas Pelanggan menurun. Kebanyakan responden mengeluhkan sarana dan prasana yang diberikan hotel tidak sesuai dengan kriteria hotel berbintang, lalu pada sikap staf hotel yang kurang profesional dalam menangani permasalahan pelanggan, ditambah dengan pemenuhan keinginan pelanggan dan juga menangani kepentingan pelanggan. Staff hotel kurang bisa memberikan jaminan kepada pelanggan sesuai dengan SOP yang sudah diterapkan.

Berdasarkan observasi dan uraian pada latar belakang di atas, dirasakan perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL DAGOHIGHLAND RESORT BANDUNG “**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Sarana dan prasarana hotel Dagohighland Resort tidak sesuai dengan kriteria Hotel berbintang pada umumnya
2. Staff hotel Dagohighland Resort kurang bersikap professional dalam menangani permasalahan pelanggan
3. Staff hotel Dagohighland Resort kurang bersikap professional dalam menangani keinginan pelanggan
4. Staff hotel Dagohighland Resort kurang bersikap professional dalam menangani kepentingan pelanggan
5. Staff hotel Dagohighland Resort kurang bisa memberikan jaminan kepada pelanggan sesuai dengan SOP
6. Kebanyakan pelanggan tidak setuju untuk kembali menginap di hotel Dgohighland Resort
7. Kebanyakan tidak setuju untuk merekomendasikan hotel Dagohighland Resort kepada pihak lain

1.3 Batasan Masalah

Dilihat dari identifikasi masalah mengenai dimensi permasalahan yang begitu luas, maka peneliti memandang perlu memberi batasan masalah secara jelas.

1. Penelitian ini dibatasi dengan hanya meneliti kualitas pelayanan dan loyalitas Pelanggan sesuai keadaan hotel Dagohighland Resort saat ini
2. Kualitas pelayanan yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan hotel Dagohighland Resort

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi terdapat beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan di hotel Dago Highland Resort
2. Bagaimana Loyalitas Pelanggan di hotel Dago Highland Resort
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas baik secara parsial

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data-data dan informasi mengenai kualitas pelayanan agar dapat mengetahui sejauh mana perannya terhadap loyalitas pelanggan.

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menggambarkan , menganalisis dan mengkaji:

1. Kualitas pelayanan di hotel Dago Highland Resort.
2. Loyalitas pelanggan di hotel Dago Highland Resort
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas baik secara parsial pada pelanggan hotel Dago Highland Resort.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan bahan referensi dalam bidang Manajemen Pemasaran, selain itu ini juga diharapkan dapat memperkuat teori-teori untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang khususnya tentang teori pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan tentang pentingnya kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan saat ini kemudian data dari variabel-variabel penelitian dilihat dari masukan dan saran yang berguna bagi peningkatan visi perusahaan

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan dengan objek observasi pada pelanggan di hotel Dagohighland resort Jl. Bukit Pakar Timur IV No.88, Ciburial, Kec. Cidadap, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40141

1.7.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada semester Genap tahun ajaran 2022 yaitu antara bulan Januari 2022 sampai bulan April 2022.

Tabel 1.4
Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul			■																	
2	Pengumpulan Data				■																
3	Pengolahan Data						■														
4	Penyusunan Skripsi							■													
5	Pengajuan SUP								■												
6	Sidang SUP										■										
7	Revisi Data											■									
8	Revisi Pengolahan Data												■								
9	Revisi Penyusunan Skripsi															■	■				
10	Pengajuan Sidang Akhir																			■	■

Sumber: Hasil olah data peneliti