

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia pariwisata dewasa ini berkembang cukup pesat baik di kawasan Asia maupun kawasan lain didunia. Berkembangnya pariwisata ini didukung oleh suhu politik yang baik suatu negara dan pertumbuhan ekonomi yang baik pula. Sebagai contoh kawasan Asia yang dalam tahun – tahun terakhir ini menjadi sorotan karena bergesernya poros ekonomi dunia. Sebagai contoh China yang pertumbuhan ekonominya akhir– akhir ini mencapai 6% lebih dan Indonesia mencapai hampir sekitar 5% (sumber Laporan Perekonomian Indonesia 2015) memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan pariwisata baik asing maupun domestik. Tingkat keamanan yang cukup kondusif juga memberikan peluang bagi berkembangnya dunia pariwisata di Indonesia. Pemerintah Indonesia berkomitmen terus memajukan dunia pariwisata dalam negeri karena tidak bisa dipungkiri bahwa pariwisata menjadi salah satu andalan pemerintah untuk mendatangkan devisa negara. Walaupun telah mempunyai destinasi andalan seperti Bali, pemerintah juga mengembangkan destinasi lebih ke bagian timur lagi, disamping destinasi – destinasi yang lain juga lebih dikembangkan.

Persaingan di dunia pariwisata membutuhkan strategi pemasaran yang handal agar bisa *survive* dalam menjalankan usaha ini. Perusahaan harus mampu dan jeli menangkap setiap peluang yang ada. Apalagi dengan meningkatnya kemauan masyarakat lokal yang juga terus menciptakan banyak peluang.

Pariwisata seakan-akan sudah menjadi kebutuhan primer bagi manusia akhir – akhir ini. Banyak obyek-obyek atau tempat tujuan wisata baru yang muncul dan dikembangkan dengan harapan mampu mendatangkan wisatawan dan akhirnya akan mendatangkan keuntungan bagi negara dan pengelolanya. Pengembangan obyek atau tempat tujuan wisata juga diikuti dengan fasilitas-fasilitas yang pendukung seperti hotel atau tempat penginapan. Hotel yang bermunculan juga bermacam-macam kelasnya. Mulai dari *homestay*, hotel kelas Melati dari kelas Melati 1 sampai 3, hotel bintang sampai *pearl* dan *resort* yang lebih spesifik. Tentu saja ini akan memunculkan tingkat persaingan yang cukup ketat.

Candi Borobudur sebagai warisan dunia telah menjadi magnet bagi pertumbuhan industri pariwisata di Borobudur khususnya dan daerah – daerah sekitarnya seperti Magelang, Yogyakarta dan Semarang. Banyak sekali wisatawan yang berkunjung ke Candi Borobudur tiap hari. Wisatawan lokal dari kalangan pelajar, instansi maupun keluarga dan wisatawan asing dari Eropa(German, Italia, Belanda dan sebagainya), Asia(Jepang, Malaysia, Singapura dan sebagainya), Amerika, Australia dan masih banyak lagi. Wisatawan ini ada yang hanya sekedar berkunjung atau transit dan ada pula yang tinggal atau menginap.

Manohara Center Of Borobudur Study atau sering disebut Hotel Manohara di Borobudur adalah hotel yang termasuk berdiri paling awal di Borobudur. Terletak di komplek Candi Borobudur tentu memiliki lokasi yang sangat strategis dan tidak bisa disaingi oleh hotel manapun. Lokasi yang sangat strategis ini tentu akan menimbulkan citra yang sangat positif di hati konsumen.

Citra positif ini akan semakin terasa ketika hotel ini mampu menghadirkan pelayanan yang baik kepada konsumen hingga akan terbentuk persepsi positif. Rentang waktu yang cukup lama dari tahun 1991 mulai membuahakan hasil berkat upaya pemasaran yang dilakukan terus menerus dengan menggunakan cara yang masih tradisional sampai memanfaatkan teknologi yang berkembang akhir-akhir ini.

Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama hotel merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan hotel juga mudah ditiru". Oleh karena itu persaingan akan dipengaruhi oleh kemampuan hotel memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya. Era sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa.

Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan (*customer*) semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan. Sehingga bagi perusahaan, kunci kearah profitabilitas bukan lagi *volume* penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan pelayanan jasa suatu perusahaan jasa akan menggunakan jasa perusahaan tersebut dimasa yang akandatang, mereka bisa saja menjadi pelaku promosi mulut ke mulut (*mouth to mouth*) yaitu dengan menyarakan kerabat atau rekan yang dikenalnya untuk menggunakan jasa perusahaan yang sama.

Bagaimana perusahaan mengetahui kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan menggunakan alat pengukur kepuasan nasabah, yang mencakup Sistem keluhan dan saran, Survey Kepuasan Pelanggan, *Ghost Shopping* yaitu mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial dan *lost customer analysis* yaitu menghubungi pelanggan yang berhenti menggunakan jasa perusahaan atau beralih ke perusahaan lain.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat kepuasan yang diperoleh dari jasa yang diberikan. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perhotelan, merupakan bisnis penyedia jasa penginapan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Hal itu juga terjadi di Manohara *Center Of Borobudur Study* atau sering disebut Hotel Manohara di Borobudur, kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan. Sesuai dengan visi dan misinya yang selalu menonjolkan nilai kebudayaan Indonesia, termasuk sisi keramah-tamahannya kepada seluruh tamunya.

Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP**

KEPUASAN KONSUMEN PADA MANOHARA CENTER OF BOROBUDUR STUDY”.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima aspek yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.
2. Wilayah dalam penelitian ini dibatasi pada *Manohara Center Of Borobudur Study* yang beralamat di Jalan Badrawati Komplek Candi Borobudur Magelang, Jawa Tengah.
3. Konsumen dibatasi pada konsumen lokal atau dalam negeri yang minimal berumur 18 tahun dan pernah berkunjung dan menggunakan jasa *Manohara Center Of Borobudur Study*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen *Manohara Center Of Borobudur Study*.
2. Diantara variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi konsumen *Manohara Center Of Borobudur Study*.

D. Tujuan Penulisan Skripsi

Dari rumusan tersebut diatas maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen *Manohara Center Of Borobudur Study*.
2. Untuk mengetahui diantara variable kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi konsumen *Manohara Center Of Borobudur Study*

E. Manfaat Penulisan Skripsi

Manfaat yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian diatas adalah :

1. Untuk pihak perusahaan, penelitian ini bisa sebagai sarana untuk memberikan sumbangan penilaian mengenai kepuasan konsumen agar perusahaan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat lebih meningkatkan atau mempertahankan kualitas pelayanan.
2. Bagi pihak peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai kualitas pelayanan khususnya pada perhotelan di *Manohara Center Of Borobudur Study*.
3. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian – penelitian selanjutnya bagi peneliti sendiri.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah dan definisi operasional, tujuan penelitian, manfaat dan kerangka penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Pustaka

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, hasil penelitian sebelumnya, hipotesa Penelitian dan kerangka pikir penelitian.

BAB III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan mengenai lokasi penelitian, sampel dari penelitian, metode sampling yang ditempuh, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan kesulitan – kesulitan yang timbul selama penelitian dan cara pemecahannya.

BAB IV : Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini berisi gambaran umum sesuai dengan keadaan perusahaan tempat diadakannya penelitian.

BAB V : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang terpadu.

BAB VI : Kesimpulan dan Saran

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dariseluruh penelitian yang dilakukan dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.