

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis pariwisata yang semakin bersaing menuntut adanya berbagai macam perubahan terhadap praktek bisnis yang dilakukan. Perubahan ini dilakukan dengan tujuan agar organisasi bisnis tetap bertahan dan bahkan dapat meningkatkan prestasi bisnisnya. Bisnis pariwisata merupakan bidang usaha ekonomi kreatif yang berkembang pesat pada saat ini sebagai sumber devisa Negara, karena dengan meningkatkan potensi pariwisata disuatu daerah mampu menambah perluasan kesempatan tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Negara Indonesia merupakan salah satu tujuan pariwisata yang mampu bersaing dengan tujuan pariwisata dari negara-negara lain. Indonesia memiliki pemandangan alam indah yang tidak dimiliki oleh Negara lain, seperti pantai yang indah, pegunungan yang asri, beragam jenis budaya (*cultural heritage*) pada setiap daerah, penduduk yang memiliki keramah tamahan yang sangat baik. Semua itu merupakan modal utama dalam bersaing didunia bisnis pariwisata yang mampu menarik para

wisatawan datang ke Indonesia sekaligus menjadi daya jual tersendiri bagi Indonesia.

Tingkat daya jual Indonesia dapat dilihat dari data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia Juni 2019 mengalami kenaikan 9,94 persen dibanding jumlah kunjungan pada Juni 2018. Begitu pula, jika dibandingkan dengan Mei 2019, jumlah kunjungan wisman pada Juni 2019 mengalami kenaikan sebesar 15,48 persen. Secara kumulatif (Januari–Juni 2019), jumlah kunjungan wisman ke Indonesia mencapai 7,83 juta kunjungan atau naik 4,01 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama tahun 2018 yang berjumlah 7,53 juta kunjungan (BPS, 2019)

Salah satu hal yang mampu mendukung peningkatan di sektor pariwisata adalah adanya penyediaan akomodasi termasuk hotel. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia pada Juni 2019 mencapai rata-rata 52,27 persen atau naik 0,23 poin dibandingkan dengan TPK Juni 2018 yang tercatat sebesar 52,04 persen. Demikian pula, jika dibanding TPK Mei 2019, TPK hotel klasifikasi bintang pada Juni 2019 mengalami kenaikan sebesar 8,74 poin (BPS, 2019). Salah satu hotel berbintang yang memiliki lokasi yang sangat strategis adalah Hotel Platinum Adisucipto Yogyakarta. Platinum Adisucipto Yogyakarta adalah hotel bintang empat yang ingin menunjukkan eksistensinya di bisnis akomodasi pariwisata yang ada di Yogyakarta. Platinum Adisucipto

Yogyakarta memiliki lokasi yang sangat dekat dengan bandara Adisucipto Yogyakarta hanya sekitar 10 meter, dimana wisatawan dipermudahkannya mendapatkan akomodasi untuk berkunjung ke Yogyakarta. Kualitas pelayanan dari karyawan sesuai dengan standar hotel berbintang empat di restaurant, fasilitas meeting dan kamar berusaha bersaing dengan hotel kompetitor yang sudah ada. Hotel Platinum Adisucipto Yogyakarta dibuka pada bulan September tahun 2016 dan sampai saat ini menunjukkan bahwa rata-rata tingkat hunian harus lebih ditingkatkan seiring dengan branding hotel. Cara yang paling penting dalam bisnis jasa dan akomodasi di dunia perhotelan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki sebagai salah satu faktor penentu dalam membantu pelanggan untuk mendapatkan kepuasan selama menginap di Hotel tersebut.

Untuk memenangkan persaingan dalam pemasaran serta agar pelanggan dapat mendapatkan kepuasan pada produk yang ditawarkan perusahaan maka perlu diperhatikan beberapa faktor antara lain kualitas pelayanan dan lokasi.

Menurut Schnaars (1991), pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Salah satu strategi dalam pemasaran adalah pemenuhan dan peningkatan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh hotel tersebut. Kualitas pelayanan yang baik akan memiliki potensi yang besar untuk memenuhi harapan dari pelanggan hotel tersebut sehingga pelanggan tersebut merasa puas telah menggunakan jasa hotel.

Setelah pelanggan tersebut memakai dan menginap di hotel tersebut maka segala kualitas pelayanan akan dinilai apakah hal itu memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan atau sebaliknya. Kualitas pelayanan adalah konsep yang sangat penting bagi perusahaan sehingga perusahaan harus memahami terutama dalam persaingan bisnis yang sangat ketat.

Faktor yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah faktor lokasi atau letak suatu hotel. Lokasi merupakan hal penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa sebuah hotel. Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut berlokasi. Menurut Murti dan Soeprihanto (1999) letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Mayoritas dari pengguna jasa hotel adalah mereka yang berasal dari dalam daerah, luar daerah yang sedang memiliki urusan disekitar hotel itu berada baik untuk tujuan wisata, bisnis, ataupun sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan mereka. Oleh karena itu lokasi hotel yang strategis akan mempermudah konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut. Lokasi hotel Platinum Adisucipto Yogyakarta yang sangat dekat dengan bandara adisucipto juga menjadi hal yang penting untuk diteliti karena hal itu merupakan penentu apakah ada pengaruh terhadap pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan prima dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di hotel Platinum Adisucipto Yogyakarta.

1.2. Batasan Masalah

Batasan masalah skripsi adalah sebagai berikut :

1. Responden pelanggan di hotel Platinum Adisucipto Yogyakarta pada tahun 2019.
2. Pengambilan data dilakukan di hotel Platinum Adisucipto Yogyakarta.

1.3. Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang masalah diatas, maka akan dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kualitas pelayanan prima dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.

2. Menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan prima dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi manajemen dalam mengambil kebijakan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang akan menginap di hotel Platinum Adisucipto Yogyakarta.
- b. Untuk memecahkan masalah dalam pengambilan kebijakan yang akan ditetapkan khususnya mengenai strategi pemenuhan kualitas pelayanan prima dan lokasi di hotel Platinum Adisucipto Yogyakarta.

1.5.2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan berkontribusi terhadap pemahaman dalam konsep-konsep yang terkait.
- b. Menambah pengetahuan peneliti tentang masalah pemasaran khususnya dibidang perhotelan.
- c. Melatih cara berpikir peneliti dalam memecahkan masalah, khususnya dalam hal kualitas pelayanan dan untuk mengetahui

penyesuaian teori yang didapat dari bangku kuliah dengan kenyataan serta kemungkinan adanya penyimpangan yang terjadi antara teori dengan kenyataan di lapangan.