BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan usaha yang pada umumnya sangat menjanjikan dalam meraih devisa Negara. Hal ini perlu mendapatkan perhatian khusus sebagai peluang bisnis dalam perekonomian Indonesia selain faktor-faktor yang lain seperti pendayagunaan industry kecil dan menengah dalam mendongkrak perekonomian nasional yang terpuruk akibat krisis keuangan di masa sekarang. Kesadaran akan perlunya penanganan yang lebih serius terhadap bidang ini telah melahirkan beberapa kebijakan sebagai langkah pengembangannya.

Propinsi Riau sebagai salah satu daerah tujuan wisata, terus melakukan berbagai upaya dan langkah-langkah dalam membenahi diri untuk menarik wisatawan baik lokal maupun turis mancanegara. Ini dapat dirasakan dengan semakin meningkatnya wisatawan yang berkunjung setiap tahunnya ke Propinsi Riau.

Salah satu komponen industri pariwisata yang besar peranannya di Indonesia adalah usaha perhotelan. Dilihat dari fungsi utamanya, produk utama yang dijual oleh usaha perhotelan adalah sewa kamar atau penginapan. Sejalan dengan perkembangan tersebut, maka produk atau jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan sekarang sudah mengalami perkembangan.

Dengan permasalahan dan keadaan yang ada, hotel perlu merencanakan dan menyusun suatu strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam menjaga kelangsungan hidup bisnisnya. Perkembangan industri perhotelan yang pesat menciptakan persaingan yang semakin ketat dan berat, oleh karena itu diperlukan stategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan pendapatan laba bagi hotel tersebut.

Hotel merupakan suatu bentuk jasa akomodasi yang menyediakan fasilitas serta layanan penginapan, restoran, ruang pertemuan (meeting room), cuci pakaian (laundry), dan lain-lain. Hotel juga mempunyai beberapa klasifikasi berdasarkan tingkatan bintang dan persyaratannya, ada juga yang disebut dengan hotel kelas melati (non bintang).

Seiring dengan peningkatan kemampuan ekonomi masyarakat yang ditandai dengan tingginya daya beli masyarakat terhadap produk dan jasa. Maka saat ini kebutuhan masyarakat terhadap produk maupun jasa tidak saja memenuhi kebutuhan-kebutuhan primer dan sekunder tetapi juga mencakup pada kebutuhan akan penghargaan dan prestise.

Setiap usaha perhotelan mempunyai pengertian khusus terhadap kualitas pelayanan, karena setiap restoran dan hotel mencoba untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan sebaik-baiknya. Pelayanan selalu mengacu pada pribadi dan situasi yang ditimbulkan oleh pelayanan itu sendiri sehingga menimbulkan kegembiraan, kesenangan dan kepuasan.

Saat ini kehidupan masyarakat modern terdapat ciri-ciri maupun kebutuhan yang sangat menonjol. Masyarakat membutuhkan kemudahan

dalam menjalani kehidupan, baik kemudahan dalam arti tanpa prosedur yang berbelit-belit dan kesegaran dalam menangani suatu masalah maupun kecepatan dalam pelayanan.

Hotel Mutiara Kandis Kabupaten Siak adalah suatu perusahaan swasta yang bergerak dalam usaha perhotelan. Perusahaan mulai beroperasi sejak tahun 2000 dan secara bertahap telah membangun Hotel Mutiara Kandis, dimana untuk tahap awal bangunan Hotel Mutiara Kandis dengan fasilitas yang ditingkatkan tambahan bangunan dan tambahan fasilitas lainnya, sehingga dapat meningkatkan fasilitas hotel bintang satu.

Menyadari persaingan dalam jasa perhotelan yang cukup tajam, maka pihak Hotel Mutiara Kecamatan Kandis berupaya menarik konsumen dan mempertahankan pelanggan dengan cara lebih berfokus pada pemberian pelayanan (*service*) yang memuaskan. Pihak hotel berkeyakinan bahwa dengan *service* yang baik akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa di Kecamatan Kandis.

Tabel 1.1: Target dan Jumlah Realisasi Hunian Kamar pada Hotel Mutiara Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Tahun 2008-2012.

No	Tahun	Target Hunian	Realisasi Hunian	Persentase
1	2008	9900	9775	99 %
2	2009	9250	8370	90 %
3	2010	8050	7383	92 %
4	2011	7500	6471	86 %
5	2012	6400	5452	85 %

Sumber : Hotel Mutiara Kandis 2014

Pada tabel 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa untuk tingkat hunian pada tahun 2008 target hunian 9900 dengan realisasi 9775 dengan persentase 99%,

pada tahun 2009 target hunian 9250 dengan realisasi 8370 dengan persentase 90%, pada tahun 2010 target hunian 8050 dengan realisasi 7383 dengan persentase 92%, pada tahun 2011 target hunian 7500 dengan realisasi 6471 dengan persentase 86%, dan pada tahun 2012 terget hunian 6400 dengan realisasi 5452 dengan persentase 85%.

Untuk masalah kualitas pelayanan tidak ada terjadinya permasalahan yang dialami pada hotel tersebut, dari segi keramahan karyawan makanan sampai dengan pelayanan-pelayanan atau permintaan dari konsumen karena bagi hotel mutiara kecamatan kandis menjadi prioritas utama.

Dapat ditarik kesimpulan diduga bahwa realisasi hunian atau pengunjung hotel mutiara kecamatan kandis setiap tahunnya terjadi penurunan karena disebabkan adanya wisma dan penginapan-penginap lain yang ada di sekitar kecamatan kandis, sehingga pengunjung lebih memilih penginapan yang lebih murah di banding menginap di hotel.

Tabel 1.2 Daftar Tabel Harga Kamar Hotel Mutiara Kecamatan Kandis Kabupaten Siak

Tipe Kamar	Harga	Fasilitas
Ekonomi	220.000	Toilet, Kipas angin, Water Mineral.
Standar	250.000	Ac, Tv, Toilet
VIP	320.000	Ac, Tv, Telepon, Showwer, Kulkas, Wifi room, Toilet.

Sumber : Hotel Mutiara 2014

Pada Tabel diatas, dapat dilihat perbedaan fasilitas yang diberikan Hotel Mutiara Kandis, tetapi perbedaan itu tidak terlalu menonjol. Perbedaan tersebut sesuai dengan tipe fasilitas dan harga masing-masing kamar.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut :

Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pada Hotel Mutiara Kecamatan Kandis?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
   a. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pada Hotel Mutiara Kecamatan Kandis. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pada Hotel Mutiara Kecamatan Kandis.
2. Manfaat Penelitian

   Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :
   a. Sebagai pedoman atau informasi bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan dalam penjualan dimasa yang akan datang.
   b. Sebagai sarana untuk menambah wawasan penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang berdasarkan praktek yang terjadi.
   c. Sebagai acuan bagi penulis lain yang melakukan penelitian terhadap permasalahan yang sama.

D. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya kedalam enam bab. Dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa yang tepat untuk digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktivitas dan pertumbuhan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan di uraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan).