

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang masalah

Pada masa sekarang ini pembangunan di sektor perekonomian mengalami perubahan yang meningkat. Hal ini terlihat dari berubahnya tingkat kesejahteraan masyarakat yang cenderung meningkat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat muncullah berbagai macam kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh masyarakat sehingga hal ini membuka kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan bisnis nya. Perubahan tersebut tidak hanya pada segi kuantitasnya saja melainkan dari segi kualitas juga.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat berarti juga meningkatnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan masyarakat tersebut. Dengan demikian perusahaan-perusahaan tersebut dihadapkan dengan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang ingin bertahan harus memiliki keunggulan-keunggulan tersendiri yang akan menjadikan nilai plus bagi perusahaan tersebut dimata perusahaan lain. Perusahaan juga harus lebih cermat dan tanggap dalam mengamati kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mereka tahu apa yang diinginkan masyarakat dan dapat memenuhi keinginan tersebut. Dan salah satu keinginan masyarakat itu adalah hotel.

Dewasa ini kita dapat melihat banyaknya pembangunan hotel diberbagai kota di Sumatera. Hal ini tidak lepas karena permintaan pasar yang semakin meningkat terhadap kebutuhan akan hotel yang nyaman. Mungkin fungsi hotel bagi kebanyakan orang dianggap kurang penting, namun bagi mereka yang memiliki aktivitas bisnis yang padat yang mengharuskan mereka pergi dari satu kota ke kota lain untuk berbisnis hal ini tentu saja sangat penting, karena mereka membutuhkan tempat istirahat yang nyaman sebelum kembali menjalankan bisnis nya.

Maraknya pembangun hotel menjadi petanda semakin ketatnya persaingan di industri perhotelan. Pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka. Banyak cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen diantaranya dengan melakukan promosi, diskon, memasang iklan dan sebagainya. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang baik serta keramah-tamahan sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan konsumen.

Hal tersebut tentu saja memberikan dampak positif bagi penyedia jasa serta membangun image positif dimata para konsumen. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen atau bahkan hilang karena konsumen beralih ke jasa layanan lain yang memiliki pelayanan yang lebih baik.

Hotel Natama sebagai salah satu hotel ternama dikota Padangsidempuan Kabupaten Tapanuli selatan Sumatera Utara. Hotel Natama merupakan perusahaan akomodasi yang telah cukup lama beroperasi di kota Padangsidempuan, hotel ini memiliki jumlah kamar sebanyak 70 buah kamar. Dalam menjalankan usahanya, Hotel Natama selalu berusaha melayani tamu dengan sebaik-baiknya diantaranya dengan melayani tamu tepat waktu. Pelayanan merupakan cara promosi yang secara langsung akan memberikan penilaian tersendiri bagi tamu. Tamu akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan hotel itu baik, maka tamu secara tidak langsung akan mempromosikan kepada calon tamu yang lainnya tentang *service* yang diberikan oleh hotel yang bersangkutan, sehingga tamu akan bertambah banyak.

Pada umumnya pengunjung Hotel NATAMA adalah pemerintah, pengusaha, serta masyarakat umum yang membutuhkan pelayanan jasa perhotelan, Semua tamu ini menginginkan pelayanan yang baik dari hotel NATAMA, dan untuk mengetahui perkembangan tingkat hunian kamar pada hotel NATAMA dapat dilihat tabel I.1

Tabel 1.1 : Perkembangan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel NATAMA
 Pada Tahun 2009-2013

Tahun	Jumlah kamar	TargetPenjualan kamar	Realisasi Penjualan kamar	Persentase (%)
2009	70	25000	13.040	52,14 %
2010	70	25000	14.120	56,48 %
2011	70	25000	11.600	46,4 %
2012	70	25000	10.520	42,08 %
2013	70	25000	13.760	55,04 %

Sumber: Hotel NATAMA

Dari Tabel 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa tahun 2010 mengalami peningkatan penjualan kamar. Namun pada tahun 2011 dan 2012 kembali mengalami penurunan tetapi di tahun 2010 mengalami kenaikan. Namun target penjualan yang ditetapkan tidak sesuai dengan realisasi penjualan. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2009 target penjualannya sebanyak 25.000 kamar dengan jumlah penjualan hanya 13.040 kamar atau (52,14 %) dengan ini target penjualan tidak tercapai. kemudian 2010 target penjualan 25.000 dengan realisasi penjualan hanya 14.120 kamar atau (56,48 %) berarti sama dengan yang sebelumnya target penjualan belum tercapai. Demikian juga pada tahun 2011 dengan target penjualan kamar 25.000 tetapi realisasi penjualan kamar hanya 11.600 kamar atau (46,4 %). Kemudian

pada tahun 2012 dengan target penjualan 25.000 kamar tetapi realisasi penjualan kamar hanya 10.520 kamar atau hanya (42,08%). Pada tahun 2013 terjadi kenaikan jumlah penjualan kamar dari tahun 2011 dan 2012 yaitu 13.760 kamar namun belum juga mencapai target penjualan yang ditetapkan perusahaan yaitu 25.000 kamar.

Tidak tercapainya jumlah target penjualan jasa kamar pada hotel Natama dipengaruhi oleh beberapa factor, yaitu factor intern dan factor ekstern. Factor intern biasa disebabkan karena kurangnya fasilitas dan pelayanan yang diberikan dan kurangnya promosi dari pihak hotel kepada konsumen, Sehingga konsumen tidak mengetahui keunggulan atau keistimewaan yang dimiliki oleh hotel Natama. Sedangkan factor ekstern dapat disebabkan semakin banyaknya perusahaan sejenis, sehingga tingkat persaingan semakin ketat bagi hotel Natama. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat ini dibutuhkan suatu kebijaksanaan hotel dalam mengambil langkah-langkah konkrit dan tepat untuk mengatasinya.

Selanjutnya table I.2 dapat dilihat jenis dan tarif atau harga kamar dengan fasilitas yang tersedia yang ada pada hotel Natama.

No	Jenis Kamar	Jumlah kamar	Harga	Fasilitas
1	VIP	15	400.000	AC, TV, Telephon, meja, lemari pakaian, kamar mandi dan shower.
2	Standar	25	300.000	AC, TV, Lemari pakaian, telepon, Kamar mandi
3	Ekonomi 1	20	200.000	Kipas angin,Tv, lemari pakaian,dan kamar mandi
4	Ekonomi II	10	150.000	Kipas Angin, lemari pakaian, dan kamar mandi

Sumber: htel Natama

Pada table I.2 dapat dilihat pada jenis kamar VIP yang jumlah kamar sebanyak 10 kamar dengan fasilitas kamar yang tersedia yaitu AC, TV, Telepon, meja, lemari pakaian, kamarmandi dan shower,kemudian pada jenis kamar standar sebanyak 25 kamar dengan fasilitas AC, Tv, Lemari pakaian, telepon,dan kamar mandi, pada jenis kamar Ekonomi I sebanyak 15 kamar dengan fasilitas yang tersedia yaitu kipas angin, Tv,Lemari pakaian, dan kamar mandi, sedangkan jenis kamar

Ekonomi II terdapat 20 kamar dengan fasilitas kamar yaitu Kipas Angin, Lemari Pakaian, Dan Kamar mandi.

Di kota Padangsidempuan Kabupaten Tapanuli Selatan Sumatera utara ini terdapat banya Hotel diantara nya hotel Bumi Asih,Hotel Istana, dan Hotel Merdeka. Dalam menghadapi persaingan ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih Hotel Natama Padangsidimpuan Sumatera Utara, antara lain dimensi *tangible* meliputi penampilan gedung, interior bangunan, dan penampilan karyawan, dimensi *reliability* meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness* meliputi kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* meliputi sopansantun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen, serta dimensi *empathy* yang meliputi rasa peduli dan perhatian yang diberikan kepada pelanggan. Kelima dimensi diatas disebut *service quality* yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan masalah yang telah di uraikan diatas,penulis ingin menguji kembalikan iapakah variabel-variabel seperti *tangible* ,*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan ingin mengetahui variabel mana yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL NATAMA PADANGSIDEMPUAN KABUPATEN TAPANULI SELATAN SUMATERA UTARA”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas,maka penulis dapat membuat suatu perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

“Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*, terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Natama Padangsidempuan Kabupaten Tapanuli Selatan Sumatera Utara”.

1.3.Tujuan Dan ManfaatPenelitian

1. TujuanPenelitian

Ada pun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Natama Padangsidempuan Kabupaten Tapanuli Selatan Sumatera Utara.

2. Manfaat Penelitian

Ada pun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah :

- a. Dapat membantu pihak perusahaan hotel Natama Padangsidempuan dalam menyempurnakan usaha-usaha yang telah dilakukan selama ini khususnya menyangkut masalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada hotel natama Padangsidempuan Kabupaten Tapanuli Selatan Sumatera Utara.
- b. Untuk dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Sistematika Penulisan

Guna mempermudah pembahasan, penulis membaginya VI bab dan masing-masing sub bab merupakan suatu kesatuan yang saling berhubungan. Dimana sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I :PENDUHLUAN

Dalam bab ini berisikan penguraian latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II :TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan teori-teori yang berhubungan dengan masalah dan tujuan dari penelitian ini, dimulai dari pengertian kua;itas, kepuasan, hotel, jasa, pelayanan, sehingga dapat tertarik suatu hipotesis dan ditutup dengan variable penelitian.

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menggunakan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sample, serta analisis data.

BAB IV :GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan memuat tentang sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasim dan aktivitas perusahaan.

BAB V :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dari variable penelitian yang ada,sekaligus pembahasan tentang penelitian yang dilakukan.

BAB VI :PENUTUP

Dalam bab ini berisikan beberapa kesimpulan dan saran dari hasil analisis yang telah dilakukan dan sekitarnya dapat menjadi masukan bagi perusahaan.