

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis dan cita rasa barang dan jasa yang dibelinya.

Persaingan bisnis yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi

pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.<sup>1</sup>

Pelanggan memberikan pandangan mendalam yang penting untuk memahami mengapa perusahaan harus menciptakan dan memelihara pelanggan dan bukan hanya menarik pembeli. Defenisi itu berasal dari kata *custom*, yang didefenisikan sebagai membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa dan memprektikkan kebiasaan. Artinya, seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli, kebiasaan ini terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu.<sup>2</sup>

Pada dasarnya, kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan presepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.<sup>3</sup>

Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen.<sup>4</sup>Pada dasarnya, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan-harapannya.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,(Yogyakarta: ANDI,2008), Edisi III, h. 24

<sup>2</sup>Jill Griffin, *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 31

<sup>3</sup> Freddy Rangkuti, *Measurung Customer Satisfaction, teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 6

<sup>4</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*,( Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,2005), cet 4, h.53

<sup>5</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Prenhalindo, 1997), h. 36

Tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada mutu suatu produk (barang atau jasa), jadi suatu produk dikatakan bermutu bagi pelanggan kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.<sup>6</sup>Keputusan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipresepsikan oleh konsumen.

Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan.<sup>7</sup>

Ketika sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik, ia tidak hanya akan kembali menggunakan produk atau jasa tersebut tetapi juga memberi rekomendasi kepada semua orang yang ia kenal untuk pergi kesana. Jadi, terdapat manfaat bagi perusahaan tersebut, bahwa bisnisnya akan tumbuh dengan iklan dari mulut ke mulut (gratis), pendapatan perusahaan pun akan naik.<sup>8</sup>

Islam pun telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut kepada objek dakwah (customer/pelanggan) dalam melakukan aktivitas ekonomi. Karena ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari

---

<sup>6</sup> Prof. Sopranto, *Pengukuran tingkat kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), h. 6

<sup>7</sup> Prof Supranto , *Op.Cit .*, h. v

<sup>8</sup> Andrew Griffiths, *101 Taktik Taktis Memuaskan Konsumen*, (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2004), h. xxvii

masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai islam.<sup>9</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Ali imran ayat 159 :



Artinya : “ Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu maafkanlah mereka, mohonlah ampunan bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekat. Maka bertawakkal lah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadanya “.

Jika seseorang bersikap keras, tidak peduli terhadap sesama atau pelanggan, maka mereka akan menjauh. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu anjuran wajib bagi umat manusia. Dalam islam tujuan dari suatu usaha bisnis bukanlah semata-mata untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi juga mendapatkan keberkahan. Keberkahan usaha adalah kemantapan dari usaha itu sendiri dengan memperoleh keuntungan dan diridhoi oleh Allah SWT.<sup>10</sup>

Hal yang diuraikan diatas berlaku juga bagi usaha perhotelan, karena hotel adalah jenis akomodasi yang mempergunakan seluruh atau sebagian bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta jasa lain bagi umum yang dikelola

<sup>9</sup> Muh. Said, *Pengantar ekonomi islam, dasar-dasar pengembangan*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 6  
<sup>10</sup> Burhanuddin, *Etika Individu Pola Dasar Filsafat Moral*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2000), h. 202

secara komersial.<sup>11</sup> Artinya, perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat penginapan tetapi juga dikenal karena pelayanan yang diberikan.

Hotel The Premiere Pekanbaru adalah salah satu hotel berbintang dengan kualitas bintang 4+ yang berada di pusat kota Pekanbaru dan memiliki tempat yang strategis. Tidak hanya sebagai institusi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perhotelan yang hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi mereka juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya. Fasilitas itu sendiri adalah segala hal yang merupakan sarana pokok, penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk dipakai, dimanfaatkan, dan dinikmati oleh tamu selama ia tinggal di hotel.

Dalam menjalankan bisnisnya, pihak hotel The Premiere Pekanbaru berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal-hal tersebut tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran.

Pesaing yang dihadapi oleh hotel The Premiere Pekanbaru terdiri dari perusahaan yang memiliki fasilitas dan pelayanan yang sama bahkan lebih. Dalam menghadapi hal tersebut, ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan jasa perhotelan, antara lain :<sup>12</sup>

1. *Tangible*, meliputi penampilan gedung hotel, interior bangunan hotel, dan penampilan karyawan hotel.
2. *Reliability*, kemampuan hotel memberikan pelayanan yang terbaik.

---

<sup>11</sup>Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, ( Jakarta : Grasindo, 2002),h. 135

<sup>12</sup> Freddy Rangkuti, *Op.cit* ., h. 30

3. *Responsiveness*, kesediaan karyawan hotel untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat.
4. *Assurance*, meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen.
5. *Empathy*, Rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen.

Kelima dimensi diatas merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan. Hasilnya, hotel The premiere pekanbaru mendapat peringkat pertama sebagai hotel di Pekanbaru yang memiliki kualitas service excellent.

Service excellent adalah pelayanan yang berkualitas, artinya pelayanan yang diberikan dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen.<sup>13</sup> Penghargaan service excellent yang diterima hotel The Premiere Pekanbaru ini adalah dari lembaga survey Mark Plus Insight yang diketuai oleh bapak Hermawan Kartajaya yang juga seorang motivator nasional.<sup>14</sup>

Tentunya penghargaan ini menjadi tolak ukur dari kualitas pelayanan yang diberikan hotel The Premiere melebihi pelayanan yang diberikan oleh hotel-hotel pesaing. Setiap hotel pesaing, pelayanannya belum tentu buruk dan mereka pasti akan selalu ingin memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Artinya, penghargaan tersebut berdasarkan pelayanan yang diberikan oleh hotel The Premiere Pekanbaru adalah yang terbaik diantara pelayanan yang baik.

Berawal dari latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“KUALITAS PELAYANAN HOTEL THE PREMIERE PEKANBARU TERHADAP PENGHARGAAN SERVICE EXCELLENT**

---

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: ANDI,1996), h. 51

<sup>14</sup> Roby, Supervisor FBS Hotel The Premiere Pekanbaru, *Wawancara*, 12 Oktober 2013

# **KATEGORI HOTEL DI PEKANBARU MENURUT TINJAUAN EKONOMI ISLAM”**

## **B. Batasan Masalah**

Untuk lebih terarahnya penelitian ini, maka penelitian difokuskan pada Kualitas pelayanan hotel The Premiere Pekanbaru terhadap penghargaan service excellent kategori hotel di pekanbaru menurut tinjauan ekonomi islam.

## **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan hotel The Premiere Pekanbaru terhadap penghargaan service excellent kategori hotel di Pekanbaru ?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam tentang kualitas pelayanan hotel The Premiere Pekanbaru terhadap penghargaan service excellent kategori hotel di Pekanbaru ?

## **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan hotel The Premiere Pekanbaru terhadap penghargaan service excellent kategori hotel di Pekanbaru ?
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam tentang kualitas pelayanan Hotel The Premiere Pekanbaru terhadap penghargaan service excellent kategori hotel di Pekanbaru ?

### **2. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa kegunaan antara lain sebagai berikut :

- a. Sebagai salah satu syarat untuk penulisan skripsi dalam menyelesaikan studi program S1 ekonomi islam fakultas syari'ah dan ilmu hukum UIN SUSKA Pekanbaru.
- b. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai kajian penelitian ekonomi islam tentang kualitas pelayanan hotel The Premiere Pekanbaru terhadap penghargaan service excellent kategori hotel di Pekanbaru.
- c. Sebagai bahan rujukan untuk hotel-hotel lain dalam meningkatkan kualitas pelayanannya.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat menambah Khazanah intelektual tentang pemikiran ekonomi islam.
- e. Penelitian ini juga diharapkan sebagai referensi pengetahuan untuk penelitian selanjutnya yang membahas topik yang sama.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi penelitian**

Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah hotel The Premiere Pekanbaru yang beralamat di jalan Sudirman No. 389 Pekanbaru. Penulis melakukan penelitian disini karena Hotel The Premiere mendapatkan penghargaan service excellent kategori hotel di Pekanbaru.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah para tamu hotel dan pimpinan hotel The Premiere Pekanbaru. Sedangkan yang menjadi objeknya adalah Kualitas Pelayanan Hotel The Premiere Terhadap Penghargaan service excellent kategori hotel di Pekanbaru menurut tinjauan ekonomi islam.

### **3. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan atau himpunan objek dengan ciri-ciri yang sama. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu hotel The Premiere Pekanbaru dan pimpinan hotel The Premiere Pekanbaru. Sampel untuk pelanggan diambil secara *accidental sampling*, yaitu tamu hotel yang sedang berkunjung dan menikmati fasilitas hotel kebetulan bertemu dengan peneliti. Dengan keterbatasan waktu dan biaya, maka peneliti mengambil sample yang cukup layak mewakili secara *accidental* sebanyak 70 orang tamu.

### **4. Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini ada 3 jenis data yang digunakan oleh peneliti antara lain:

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh dari angket dan wawancara secara langsung dengan pimpinan atau General Manager (GM) Hotel The Premiere Pekanbaru.
- b. Data Sekunder yaitu data yang tidak berhubungan langsung dengan responden, dan merupakan data pendukung bagi peneliti, yaitu berupa data yang diambil dari beberapa buku dan dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

### **5. Metode Pengumpulan Data**

Adapun alat pengumpulan data dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Pengamatan (observasi) yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian.

- b. Wawancara yaitu suatu cara mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung dengan subjek penelitian.
- c. Angket yaitu membuat daftar pertanyaan tertentu yang diajukan pada sumbernya yang dapat memberikan jawaban yang penulis butuhkan.
- d. Dokumentasi yaitu data-data resmi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti seperti surat bukti wawancara dan struktur organisasi.

## 6. Metode Analisa Data

Dalam penulisan ini analisis data yang dilakukan adalah analisis kualitatif, merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu apa yang dinyatakan responden secara tertulis atau lisan dan perilaku nyata.<sup>15</sup> Selanjutnya, penulis menarik suatu kesimpulan secara deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari hal-hal yang bersifat umum kepada hal-hal yang bersifat khusus. Dimana dalam mendapatkan suatu kesimpulan dimulai dengan melihat faktor-faktor yang nyata dan diakhiri dengan penarikan suatu kesimpulan yang juga merupakan fakta dimana kedua fakta tersebut dijabatani oleh teori-teori.<sup>16</sup>

Untuk mengetahui kualitas pelayanan hotel The Premiere Pekanbaru, penulis menggunakan 5 dimensi kualitas oleh Parasuraman yaitu *Tangible* (fisik dan sarana), *Reliable* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati).

## 7. Metode Penulisan Data

Dalam penulisan ilmiah ini menggunakan beberapa metode-metode yakni :

---

<sup>15</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta:UUI Press, 1982), h. 33.

<sup>16</sup> Aslim Rasyad, *Metode Ilmiah; Persiapan bagi peneliti*, (Pekanbaru:UNRI Press, 2005), h. 20.

- a. Deduktif, yaitu menggambarkan kaidah umum yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu menggambarkan kaidah khusus yang ada kaitannya dengan tulisan ini kemudian di analisa dan di ambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu menggambarkan data-data dan keterangan yang diperoleh untuk dipaparkan

## **F. Sistematika Penulisan**

Adapun dalam penulisan ini, penulis menyajikan dan memakai sistematika lima bab masing-masing bab diuraikan dalam sub bab, sehingga antara bab satu dengan bab yang lain merupakan suatu sistem dan memiliki keterkaitan satu sama lain. Untuk lebih jelasnya, penulis akan menguraikan satu persatu masing-masing bab tersebut yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini mengemukakan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini berisikan sejarah singkat berdirinya Hotel The Premiere Pekanbaru, lokasi hotel, fasilitas hotel, klasifikasi hotel, dan struktur organisasi hotel.

### **BAB III : TINJAUAN TEORITIS**

Dalam bab ini membahas tentang Definisi Kualitas dan Jasa, Dasar-dasar pelayanan pelanggan, Konsep Service Excellent, Konsep kepuasan pelanggan, Hak dan kewajiban konsumen, dan Pelayanan dalam ekonomi islam.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang bagaimana kualitas pelayanan hotel The Premiere terhadap penghargaan service excellent kategori hotel di Pekanbaru dan tinjauan ekonomi islam tentang kualitas pelayanan hotel The Premiere Pekanbaru terhadap penghargaan service excellent kategori hotel di Pekanbaru.

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan, kemudian penulis mencoba untuk memberikan saran-saran terhadap permasalahan yang diteliti.