

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian khususnya sektor jasa di Indonesia berlangsung sangat pesat. Salah satu sektor jasa yang menjadi andalan Indonesia adalah industri pariwisata, yang merupakan salah satu industri yang mampu menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Pengembangan sektor kepariwisataan di suatu negara terbukti mampu memberikan distribusi yang signifikan terhadap sektor perekonomian negara.

Sektor pariwisata merupakan usaha yang pada umumnya sangat menjanjikan dalam meraih devisa negara. Salah satu komponen industri pariwisata yang besar peranannya di Indonesia adalah usaha perhotelan. Hotel sebagai salah satu sarana akomodasi mempunyai peranan yang cukup besar dalam perkembangan industri pariwisata, karena berfungsi sebagai tempat menginap wisatawan yang datang selama mereka melakukan perjalanan wisata. Perkembangan industri perhotelan yang pesat telah mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat. Maka akan banyak hotel-hotel mewah dibawah manajemen asing memasuki industri perhotelan di Indonesia dalam menarik tamu untuk menginap, maupun untuk memanfaatkan fasilitas lainnya yang tersedia di hotel.

Menurut Amalia (2017) “Hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar – kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan”.Hotel telah menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat apabila berkunjung ke suatu daerah ataupun suatu negara sebagai tempat beristirahat. Usaha perhotelan tidak hanya pada kegiatan penginapan saja melainkan jasa *restaurant, convention, meeting package*.

Sebagai kota yang terus tumbuh dan berkembang di kawasan Sumatera Utara, kota Berastagi merupakan kota yang sering dikunjungi oleh wisatawan karena keindahan alam dan panorama kawasan Berastagi, kekayaan seni budaya

asli merupakan potensi daerah yang dapat digali dan dikembangkan dalam upaya pengembangan kepariwisataan di tanah air. Selain itu pada daerah Berastagi terdapat beberapa gunung yang masih aktif contohnya Gunung Sibayak yang banyak dikunjungi oleh wisatawan karna tidak sulit untuk di daki dan juga keindahan alam yang bisa di pandang dari puncak Gunung Sibayak sangatlah indah. Selain itu di bawah kaki Gunung Sibayak juga terdapat beberapa tempat wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun asing terutama pada hari libur Nasional, seperti taman wisata pemandian air panas yang biasanya disebut Lau Sidebuk-Debuk atau Sidebuk-Debuk, yang menarik dari tempat wisata ini adalah kolam air panas beraroma sulfur atau belerang yang baik untuk kesehatan kulit. Selain itu di sekitar kota Berastagi terdapat banyak hotel seperti Hotel Sibayak Internasional, Rudang Hotel Berastagi, Hotel Grand Mutiara, Hotel Mikie Holiday, Sinabung Hills Berastagi, Suite Pakar Hotel, Hotel Rosse dan Hotel Grand Orri.

Bagian pemasaran sangat penting dalam menentukan program pemasaran suatu hotel agar dapat memenuhi target kunjungan tamu untuk perkembangan hotel tersebut salah satunya adalah Hotel Grand Orri Berastagi. Hotel Grand Orri memiliki fasilitas 109 *well-appointed rooms* dan 2 *luxurious rooms dan coffe shop&restaurant, Loggy lounge, convention hall*, dan banyak fasilitas penunjang lainnya serta merupakan daya tarik tersendiri baik bagi pengunjung maupun tamu hotel yang memanfaatkan fasilitas-fasilitas tersebut. Disamping Hotel Grand Orri memiliki keunikan jika dibandingkan dengan hotel berbintang lainnya, karena memiliki pemandangan alam yang indah dan dapat dilihat dari sebagian besar kamar.

Bisnis perhotelan sangat tergantung pada tingkat kunjungan wisatawan, sebab jika tingkat kunjungan wisatawan meningkat, maka pertumbuhan dan tingkat okupansi dalam bisnis perhotelan juga akan meningkat. Peningkatan tersebut memicu timbulnya persaingan antar hotel. Para pelaku bisnis dalam hal ini yang bergerak di bidang perhotelan dituntut untuk bersikap lebih kreatif lagi dalam menarik para pelanggan yakni dengan mengembangkan strategi pemasaran.

Salah satu cara untuk memajukan kepariwisataan khususnya perhotelan adalah dengan melihat kebutuhan, keinginan dan preferensi pengunjung melalui

pendekatan kepuasan pengunjung. Sama halnya dengan kepuasan pembeli dalam membeli sebuah produk, pengunjung mengharapkan untuk memperoleh kepuasan saat berkunjung seperti merasakan kenyamanan dan ketenangan menginap di hotel. Dalam meningkatkan kepuasan pengunjung dapat diterapkan strategi pemasaran yang salah satu elemennya adalah dengan bauran pemasaran jasa. Menurut Citra Anggraini T, (2017:23) bauran pemasaran jasa suatu alat bagi pemasaran dimana terdiri dari berbagai unsur program pemasaran yang perlu dipertimbangkan supaya penerapan dari strategi pemasaran dan positioning yang telah ditetapkan dapat berhasil. Selain itu menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam Wira Setyo Wulan, (2016) bauran pemasaran merupakan perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan di padukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Perusahaan yang dapat memahami konsumen sehingga mampu mengendalikan konsumen merupakan awal kesuksesan bagi masa depan perusahaan. Hidup dan mati sebuah perusahaan ditentukan oleh tindakan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan. Dengan kata lain perkembangan suatu perusahaan ditentukan oleh respon konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini juga termasuk bagi para perusahaan dibidang jasa seperti perhotelan.

Keinginan suatu perusahaan dalam membuat konsumen menjadi lebih puas yakni dengan merumuskan strategi pemasaran yang tepat karena dengan adanya strategi yang tepat, dapat diartikan bahwa perusahaan telah mengenal dengan baik kelemahan dan kekuatan dari perusahaan itu sendiri dan sekaligus dapat mengantisipasi kesempatan dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih memantapkan diri dalam menghadapi persaingan yang ada dan pada akhirnya akan bermuara pada keberhasilan dalam usaha maksimisasi profit. Hal lain yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah perilaku konsumen, perusahaan harus mampu membaca kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan mengetahui keinginan konsumen, perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat

yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan.

Dengan adanya suatu strategi pemasaran jasa yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, maka konsumen akan membandingkan kualitas layanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar merasa puas, pasi mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Semakin bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa hotel dewasa ini mendorong para pengusaha di bidang jasa hotel khususnya dalam hal ini Hotel Grand Orri Berastagi yang juga ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan serta kualitas-kualitasnya.

Hotel Grand Orri sebuah penginapan yang berlokasi di Berastagi. Suasana ruangan yang kurang bersih dan kurang nyaman. Lokasi yang kurang strategis serta jalan masuk yang agak rusak sehingga tidak mudah untuk diakses. Dengan adanya peningkatan arus wisatawan yang berkunjung ke Berastagi Kabupaten Karo, maka akan dibutuhkan perkembangan dari segi fasilitas pariwisata. Fasilitas pariwisata tersebut mencakup hotel, dan akomodasi lainnya.

Berdasarkan hasil pengamatan atau survei yang dilakukan, terdapat permasalahan kepuasan tamu hotel Grand Orri Berastagi. Hal ini terlihat dari jumlah tamu yang mengalami penurunan terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Tamu yang Menginap Di Hotel Grand Orri Berastagi Tahun 2016 – 2020

| Tahun | Jumlah Tamu | Persentase |
|--------------|--------------------|-------------------|
| 2016 | 315 | 3.15% |
| 2017 | 521 | 5.21% |
| 2018 | 410 | 4.1% |
| 2019 | 382 | 3.82% |
| 2020 | 211 | 2.11% |
| Total | 1839 | 18,39% |

Sumber : Hotel Grand Orri Berastagi, 2021.

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa data kunjungan tamu mengalami fluktuatif pada tahun 2016 sebanyak 315 orang (3.15%), tahun 2017 sebanyak 521 orang (5.21%), tahun 2018 sebanyak 410 orang (4.1%), tahun 2019 sebanyak 382 orang (3.82%) dan tahun 2020 sebanyak 211 orang (2.11%). Dari hasil data jumlah tamu yang menginap diatas terdapat penurunan jumlah tamu yang menginap di Hotel Grand Orri Berastagi yaitu pada tahun 2018 terjadi penurunan jumlah tamu yang menginap sebesar 410 orang , pada tahun 2019 sebesar 382 orang dan pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah tamu yang menginap sebesar 211 orang.

Dari pengamatan atau survei yang dilakukan peneliti pada Hotel Grand Orri masih adanya permasalahan Bauran Pemasaran Jasa Hotel Grand Ori Berastagi yang belum optimal. Antara lain :

1. Harga

Harga cenderung berubah – ubah tergantung pengaruh faktor eksternal. Contohnya pengaruh kenaikan UMR yang berakibat pada kenaikan biaya listrik, air sehingga mempengaruhi kenaikan harga ruangan kamar untuk menginap

2. Tempat

Lokasi Hotel yang kurang strategis dan akses jalan yang agak rusak menuju ke dalam hotel .

3. Proses

Pelayanan untuk *chek in* cukup lama karena karyawan kurang gesit dalam bertindak. Contohnya dalam bagian pelayanan kurangnya tenaga kerja sehingga pelayanan yang didapat kurang maksimal.

Ketiga hal di atas merupakan indikator dari bauran pemasaran jasa yang harus dioptimalkan oleh setiap pemiliki usaha. Ketika bauran pemasaran jasa tersebut tidak berjalan baik peneliti menduga hal tersebut berdampak pada rendahnya kepuasan tamu khususnya yang terjadi pada Hotel Grand Orri Berastagi.

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dipaparkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul : **“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa(Harga,Tempat,Proses) Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Grand Orri Berastagi”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas,maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Terjadi penurunan tamu hotel dari tahun 2018 - 2020
2. Harga kamar yang cenderung berubah –ubah di Hotel Grand Orri Berastagi
3. Proses layanan chek-in lama dan tidak maksimal di Hotel Grand Orri Berastagi.
4. Lokasi Hotel yang Jauh dari jalan raya.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari kesimpangsiuran dalam penelitian ini serta mengingat keterbatasan waktu dan keterbatasan penulisan maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini, yaitu **“Masalah Harga, Tempat dan Proses di Hotel Grand Orri Berastagi”**.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah

1. Apakah Harga berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Grand Orri Berastagi?
2. Apakah Tempat berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Grand Orri Berastagi?
3. Apakah Proses berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Grand Orri Berastagi?
4. Apakah Harga,tempat dan proses secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Grand Orri Berastagi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, agar diperoleh keruntutan dalam pembahasan perlu dikemukakan tujuan penelitian. Adapun tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui apakah ada pengaruh bauran pemasaran jasa (Harga, Tempat, Proses) terhadap kepuasan tamu Hotel Grand Orri Berastagi.

1.6 Manfaat penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang bauran pemasaran jasa, khususnya dibidang kepuasan tamu sehingga akan bermanfaat bagi karier peneliti dimasa yang akan datang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan informasi bagi penyusunan bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan tamu/pelanggan di kota Berastagi dan kota – kota lainnya.

3. Bagi Hotel Grand Orri

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak Hotel dalam usaha meningkatkan bauran pemasaran jasa agar dapat memberikan kepuasan tamu dan terus meningkatkan jumlah tamu Hotel.

