

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### Latar belakang

Pada era ini, sektor pariwisata Indonesia telah berkembang dengan sangat cepat. Meningkatnya jumlah orang yang melakukan perjalanan wisata, baik di luar negeri maupun diluar negeri, menciptakan peluang dan hambatan untuk pertumbuhan pariwisata (Sowwam et al., 2018). Pada era globalisasi saat ini, dunia bisnis telah mengalami persaingan yang sangat ketat, termasuk bagi perusahaan perhotelan.

Sektor pariwisata melakukan cara untuk tetap berkembang dengan cara melakukan pengembangan pariwisata modern. Pariwisata dalam pengertian modern adalah fenomena masa kini yang dilandasi oleh meningkatnya persatuan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai akibat dari perkembangan perniagaan, industri, perdagangan, dan peningkatan moda transportasi. Ini terutama disebabkan oleh kebutuhan akan kesehatan dan perubahan udara, kesadaran, dan penghargaan atau cinta terhadap keindahan alam E. Guyer Freuler, Yoeti dalam jurnal (Mularsari & Farika, 2022)

Dalam persaingan saat ini, banyak hotel baru yang dibangun dengan fasilitas dan model yang terbaru. Mengingat perkembangan persaingan, banyak pembisnis yang memikirkan cara dan strategi untuk kemajuan kepentingan bisnis yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi yang memberikan nilai tambah bagi semua konsumen. Meningkatnya persaingan dalam industri perhotelan terjadi ketika daerah yang banyak meningkatkan sektor pariwisata dan perdagangan. Seiring berkembangnya sektor pariwisata dan perdagangan yang menarik, banyak wisatawan dari dalam dan luar negeri untuk melakukan perjalanan wisata dan perjalanan bisnis.

Persaingan yang semakin meningkat, membuat pasar yang semakin kompleks, dan jumlah tamu yang sangat penting, pemasaran bisnis perhotelan harus dikelola secara profesional. Karena bisnis di bidang jasa, terutama hotel, bergantung pada kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan dan

kemudian memuaskan pelanggan, keberhasilan mereka bergantung pada kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pada awalnya, setiap tamu memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda.

Salah satu jenis akomodasi adalah hotel, di mana sebagian atau sepenuhnya dikelola secara komersial untuk menyediakan penginapan, makanan dan minuman, serta layanan lainnya kepada masyarakat umum. Hotel biasanya didefinisikan sebagai bisnis akomodasi yang menawarkan penginapan, makanan, dan minuman, serta fasilitas lainnya kepada tamu, baik yang menginap atau hanya

Hotel The Acacia Jakarta berdiri pada tanggal 21 Juni 1996, berlokasi di Jl. Kramat Raya 73 - 81 Jakarta. Pada waktu itu diresmikan oleh Dirjen Pariwisata Bapak Andi Mapissameng. Pemilik Hotel The Acacia Jakarta adalah Bapak Robby Sumampow dengan badan hukum PT. Guntur Madu Tama, adapun sebagai manajemen operasi adalah Acacia Nusantara yang dipimpin oleh Bapak Herman Reza. Hotel The Acacia Jakarta menjalankan *standard international* untuk hotel berbintang empat dan memiliki 208 kamar. Semuanya dilengkapi dengan penyejuk udara, SLJJ dan SLI, beragam saluran televisi satelit dengan dua saluran pemutar film, dan Internet 24 jam. Dalam upaya memuaskan tamu Hotel The Acacia Jakarta memiliki motto "*Whatever You Need Just Ask Us*" dengan kata lain "Apapun yang anda butuhkan mintalah pada kami". Lambang / Logo The Acacia Jakarta terkandung arti *Big Tree*-Pohon Besar, *Eternity*-Keabadian, Daun Acacia- Kekompakan Tim. Berikut data jumlah tamu Hotel The Acacia Jakarta di bulan Juni - Agustus tahun 2023.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Data Jumlah Tamu Hotel The Acacia Jakarta**

Hotel The Acacia Jakarta	Juni 2023	Juli 2023	Agustus 2023
Jumlah Tamu	4.125	3.658	3.166
Jumlah Tamu Keseluruhan	10.949		
Rata-Rata	37.7%	33.4%	28.9%

Sumber: Data Jumlah Tamu dari *Front Office Manager*

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat diamati bahwa jumlah data tamu Hotel The Acacia Jakarta pada bulan Juni - Agustus memiliki persentase yang

berbeda pada bulan Juni 2023 terdapat persentase jumlah tamu sebanyak (37,7%), pada bulan Juli 2023 terdapat persentase jumlah tamu sebanyak (33,4%) dan pada bulan Agustus 2023 terdapat persentase jumlah tamu sebanyak (28,9%). Dari tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah tamu Hotel The Acacia Jakarta mengalami ketidakstabilan perbulannya.

Dapat dilihat penurunan ketidakstabilan tamu setiap bulan berikutnya, menyadari beberapa faktor yang berkontribusi terhadap ketidakmampuan karyawan mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Faktor yang sangat penting untuk dipertimbangkan adalah motivasi kerja. Karyawan dengan motivasi kerja yang tinggi cenderung bekerja dengan lebih semangat, sementara karyawan dengan motivasi kerja yang rendah cenderung bekerja dengan kurang semangat. Perkembangan persaingan dunia bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring tamu lokal.

Penelitian ini diambil bertujuan untuk mengetahui penilaian kepuasan konsumen tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan di Hotel Acacia Jakarta, karena penulis mengetahui bahwa kepuasan konsumen yang terjadi di hotel the acacia berbeda dengan kepuasan konsumen tamu hotel the acacia di dunia maya, seperti *review* di *google*, *Traveloka*, dan *platform* lainnya. Karena hal itu penulis tertarik untuk mengambil judul tersebut untuk membuktikan hasil yang ada.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel The Acacia Jakarta dapat menarik minat konsumen dan mempertahankan konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik supaya para konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis saat ini, pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi sebuah perusahaan untuk strategi yang berbeda ketika mereka menjual produk yang sama.

Keputusan pelanggan untuk menginap juga diduga dipengaruhi oleh harga. Para pembeli melihat harga sebagai elemen yang paling jelas. Bagi pelanggan

yang tidak terlalu memahami aspek teknis pembelian jasa, harga seringkali menjadi satu-satunya faktor yang dapat mereka pahami. Bagi konsumen, faktor harga sangat sensitif. Ada beberapa pembeli yang sangat sensitif terhadap harga sehingga menjadi satu-satunya faktor yang mereka pertimbangkan sebelum membeli produk, karena pembeli agak sensitif terhadap harga. Namun, harga dan fasilitas yang diberikan harus seimbang karena menetapkan harga yang terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diterima perusahaan.

Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting untuk menarik konsumen. Kualitas pelayanan merupakan sebuah hal yang memiliki rangkaian unik yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang diinginkan konsumen (wawan hermawan, 2018) Dalam hal ini kualitas pelayanan sesuai keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan kinerja yang dirasakan konsumen menentukan kualitas pelayanan secara keseluruhan, sedangkan kualitas pelayanan adalah ciri, karakteristik, atau sifat suatu produk atau pelayanan yang dipengaruhi kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang nyata maupun tersirat.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk menarik konsumen karena kualitas dapat membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Semakin baik layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, maka semakin tinggi loyalitas konsumen, dan citra perusahaan yang baik atau buruk akan berdampak besar pada keputusan konsumen untuk menginap. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan produk dan jasa mereka dengan cara yang baik dibandingkan pesaing supaya dapat menarik konsumen.

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi kerinduan tempat wisata. Menurut Saputra dan Nugroho dalam jurnal (Vielra ValeIncia & Garcia Giraldo, 2019), perilaku emosional mereka terhadap layanan setelah membandingkan apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima menghasilkan hal ini. Menurut Shaw dan Hamilton dalam jurnal (Lara, 2022), kepuasan pelanggan adalah hasil positif dari emosi dan pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan secara konsisten. Jika mereka memberikan pengalaman pelayanan yang baik, maka konsumen akan menciptakan perasaan emosional yang baik, yaitu kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kepentingan yang dapat membantu promosi hotel secara tidak langsung, pengunjung yang puas dengan layanan hotel akan memiliki kecenderungan untuk menyarankan orang lain untuk melakukannya juga. Ini sangat menguntungkan pengelola karena mereka mendapatkan bantuan secara tidak langsung dari kepuasan pelanggan untuk mempromosikan hotel.

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Acacia Jakarta yang diantaranya telah menggunakan media online dalam mempromosikan produk perhotelan. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Acacia Jakarta.”**

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari indentifikasi masalah yang ada di dalam penelitian ini maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di Hotel The Acacia Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan kepuasan konsumen yang berkunjung di Hotel The Acacia Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di Hotel The Acacia Jakarta?

#### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan kepuasan konsumen yang berkunjung di hotel The Acacia Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan kepuasan konsumen di hotel The Acacia Jakarta

## Kegunaan Penelitian

Penulis dapat menyimpulkan manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini Peneliti mendapatkan pengetahuan serta pemahaman dalam bidang penelitian mulai dari pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyajiandalam bentuk laporan.

### 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini Memberikan solusi kepada pihak perusahaan, khususnya mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan mengembangkan kinerja karyawan demi perkembangan dan perbaikan perusahaan yang diteliti.

### 3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi, ide dan informasi yang bermanfaat terkait dengan akomodasi dan restoran yang mempengaruhi kepuasan konsumen melalui factor harga dan kualitas pelayanan.

### 4. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini Mendapatkan penambahan wawasan serta informasi bagi masyarakat akademis yang ingin mengetahui atau mengenal lebih lanjut seputar masalah harga dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkembangkan kinerja karyawan.

