

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jasa perhotelan akhir-akhir ini sangat berkembang terutama di daerah-daerah wisata atau di pusat bisnis. Hal ini sejalan dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi dan berkembangnya berbagai pembangunan hotel, maka dengan hal tersebut banyak pemilik modal membangun hotel dengan berbagai macam fasilitas guna menjawab kebutuhan konsumen. Fasilitas yang lengkap dan pengelolaan gedung yang baik merupakan salah satu faktor untuk menarik minat para tamu serta memberikan keyakinan kepada tamu untuk memilih jasa hotel sebagai tempat untuk menginap.

Semua industri jasa layanan yang termasuk dalam kelompok *Hospitality Industry*, digolongkan ke dalam sektor industri pariwisata, dimana industri tersebut kini kian berkembang terutama di wilayah yang mempunyai potensi alam sebagai sumber kepariwisataan. Dengan semakin berkembangnya sektor pariwisata mendorong para pelaku industri perhotelan ikut berpartisipasi dalam penyediaan sarana dan prasarana untuk para wisatawan domestik maupun internasional. Perhotelan sebagai sarana akomodasi dan merupakan kebutuhan vital para wisatawan sebagai fasilitas yang menyediakan jasa penginapan, layanan makan dan minum serta fasilitas yang lainnya sebagai pelengkap perjalanan wisata.

Dengan kebutuhan tersebut banyak pembangunan hotel-hotel baru yang didirikan nyaris diseluruh pusat perkotaan bahkan sampai ke pinggiran kota, sehingga berpotensi menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar pengelola dalam menarik dan mempertahankan para tamu hotel. Dengan adanya persaingan tersebut, pengelola berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang terbaik bahkan sampai mendekati kebutuhan dan harapan para tamu. Selain itu juga, persaingan dapat dilihat dari sisi pelayanan dan kelengkapan fasilitas hotel guna untuk memenuhi kepuasan para tamunya, sehingga dapat mencerminkan seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola hotel tersebut.

Hotel sendiri digunakan sebagai tempat tinggal sementara untuk beristirahat bagi orang-orang yang datang dari berbagai kota. Sebelum menggunakan jasa hotel, konsumen akan mencari informasi mengenai fasilitas dan kualitas pelayanan di beberapa hotel berikut tarif dan lokasi hotel yang strategis. Informasi tersebut dapat diperoleh dari beberapa sumber, misalnya pengalaman masa lalu

saat menginap, percakapan dengan orang lain (keluarga, teman atau rekan kerja), iklan, website, sosial media serta media internet. Informasi yang didapat ini akan membentuk harapan terhadap pelayanan yang konsumen butuhkan selama menginap di hotel.

Fasilitas dan layanan juga dapat dipengaruhi oleh berapa banyaknya biaya yang dikeluarkan dan seberapa besar resiko yang harus ditanggung oleh konsumen, jika pelayanan tidak sesuai harapan. Harapan tamu terhadap kualitas pelayanan suatu hotel akan menjadikan bahan pertimbangan dalam menentukan tingkat kepuasan pelayanan yang diterimanya selama menginap di hotel tersebut.

Peran manajemen pengelola dan kinerja para karyawan dalam memberikan pelayanan kepada tamu merupakan kunci utama kepuasan bagi para konsumen. Oleh karena itu, pihak pengelola harus memberikan pelayanan yang optimal sesuai dengan janji yang ditawarkan kepada tamu, walaupun hal ini memerlukan waktu dan biaya yang cukup besar.

Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan dalam hal layanan dan fasilitasnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis.

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan bidang usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal.

Dalam penelitian ini, peneliti fokus untuk meneliti 4 (empat) Hotel dibawah naungan suatu perusahaan hotel operator, hotel operator tersebut mulai beroperasi pada tahun 2019, tepatnya tanggal 15 Desember 2019.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola mengacu pada prinsip pelayanan yang *excellent (Service Excellent)* yaitu pelayanan yang diberikan bersifat pelayanan yang unggul dan pelayanan ini diberikan dengan hati nurani yang tulus. *Service excellence* di bisnis ini dapat dilihat dari mulai dari *front office*. Para tamu atau pelanggan yang disambut dengan hangat oleh staf hotel, mulai dari senyuman, ucapan selamat datang, dan interaksi langsung lainnya selama para tamu melakukan proses *check-in*.

Menurut General Manager Operasioal, fasilitas dan layanan di beberapa hotel ada juga yang kurang lengkap seperti kenyamanan dan kebersihan kamar, kamar mandi yang kurang luas, parkir mobil yang sempit serta pelayanan yang kurang memuaskan, kemudian rasa makanan yang tidak sesuai dengan harapan tamu .

Begitu juga dengan variasi menu makanan dan minuman serta penanganan barang tamu yang dirasakan lambat.

Dalam hal ini, untuk mengantisipasi banyaknya keluhan dari para pelanggan, maka pihak pengelola harus terus berusaha mencari cara guna meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang lengkap, baik kualitas sumber daya manusia sehingga akan menumbuhkan citra positif kepada masyarakat dan menarik kepercayaan untuk menggunakan jasa perhotelan.

Salah satu upaya untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik adalah dengan memberikan pelatihan-pelatihan secara rutin kepada para karyawan agar dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan di berbagai sektor. Pelatihan atau training yang dimaksud salah satunya adalah *Courtesy, Customer Service Training* dan *Interpersonal Training (Motivation, Beauty Class, Team work dan Team Building)*.

Penyediaan fasilitas dan pelayanan yang baik merupakan hal penting karena berkaitan dengan kelangsungan hotel itu sendiri sebagai penyedia jasa. Upaya-upaya yang dilakukan dapat memberikan atau mewujudkan tingkat kualitas pelayanan yang baik kepada tamu dengan mengikuti prosedur yang ada.

Agar tamu dapat merasa puas akan fasilitas dan pelayanan, maka pihak pengelola harus mengetahui apa yang menjadi harapan para tamu dan sejauh mana tamu merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola, maka salah satu cara yang digunakan adalah melakukan pengukuran terhadap kepuasan para tamu dengan memberikan *guest comment* setiap hari kepada tamu pada saat tamu melakukan *check out*, meminta pendapat para tamu mengenai fasilitas dan layanan yang telah diterima selama menginap di hotel. tentu saja tidak semua tamu bersedia mengisi *guest comment* tersebut pada saat *check out*, karena banyak dari mereka yang tergesa-gesa ingin pulang dan malas untuk mengisinya. Maka fungsi GRO (*Guest Relation Officer*), yang bertanggung jawab untuk menanyakan kesan dan pesan terhadap layanan dan fasilitas yang diterima selama tamu menginap dengan cara berkomunikasi secara lisan.

Dengan demikian, perlu adanya pengukuran terhadap kualitas pelayanan yang objektif agar dapat menentukan apakah pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola sudah sesuai atau belum. Dengan adanya kualitas layanan yang baik dalam sebuah hotel maka para tamu akan tetap memilih dan bertahan dan ini merupakan pedoman yang harus dipegang oleh para pengelola hotel. Adapun semua karyawan yang bekerja didalamnya turut bertanggung jawab dalam melakukan tugasnya sehingga para tamu merasa puas dan senang.

Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan tamu terhadap layanan dan fasilitas yang diberikan, maka perlu adanya analisa dan pengukuran yang dilakukan oleh pihak manajemen. Pengaduan dan keluhan para tamu dapat digunakan sebagai tolak ukur terhadap kualitas pelayanan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan juga bisa datang dari kualitas layanan yang diberikan oleh pihak manajemen dan seluruh staf yang ada. Hal ini sangat penting terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa pada umumnya. Persepsi pelanggan terhadap bisnis sedikit banyak akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan itu sendiri.

Dalam proses implementasinya, baik atau tidaknya kualitas suatu pelayanan akan ditentukan melalui kesenjangan antara dua aspek. Aspek yang pertama adalah harapan konsumen terhadap suatu jasa (*customer expectations of service*) yang muncul ketika konsumen menilai suatu pelayanan jasa dan fasilitas yang diberikan, dimana konsumen berharap pelayanan yang mereka terima sesuai dengan standar atau acuan yang mereka miliki. Standar atau acuan yang dimiliki konsumen biasanya didasarkan pada pengalaman yang mereka alami maupun informasi yang mereka dapatkan melalui pengalaman orang lain.

Aspek yang kedua adalah persepsi konsumen terhadap suatu jasa (*customer perceptions of service*) yang muncul dalam benak konsumen ketika mereka menerima suatu pelayanan jasa atau ketika mereka menilai kualitas dari suatu pelayanan jasa. Melalui persepsi ini konsumen akan menilai dan menyimpulkan apakah pelayanan jasa tersebut memuaskan atau tidak. Persepsi konsumen terhadap suatu jasa dapat diketahui melalui pelayanan jasa yang diterima atau yang disebut dengan *perceived service*.

Beberapa pendapat menurut para ahli mengenai hotel diantaranya :

1. Menurut pendapat dari **American Hotel and Association**, hotel ialah suatu tempat yang berniat disiapkan untuk tujuan penginapan, makan dan minum serta fasilitas lainnya yang terdapat pada berupa fasilitas hotel lainnya
2. Menurut pendapat dari **Hotel Oroprietors et all dalam Sulastiyono**, hotel ialah suatu instansi yang diatur oleh pemiliknya dengan menyiapkan fasilitas makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada turis atau pelancong yang sedang menjalankan perjalanan dan sanggup membayar dengan jumlah yang sesuai dengan fasilitas yang diterima
3. **Menurut Keputusan Menteri Parpostel no Km 94/HK103/MPPT 1987**, hotel ialah salah satu jenis akomodasi yang menerapkan sebagian atau semua bagian untuk jasa fasilitas penginapan, fasilitator makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dioperasikan secara komersil.

Berdasarkan SK Direktorat Jenderal Pariwisata penggolongan hotel ditandai dengan bintang yang disusun mulai dari hotel berbintang satu sampai dengan yang tertinggi adalah hotel bintang lima. Sedangkan penginapan dengan fasilitas di bawah hotel berbintang, yang disebut hotel melati. Di samping hotel berbintang dan melati, terdapat jenis penginapan lain dengan nama wisma, *home stay*, losmen, dan sebagainya.

Semakin bertambahnya jumlah hotel di Indonesia, seluruh jajaran manajemen hotel dituntut proaktif dalam melihat peluang serta melihat apa yang menjadi tren di masyarakat terhadap keinginan para pelanggan yang memanfaatkan fasilitas jasa dan layanan dari hotel.

Kepuasan tamu tergantung pada kualitas jasa yang telah diterimanya, dengan mengetahui keinginan tamu, karyawan hotel bisa memberikan pelayanan yang terbaik dengan memiliki kemampuan kerja yang cepat yang dipegang oleh semua departemen yang ada di hotel. Kecepatan pelayanan ini dapat dilihat hampir dari seluruh departemen, dari departemen *front office* yang cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan proses *check in* dan *check out*, atau hanya sekedar memberikan informasi kepada tamu serta juga membantu tamu. Ketika sedang kesulitan, dari departemen *housekeeping* yang cepat dalam proses penyiapan kamar, pembersihan kamar, dan menangani permintaan tamu lainnya dan departemen lainnya yang ada di dalam hotel.

Di dalam industri perhotelan ataupun restaurant, pemberian sebuah *guest comment card* kepada tamu merupakan suatu hal yang wajib dilakukan dikarenakan *Guest comment* yang didapat dari *guest comment card* akan digunakan sebagai bahan evaluasi yang nantinya akan di rancang untuk ke depannya sebagai materi pengembangan terhadap kualitas kerja staff dalam memberikan sebuah pelayanan agar menjadi lebih baik.

Guest comment juga tidak selalu memberikan kesan yang buruk terhadap pelayanan yang diberikan, tetapi terdapat juga *guest comment* yang memberikan kesan yang baik dari tamu kepada staff yang memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang tamu harapkan serta pemberian *feed back* yang baik dari tamu akan mempengaruhi beberapa hal ke depannya, bisa dari segi memotivasi kualitas kerja karyawan agar menjadi lebih baik dan bisa juga sebagai sesuatu yang bisa menaikkan sebuah citra dari sebuah hotel atau restaurant tersebut.

Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan, setiap hotel memberikan *guest comment* di setiap kamar untuk diisi oleh setiap tamu yang datang, banyak tamu yang menuliskan saran dan keluhannya di *guest comment* atau menyampaikan saran kepada pihak *front office* langsung sewaktu *check out* namun tidak banyak

pula yang tidak memberikan saran serta keluhannya tetapi mereka langsung pindah hotel lain sebagai pilihan tempat menginap karena merasa hotel tersebut tidak memberikan apa yang menjadi harapan tamu, sehingga tamu yang tidak memberikan saran dan keluhannya tidak bisa dianggap bahwa tamu tersebut merasa puas dengan pelayanan di hotel tersebut.

B. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut;

- a. Masih adanya keluhan dari tamu hotel terhadap kualitas pelayanan.
- b. Penanganan keluhan masih belum optimal.

2. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah disampaikan, adapun masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah fasilitas-fasilitas yang ada berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.
- b. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan.
- c. Bagaimana penentuan kualitas pelayanan agar lebih efektif dan efisien.

C. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian dan pengembangan ini adalah untuk menerapkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW), untuk penentuan kualitas pelayanan pada hotel dari berbagai aspek layanan dan fasilitas.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah ;

1. Untuk menguji, menganalisa dan mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi terhadap kualitas pelayanan.
2. Untuk mengukur kinerja kualitas layanan yang ada pada *Guest Comment* pada setiap fungsi departemen.
3. Untuk mengetahui strategi penanganan serta pelayanan sebuah keluhan pelanggan.

E. Spesifikasi Produk yang diharapkan

Setiap manajemen memiliki keinginan tinggi terhadap kualitas. Sebagai contoh penerapan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di perusahaan jasa

selalu berbicara bagaimana kita bisa membuat terobosan untuk meningkatkan kualitas layanan melalui perbaikan-perbaikan. Spesifikasi produk yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Meningkatkan reputasi perusahaan
2. Menjadi kunci untuk mendapat loyalitas pelanggan

Kualitas menjadi kunci utama agar produk dikenal dan dipercaya masyarakat luas. Jika ingin meningkatkan loyalitas ke level yang lebih tinggi maka harus di pastikan untuk meningkatkan kualitas terlebih dahulu. Baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan.

F. Signifikansi Penelitian

Penelitian dan pengembangan dilakukan dalam rangka menemukan teknik komputasi pemodelan *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk penentuan kualitas pelayanan pada hotel masing-masing hotel yang dikelola, adapun manfaat dari penelitian dan pengembangan ini adalah sebagai berikut;

1. Manfaat teori : yaitu sebagai sumbangan pengetahuan dalam penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk penentuan kualitas pelayanan pada hotel.
2. Manfaat Teknis/Praktis : Memudahkan pihak hotel operator/manajemen hotel dalam melakukan pengambilan keputusan untuk penentuan kualitas pelayanan pada hote-hotel yang dikelolanya.
3. Manfaat kebijakan : Dapat dijadikan suatu alat ukur yang objektif dalam penentuan kualitas layanan serta fasilitas yang ada dilingkungan hotel.

G. Asumsi dan Keterbatasan

1. Asumsi

Asumsi dalam penelitian yang akan dikembangkan yaitu, dengan penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk penentuan kualitas pelayanan pada masing-masing hotel secara objektif, dan bisa menyelesaikan permasalahan pada masing-masing fungsi pelayanan dan fasilitas yang ada.

2. Keterbatasan.

Dalam penelitian ini, pengembangan prototype aplikasi yang dikembangkan ini, terdapat beberapa keterbatasan, antara lain;

- a. Penelitian yang dikembangkan terbatas pada kekurangan dari metode *Simple Additive Weighting* (SAW) yang hanya menggunakan pembobotan lokal.

- b. Aplikasi yang akan dikembangkan hanya berbasis desktop, belum bisa digunakan secara online.

H. Definisi Istilah dan Definisi Operasional

1. **Guest Comment** adalah salah satu sarana terpenting yang digunakan manajemen untuk melakukan evaluasi terhadap pencapaian layanan seluruh aspek di area hotel.
2. **GRO** (Guest Relations Officer) berfungsi sebagai perantara atau jembatan antara tamu dengan pihak hotel.