

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat. Semakin bertambahnya jumlah perusahaan baru dari hari ke hari membuat persaingan dunia bisnis di Indonesia menjadi ketat. Perusahaan-perusahaan yang bergerak baik di bidang jasa, manufaktur, maupun dagang saling bersaing untuk dapat bertahan dan menjadi yang terbaik. Hal ini mendorong masing-masing perusahaan untuk melakukan berbagai inovasi dan strategi bisnis agar terhindar dari kebangkrutan.

Penelitian yang berusaha untuk memperbaiki kinerja bisnis perhotelan memang sudah banyak, namun penelitian yang spesifik berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan hotel dengan klasifikasi hotel masih sedikit. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang sering dijadikan acuan yaitu metode Servqual (*Service Quality*). Servqual bertujuan untuk membandingkan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang diterima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan. Agar kepuasan pelanggan dapat tercapai maka perlu dilakukan penelitian menggunakan metode Servqual guna mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa perhotelan yang selama ini telah diberikan. Selain Servqual, model Kano juga dapat melengkapi penelitian ini dimana Model Kano bertujuan untuk mengategorikan atribut-atribut produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut memuaskan kebutuhan pelanggan (Wijaya, 2011).

Menurut Kano (1984), dampak peningkatan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan kualitas atribut suatu produk atau layanan tidak selalu proporsional (linear). Atribut produk/ layanan tertentu bisa jadi tidak akan meningkatkan kepuasan pelanggan sekalipun atribut produk/ layanan tersebut ditingkatkan. Oleh sebab itu penelitian ini, akan berusaha memperbaiki kinerja bisnis perhotelan tersebut dengan menggunakan pendekatan Servqual yang digabungkan dengan

pendekatan Kano agar upaya perbaikan karakteristik kualitas yang spesifik dari hotel tersebut dapat dilakukan secara lebih efektif.

Pada observasi yang dilakukan terhadap hotel ZHJS yaitu tingkat hunian kamar dan tingkat kunjungan tamu yang menginap di ZHJS. Maka dari itu yang dapat dilakukan ialah mewawancarai *receptionist* mengenai tingkat kunjungan tamu yang menginap di ZHJS, dari data yang didapat bahwa terjadinya penurunan terhadap tingkat kunjungan tamu yang menginap pada hotel ZHJS.

Dalam penelitian ini, penulis akan menjabarkan *room occupancy* untuk melihat perkembangan serta menurunnya *room occupancy* di ZHJS. Pada tabel 1.1 di bawah ini adalah *room occupancy* yang menginap di ZHJS pada Bulan September – November 2021.

*Tabel 1. 1 Tingkat Hunian Kamar*

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Kamar</b>	<b>Jumlah Kamar yang Terjual</b>	<b>Accupency</b>
September	4030	3720	92%
Oktober	3640	2945	80%
November	4030	3195	79%

(Sumber: ZHJS, 2021)

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat terlihat hasil jumlah tingkat hunian kamar pada hotel ZHJS, adapun cara menghitungnya yaitu jumlah kamar saat ini dibagikan jumlah kamar yang dijual dan dikalikan seratus agak bisa mencari rumus *accupency*nya. Misalkan pada bulan januari terdiri dari 31 hari dikalikan 103 kamar maka hasilnya 4030, jumlah kamar yang dihuni harian dikalkulasikan sehingga dapat menentukan persentase tingkat hunian kamar yang dihuni dalam sebulan. Maka dari data diatas dapat dilihat bahwa setiap bulannya terjadi penurunan tamu yang cukup signifikan.

Melihat pentingnya strategi pemasaran, maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian ilmiah yang berjudul : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL ZHJS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH *ACCUPENCY* DENGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN KANO

### **1.2 Rumusan Masalah**

Maka masalah penelitian yang dapat dilakukan disini adalah “faktor-faktor apa sajakah yang dapat meningkatkan *accupency* di ZHJS?”. Dari masalah penelitian tersebut dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Atribut layanan Hotel ZHJS apa saja yang diinginkan oleh pelanggan?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap masing-masing atribut layanan Hotel ZHJS ?
3. Bagaimana pengkategorian masing-masing atribut layanan Hotel ZHJS tersebut pada Model Kano.
4. Atribut layanan Hotel ZHJS manakah yang diprioritaskan untuk ditingkatkan pelayanannya.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui atribut layanan ZHJS apa saja yang diinginkan oleh pelanggan.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap masing-masing atribut layanan ZHJS.
3. Mengetahui kategori dari masing-masing atribut layanan ZHJS tersebut pada Model Kano.
4. Mengetahui atribut layanan ZHJS yang diprioritaskan untuk ditingkatkan pelayanannya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat yaitu antara lain :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini di harapkan memberikan kontribusi bagi ZHJS dalam meningkatkan laba perusahaan melalui kualitas pelayanan yang baik, sehingga terciptanya kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan masukan pada pengembangan pemasaran ini khususnya total quality management mengenai kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di suatu perusahaan jasa. sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan ZHJS untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

3. Bagi Fakultas maupun Universitas

Memberikan tambahan pembendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

### **1.5 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perhotelan ZHJS sebagai sampel objek yang diteliti.
2. Pengambilan data dilakukan sejak bulan September sampai November 2021.