

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Sektor pariwisata, akomodasi dan jasa merupakan sektor yang sangat besar peranannya dalam perkembangan perekonomian dunia dan tidak akan hilang dimakan usia. Penyebab hal tersebut terjadi adalah industri pariwisata harus tetap menjadi yang terdepan dalam pembangunan, dengan tujuan agar para pelaku industri pariwisata selalu dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan tamu tersebut melalui pelayanan yang ditawarkan. Globalisasi merupakan salah satu alasan yang menyebabkan industri perhotelan pun ikut berkembang dengan cepat. Industri Pariwisata dapat di definisikan sebagai kemampuan sebuah pelaku bisnis industri untuk menyediakan dan mengatur jasa layanan wisata, serta menawarkan atau mengelola daya tarik dari wisata tersebut, serta mengoperasikan fasilitas wisata dan usaha lainnya disertai dengan barang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang datang (Utama, 2014). Sedangkan di dalam Undang-undang No. 10 Tahun 2009 disebutkan bahwa pariwisata adalah suatu pelayanan yang didasarkan pada berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh pelaku usaha yang didukung oleh pemerintah pusat dan daerah.

Industri pariwisata terdiri dari *restaurant*, pelayanan perjalanan (*Travel*), pelayanan perjalanan (*Tour*), transportasi, fasilitas rekreasi, dan akomodasi. Akomodasi dapat diartikan menjadi segala jenis tempat atau ruang yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan baik untuk industri perhotelan, apartment, atau villa untuk menjadi tempat menginap sementara bagi orang yang melakukan perjalanan jauh (Retraningrum, 2013). Kategori penginapan sendiri pun memiliki beberapa aspek yang menjadi faktor utama di dalam pengembangan industri pariwisata, seperti hotel.

Hotel sendiri memiliki pengertian sebagai salah satu jenis akomodasi yang digunakan seluruhnya atau sebagian untuk akomodasi, catering, dan layanan lain yang dioperasikan secara komersial untuk masyarakat umum (Anderson Samalam et al., 2017). Pengertian hotel secara harafiah, kata hotel yang berasal dari bahasa Perancis yaitu *hôtel* atau *Hostel* yang memiliki arti yaitu rumah besar (Tahiri et al., 2021). Hotel adalah akomodasi yang terdiri dari satu atau lebih kamar yang disewakan kepada masyarakat umum untuk jangka waktu tertentu, di mana para tamu disediakan makanan dan minuman serta berbagai rangkaian pelayanan yang dapat memuaskan tamu yang menginap.

Hotel sendiri merupakan suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan menginap, makan serta minum, serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial dengan memenuhi ketentuan persyaratan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. (Devi, 2018). Maka dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan salah satu bentuk akomodasi yang menyediakan kamar, *catering*, dan jasa yang disertai dengan

pelayanan yang memuaskan. Perlu diingat bahwa memberikan pelayanan yang prima dan terbaik tentunya akan menjadi salah satu dari sekian banyak cara yang bisa dilakukan oleh seluruh karyawan di dalam hotel untuk memberikan kepuasan terhadap tamu yang menginap. Pelayanan adalah kegiatan atau tindakan seseorang atau organisasi yang menghasilkan kepuasan bagi tamu atau tamu yang datang, rekan kerja dan juga atasan.

Kepuasan tamu merupakan efek dari penggunaan layanan yang diberikan oleh pelanggan, serta efektivitas kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan (Aini et al., 2013). Terdapat berbagai macam cara yang dapat dilakukan oleh seluruh pelaku industri akomodasi dan pariwisata untuk mencapai kepuasan tamu, dimulai dengan tempat yang selalu dirawat, kemudian senantiasa membantu dan memenuhi kebutuhan tamu yang menginap dengan fasilitas yang ditawarkan oleh hotel, hingga membantu memberikan informasi yang tentunya dapat membantu tamu tersebut. Maka dapat disimpulkan jika pelayanan merupakan salah satu produk yang tidak berwujud untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu yang menginap untuk memuaskan dan memenuhi harapan mereka.

Oleh sebab itu, kualitas pelayanan pun harus senantiasa di jaga dan dipertahankan sesuai dengan *standard* yang ada guna menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pihak hotel untuk menjadi poin unggulan untuk bersaing melawan pesaing hotel lainnya. Hal ini dikarenakan kualitas layanan digambarkan sebagai perbandingan yang dibuat oleh tamu yang datang antara harapan layanan yang mereka harapkan dengan dan kinerja layanan

aktual (Deneke,2015). Kepuasan tamu merupakan salah satu point yang menjadi poin terpenting yang harus dijaga oleh hotel agar tercapailah loyalitas tamu.

Dengan semakin tingginya tingkat persaingan industri perhotelan di suatu wilayah, maka mutlak dibutuhkan upaya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan menggunakan berbagai macam metode. Persaingan bisnis di industri perhotelan yang semakin ketat membuat pelaku industri tersebut dan seluruh karyawan yang berada di dalamnya mempertimbangkan strategi yang tepat untuk menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat memenangkan persaingan (Didik & Handayani.,2021)

Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan oleh pihak hotel kepada tamu untuk dijadikan acuan adalah metode *LODGSERV* yang dikembangkan oleh Bonnie Knutson, Colleen Wullaert, Pete Stevens, Mark Patton, dan Fumito Yokoyama di tahun 1990. *LODGSERV* dapat didefinisikan sebagai salah satu pengukur seberapa baik bisnis hotel mempertahankan pelayanan yang mereka miliki untuk menemui harapan yang tamu miliki. Terdapat 5 dimensi dari *LODGSERV* sendiri, yaitu :

- a) *Reliability* (Keandalan)
- b) *Tangible* (Barang atau bukti terukur)
- c) *Responsiveness* (Daya Tanggap)
- d) *Emphaty* (Empati)
- e) *Assurance* (Jaminan)

Perlu diingat bahwa kualitas pelayanan yang memuaskan tamu merupakan salah satu indikator yang diperlukan oleh hotel untuk terus bersaing dengan hotel lainnya. Hal ini dikarenakan seiring berkembangnya zaman dan waktu, persaingan antara hotel dengan hotel lain semakin kuat dimana tidak sedikit hotel asing yang ikut serta mengikuti arus persaingan dengan menarik konsumen di berbagai warga kota lainnya. Semakin banyaknya hotel yang dibangun di dalam satu wilayah akan membuat persaingan untuk hotel sendiri pun menjadi sengit. Pembangunan hotel di dalam satu wilayah biasanya terjadi di kota-kota besar atau kota yang memiliki daya tarik wisata daerah tersebut, sebagai contoh Kota Bandung.

**TABEL 1**

**JUMLAH HOTEL BERBINTANG DI JAWA BARAT**

<b>JUMLAH HOTEL BINTANG 3 DI KOTA BANDUNG</b>	
<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
2017	41 Unit
2018	60 Unit
2019	65 Unit
2020	65 Unit
2021	78 Unit

(Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan,2023)

Berikut merupakan salah satu data mengenai jumlah hotel berbintang 3 yang diambil dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung. Dari data ini maka dapat disimpulkan bahwa hotel berbintang 3 di Kota Bandung terus

menerus bertambah sesuai dengan keperluan pasar di Kota Bandung. Oleh sebab itu, Kota Bandung pun dituntut untuk senantiasa menyediakan fasilitas akomodasi yang layak dengan tujuan agar seluruh wisatawan yang berkunjung pun merasa nyaman dan tentunya hal ini dapat membantu meningkatkan pendapatan hotel tersebut dengan kepuasan tamu.

Pentingnya kualitas pelayanan ini pun disadari oleh salah satu hotel berbintang 3 di Kota Bandung yaitu *Grand Asrilia Hotel Convention & Restaurant*. *Grand Asrilia Hotel Convention & Restaurant* merupakan salah satu hotel bintang 3 yang berada di Jalan Pelajar Pejuang 45 No. 123, Turangga, Bandung. Dikarenakan lokasinya yang berada di tengah kota dan dekat dengan destinasi wisata terkenal yaitu Trans Studio, hal ini yang menjadikan *Grand Asrilia Hotel* ini menjadi salah satu hotel yang diminati oleh tamu untuk menginap. *Hotel Grand Asrilia* sendiri merupakan salah satu hotel bintang 3 yang memiliki jumlah kamar sebanyak 236 kamar dan dilengkapi dengan berbagai macam fasilitas dimulai dari kolam renang yang luas hingga *restaurant* yang menawarkan berbagai macam jenis masakan dari penjuru Indonesia. *Hotel Grand Asrilia* pun menjadi salah satu hotel dari sekian banyak hotel bintang 3 yang ikut bersaing di dalam arus persaingan perhotelan di Jawa Barat, khususnya Kota Bandung.

Dalam industri perhotelan sangatlah penting untuk menjaga kualitas pelayanan agar kepuasan tamu pun dapat tercapai sehingga citra hotel dapat dijaga melalui kepuasan tamu yang ditunjukkan melalui ulasan tamu. Kurangnya kualitas di dalam pelayanan yang diberikan kepada tamu dapat

menjadi *boomerang* bagi hotel dan menjadikan citra hotel menjadi turun atau buruk di dalam ulasan yang diberikan oleh tamu. Respon dari setiap tamu yang menginap pun tidak akan selamanya positif melainkan terkadang tamu memberikan respon yang negatif terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak karyawan. Berikut merupakan beberapa keluhan tamu Hotel Grand Asrilia yang telah dikutip dan dipisahkan berdasarkan dimensi *LODGSERV*.

**TABEL 2**  
**KELUHAN TAMU HOTEL GRAND ASRILIA BANDUNG**

<b>No.</b>	<b>Keluhan</b>	<b>Dimensi <i>LODGSERV</i></b>
1.	“Pelayanannya sangat jelek, kamar kurang bersih, kamar mandi nya bau pesing, AC-nya kurang dingin dan berisik”	<b><i>Tangible, Assurance</i></b>
2.	“Manajemen dihotel ini kurang bagus. penataan tempat tidur tidak rapi, spreii ditata tidak rapi,blower kamar mandi rusak, pembuangan air mampet, kulkas mati, pemanas air karatan”	<b><i>Tangible, Responsiveness, Reliability</i></b>
3.	“Sistem <i>check-in</i> amburadul, kamar tidak dibersihkan,handuk, air minum gak ditukar”	<b><i>Reliability, Assurance, Tangible.</i></b>
4.	“ <i>Management</i> tidak bagus,karyawan kerjanya lama, dikomen karena kelamaan malah dijudestin oleh <i>staff</i> nya. Kamar AC nya ga dingin”	<b><i>Reliability, Tangible, Responsiveness, Emphaty, Assurance</i></b>
5.	“ <i>Check-in</i> lama banget Rugi, <i>breakfast</i> nya anak disuruh bayar”	<b><i>Responsiveness, Emphaty, Reliability</i></b>
6	“Tidak diberikan <i>early check-in</i> padahal sudah <i>request</i> karena anak sakit, <i>breakfast</i> anak malah diminta bayar lagi, <i>check-in</i> nya sangat lama dan bertele-tele, makanan yang ditawarkan untuk acara sangat tidak <i>proper</i> dan tidak sesuai harga”	<b><i>Responsiveness, Emphaty, Reliability.</i></b>

(Sumber : *Online Travel Agent,2023*)

**TABEL 2 (Lanjutan)**  
**KELUHAN TAMU HOTEL GRAND ASRILIA BANDUNG**

7.	“Handuk robek, tidak dibantu penurunan koper, <i>room service</i> tidak teliti”	<i>Responsiveness, Tangible</i>
8.	“Pelayanan kurang bagus. Diberi kamar bekas”	<i>Responsiveness, Reliability, Assurance</i>
9.	“Hotel kotor, karyawan tidak mengamankan keadaan ketika <i>breakfast</i> banyak orang, tempatnya tidak sebanding dengan jumlah pengunjung, <i>Wi-fi</i> buruk, kulkas tidak dingin, ketika <i>complain</i> tidak memberikan solusi, tempat parkir kecil, <i>swimming pool</i> kotor”	<i>Tangible, Responsiveness, Emphaty.</i>
10.	“Kebutuhan tamu tidak di penuhi”	<i>Reliability</i>
11.	“Kamar mandi bau pesing”	<i>Assurance</i>
12.	“Kolam renang kotor, karpet kamar sudah usang, kamar mandi perlu lakukan perawatan, <i>AC</i> berisik”	<i>Tangible</i>
13.	“Fasilitas sudah tua”	<i>Tangible</i>
14.	“Pemanas air di kamar tidak berfungsi, ketika <i>complain</i> kepada karyawan tidak memberikan solusi”	<i>Assurance, Responsiveness, Reliability</i>
15.	“ <i>Maintenance</i> hotel yang sangat buruk, lingkungan hotel bau, ketika <i>complain</i> pun pihak hotel tidak memberikan solusi	<i>Responsiveness, Assurance</i>
16.	“Karyawan tidak ramah, sangat berisik, <i>furnitutre</i> terlihat tidak terawat”	<i>Emphaty, Tangible</i>
17.	“Pintu rusak, kamar dan hotel menyeramkan, karpet kamar kotor”	<i>Tangible</i>
18.	“Terlalu banyak regulasi untuk meminta <i>connecting room</i> , fasilitas kamar yang tidak sama antar satu kamar dengan lainnya, reservasi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan di awal”	<i>Assurance, Tangible</i>
19.	“Karyawan tidak memberikan bantuan atau solusi ketika <i>restaurant</i> penuh”	<i>Reliability</i>
20.	“Terdapat jamur di kaca kamar mandi kamar”	<i>Tangible</i>

(Sumber : *Online Travel Agent, 2023*)



Berdasarkan data yang di olah oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa dimensi dari *LODGSERV* ini yang tidak terpenuhi oleh pihak Hotel Grand Asrilia sedangkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu sangatlah penting untuk dijaga dan dipertahankan. Sehingga berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

**“Hubungan Dimensi *LODGSERV* Terhadap Kepuasan Tamu Grand Asrilia Hotel Bandung”**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang serta penjelasan yang telah dipaparkan di atas, maka fokus Penelitian dirumuskan dengan tujuan untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan dimensi *LODGSERV* di Grand Asrilia *Hotel Convention & Restaurant*?
2. Bagaimana kepuasan tamu Grand Asrilia *Hotel Convention & Restaurant*?
3. Bagaimana hubungan dimensi *LODGSERV* dengan kepuasan tamu di Grand Asrilia *Hotel Convention & Restaurant* Bandung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Mengacu pada topik yang sudah dijelaskan, tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah dimensi *LODGSERV* memiliki peran hubungan terhadap pelayanan Grand Asrilia Hotel *Convention & Restaurant* Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah mencapai titik kepuasan tamu
3. Untuk mengetahui apakah dimensi *LODSESV* memiliki hubungan terhadap kepuasan tamu.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa :

1. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi manajemen Hotel Grand Asrilia *Convention & Restaurant* untuk mengetahui apakah dimensi *LODGSERV* memiliki hubungan terhadap kepuasan tamu.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menunjukkan dimensi dari *LODGSERV* yang paling menonjol terhadap kepuasan tamu.
3. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tolak ukur bagi Hotel Grand Asrilia *Convention & Restaurant* untuk berkembang dan memperbaiki kekurangan yang ada.