

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kotler dan Armstrong (2012) berpendapat, atribut yakni fitur dan keunggulan yang dimiliki dalam membuat suatu produk ataupun layanan. Dalam memilih hotel, tamu akan mempertimbangkan kondisi akomodasi seperti kamar yang nyaman, tenang, dan atribut hotel didalamnya. Ananth., (1992); Cadotte and Turgeon, (1988); King., (2014); Teixeira and Kornfeld, (2013) menyatakan para peneliti sudah menentukan bahwasanya atribut hotel yang menentukan bagi konsumen untuk mengevaluasi kualitas, yaitu meliputi harga, lingkungan hotel, kebersihan, layanan, daya tarik, peluang relaksasi, program loyalitas, pengalaman tamu, promosi, fasilitas, konvensi, program ramah lingkungan, citra hotel, dan reputasi hotel (Jang, Liu, Kang, Yang., 2018). Diperlukan adanya identifikasi hubungan antara atribut hotel dan kepuasan tamu untuk meningkatkan kepuasan tamu (Jang, Liu, Kang, Yang., 2018). Kepuasan tamu didefinisikan berasal dari evaluasi subjektif tamu terhadap produk ataupun layanan berlandaskan harapan dan pengalaman yang mereka alami. Kepuasan konsumen, seperti yang didefinisikan oleh Kotler dan Koller (2009), yakni sejauh mana kinerja produk aktual (hasil) memenuhi ataupun melebihi harapan konsumen (hasil). Pelanggan yang tidak puas yakni pelanggan yang harapannya tidak terpenuhi. Pelanggan senang jika kinerja produk seperti yang diharapkan. Konsumen senang jika hasil aktual lebih baik dari yang diharapkan. Kesadaran para pelaku industri pariwisata hotel akan informasi terpenting yang dibutuhkan klien agar preferensi mereka diakomodasi dan dipenuhi melalui penyediaan fasilitas hotel individual (Setiawan, 2020).

Kepuasan tamu yang menginap berasal dari pengalaman tamu mengenai apa yang dirasakan seperti atribut hotel yang disediakan, fasilitas ataupun pelayanannya. Perusahaan perhotelan dan pariwisata sadar bahwasanya kepuasan tamu menjadi hal mendasar yang sangat penting

sebab bisa mendorong tamu untuk memberi ulasan positif dan merekomendasikan sebuah produk ataupun layanan itu ke teman-temannya (Galati & Galati, 2019). Adapun pembentukan persepsi tamu mengenai pengalaman yang dirasakan bisa menghasilkan rasa kepuasan ataupun ketidakpuasan (Hartini, 2017). Locker (2005) untuk mengetahui apa saja faktor penting atribut hotel adalah hal penting untuk membantu pelaku bisnis perhotelan dalam membuat keputusan optimal untuk pengembangan hotel (Masiero, Yoonjoung Heo & Pan., 2015).

Terletak di pesisir utara Pulau Jawa, ataupun di jalur pantura yang menghubungkan Jakarta, Cirebon, Semarang, dan Surabaya, Kota Cirebon termasuk salah satu pusat perkotaan yang berkembang pesat di Provinsi Jawa Barat. Kota Cirebon menarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara sebab punya banyak tempat wisata yang populer, keberagaman budaya serta adat istiadat yang masih dilestarikan sampai saat ini mengingat Kota Cirebon punya empat keraton dan sebagai warisan dari perjalanan dan penyebaran ukhuwah islam Sunan Gunung Jati. Daya tarik ini yang menjadikan Kota Cirebon sebagai salah satu destinasi untuk berwisata.

Industri pariwisata penting bagi perekonomian suatu daerah sebab uang yang dihasilkannya, dengan adanya penerimaan yang berasal dari pajak penyedia jasa akomodasi seperti tempat penginapan ataupun hotel, restoran, pajak hiburan dan retribusi dari suatu objek wisata. Besarnya peranan dari salah satu lapangan usaha ekonomi yaitu industri pariwisata dalam menciptakan jasa dan barang bisa menentukan struktur ekonomi suatu daerah, Hal ini terlihat dari kontribusi lapangan usaha terhadap perkembangan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Kota Cirebon. Gambar 1.1 dan 1.2 memberi informasi mengenai laju pertumbuhan PDRB Kota Cirebon Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) Berlandaskan Lapangan Usaha tahun 2017 – 2021:



Gambar 1. 1 Laju Pertumbuhan PDRB Kota Cirebon Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Tahun 2017 - 2021 (Persen)

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon, 2022



Gambar 1. 2 Laju Pertumbuhan PDRB Kota Cirebon Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah) Tahun 2017 – 2021

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon, 2022

Berlandaskan gambar 1.1 dan 1.2 bisa diketahui laju pertumbuhan PDRB Kota Cirebon ADHB berlandaskan Lapangan Usaha tahun 2017 - 2021 fluktuatif cenderung naik turun. Sesudah pandemi Covid-19 mulai mereda, roda perekonomian perlahan bangkit kembali salah satunya pada kategori jasa akomodasi dan makan minum meskipun belum kembali

normal seperti sebelum pandemi. Berlandaskan dasar harga berlaku, nilai PDRB Kota Cirebon tahun 2021 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2020. Jasa akomodasi dan makan minum didukung destinasi Kota Cirebon, berikut beberapa destinasi wisata Kota Cirebon yang mendukung roda perekonomian kategori jasa akomodasi dan makan minum meningkat dan bisa dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1. 1 Destinasi Wisata Kota Cirebon

Nama Destinasi	
Keraton Kasepuhan	Masjid Agung Sang Cipta Rasa
Keraton Kanoman	Situs Pangeran Suryanegara
Keraton Kacirebonan	Vihara Dewi Welas Asih
Taman Air Gua Sunyaragi	Makam Sunan Drajat
Taman Kera Situs Kalijaga	Bong Gede Wanacala (Tan An Jin)
Kaprabonan	Klenteng Talang
Masjid Raya At- Taqwa	Wiracula
Waterland Ade Irma	Makam Sunan Maghribi
Pedati Gede	Monument Kejawanan

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon, 2022

Dengan banyaknya destinasi wisata membuat banyak wisatawan nusantara maupun mancanegara yang berkunjung dan membutuhkan adanya fasilitas akomodasi sebagai penunjang tempat tinggal sementara selama berwisata. Dalam perkembangan industri pariwisata, hotel punya peran penting untuk meningkatkan pendapatan daerah dan negara. Untuk bersaing satu sama lain, hotel-hotel di industri pariwisata harus meningkatkan pelayanannya dengan memperkenalkan atribut baru yang akan menyenangkan para tamu. Pengukuran kepuasan tamu termasuk komponen penting saat menyediakan atribut hotel yang makin bagus, makin sesuai dan makin tepat (Edward, 2020). Kepuasan digambarkan sebagai

proses yang menekankan sebuah persepsi apa yang diinginkan (Usta, Berezina & Cobanoglu., 2018).

Metland Hotel Cirebon menyediakan suasana kamar gaya tradisional lokal yang elegan dan minimalis untuk wisatawan bisnis dan rekreasi. Terletak di pusat kota sehingga dekat stasiun kereta api, masjid dan lapangan alun-alun kota Cirebon, kuliner khas Cirebon serta tempat wisata, yaitu Waterland Ade Irma, Keraton Kasepuhan dan Masjid Agung Sang Cipta Rasa. Kehadiran Metland Hotel Cirebon sebagai penyedia jasa penginapan yang memadai sangat menentukan keberhasilan pariwisata di dalam dan menuju Kota Cirebon. Metland Hotel Cirebon menghadirkan layanan yang ramah, nyaman dan aman serta fasilitas penunjang yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan tamu agar tercapainya kepuasan dan ulasan yang positif saat tamu menginap. Metland Hotel Cirebon termasuk satu dari hotel yang punya atribut cukup lengkap dan sesuai penelitian.

Namun, masih ada beberapa ulasan lainnya yang dirasakan oleh tamu saat menginap di Metland Hotel Cirebon. Berlandaskan penyelidikan awal penulis terhadap 509 ulasan yang diposting di situs *traveloka.com* antara 9 Januari 2021 - 10 Januari 2022, mulai dari ulasan yang memuaskan, biasa saja sampai tidak memuaskan yang kemudian diambil sebesar 5% dari jumlah ulasan itu dan terdapat 50 ulasan. Ulasan yang memuaskan berisikan kamar tidur dan kamar mandi sudah bersih dan nyaman, staf hotelnya ramah, proses *check in* cepat, kemudian dari ulasan yang biasa saja berisikan variasi makanan dan rasa makanan biasa saja, pelayanannya bagus namun makanan biasa saja, ruangan kamar interiornya sudah kuno. Selanjutnya, dari ulasan yang tidak memuaskan berisikan menu makanan *breakfast* tidak banyak variasinya serta rasanya yang kurang nikmat, kamar mandi kurang bersih terutama WC, fasilitas seperti *blower* kamar mandi tidak berfungsi walaupun sudah komplain namun penanganannya lama, amenities seperti sabun mandi tidak ada, sarung bantal kotor, saluran kamar mandi dan wastafel yang mampet. Tamu yang memberi ulasan biasa saja dan tidak memuaskan artinya tamu punya harapan tinggi, tetapi ada beberapa fasilitas

dan kualitas layanan yang masih rendah sehingga menunjukkan ketidakpuasan.

Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwasanya masih banyak tamu yang mengeluhkan mengenai atribut hotel seperti pelayanan, kualitas dan fasilitas hotel. Pihak manajemen hotel seharusnya memperhatikan mengenai ulasan hotel yang ada di *online travel agent* maupun media sosial dan tidak mengabaikan keluhan dari para tamu sebab hal ini akan berdampak kepada penjualan hunian kamar hotel, citra merek hotel yang sudah dibangun dan kepuasan tamu terhadap hotel. Menurut Jalilvand & Samiei (2012) pendapat konsumen pada ulasan daring menjadi prioritas dalam pertimbangan konsumen untuk melaksanakan pembelian ataupun memesan kamar di hotel yang diulas di mana ulasan menjadi hal penting dalam komunikasi antara tamu dengan hotel. Maka dari itu menciptakan ulasan positif dari pengalaman tamu yang dirasakan saat menginap di hotel mengenai atribut hotel seperti pelayanan, kualitas dan fasilitas hotel memengaruhi kepuasan tamu secara keseluruhan.

Sesuai dengan observasi yang penulis lakukan saat pra penelitian melalui ulasan situs *traveloka.com*, Metland Hotel Cirebon termasuk salah satu hotel yang punya atribut cukup lengkap dan sesuai penelitian, namun pada ulasan masih terdapat tamu yang punya keluhan mengenai hotel. Sebab itu, penulis tertarik melaksanakan studi dan mengetahui mengenai keterkaitan antara atribut hotel dengan kepuasan secara keseluruhan di Metland Hotel Cirebon. Wuest, Tas, dan Emesheiser (1996) mengklaim bahwasanya kesenangan pengunjung dengan sebuah hotel bisa ditingkatkan dengan berfokus pada atribut hotel tertentu; Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwasanya tidak semua atribut hotel benar-benar memengaruhi kepuasan tamu (M. R. Kim, 2013). Menurut Dube & Renaghan (2000); Dolnicar & Otter (2003); Knutson (1988); Tsai, Yeung & Yim (2011) atribut hotel sebagai faktor penting dalam memilih hotel: keramahan staf hotel, fasilitas hotel, lokasi, kecepatan dan keramahan pelayanan, makanan, kebersihan dan kenyamanan kamar, keamanan, dan harga (Mi Ran Kim, 2013). Menurut Clow, Garretson & Kurtz (1994)

atribut hotel dikelompokkan menjadi keamanan, kualitas dan ketergantungan layanan, reputasi dan keakraban nama, tampilan fisik, lokasi dan harga (Dolnicar & Otter, 2010). Kepuasan tamu bisa dipengaruhi dalam berbagai cara, salah satunya adalah seberapa baik hotel memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung (Kafarila, 2021). Sukses dalam bisnis hotel tergantung saat memahami faktor utama dalam menentukan kepuasan tamu. Kepuasan tamu menjadi faktor penting dalam bisnis hotel agar mencapai keunggulan dalam bersaing dengan hotel lainnya (Maric, Marinkovic & Maric., 2016). Menurut Hargreaves (2015) terdapat lima faktor penyebab kepuasan tamu hotel, yaitu lokasi, kualitas kamar, serta pelayanan, nilai dan fasilitas sementara itu menurut Darini & Khozaei (2016) terdapat penyebab kepuasan ke dalam enam faktor, yaitu lokasi, kualitas makanan, kebersihan, fasilitas, desain dan karyawan (Wiastruti & Kurnia, 2021).

Penulis akan melaksanakan penelitian dan mengubah masalah yang diuraikan dalam rumusan latar belakang menjadi subjek dengan memberinya judul **“Pengaruh Atribut Hotel Terhadap Kepuasan Secara Keseluruhan di Metland Hotel Cirebon”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berikut adalah rumusan masalah berlandaskan latar belakang yang diberi di atas:

1. Bagaimana gambaran atribut Metland Hotel Cirebon?
2. Bagaimana gambaran kepuasan secara keseluruhan di Metland Hotel Cirebon?
3. Bagaimana atribut hotel memengaruhi kepuasan secara keseluruhan di Metland Hotel Cirebon ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusa masalah itu di atas, studi ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui penjelasan gambaran mengenai atribut hotel di Metland Hotel Cirebon

2. Mengetahui penjelasan gambaran mengenai kepuasan secara keseluruhan di Metland Hotel Cirebon
3. Mengetahui penjelasan mengenai pengaruh atribut hotel terhadap kepuasan secara keseluruhan di Metland Hotel Cirebon

1.4 Kegunaan Penelitian

Ini adalah beberapa implikasi teoretis dan praktis yang bisa diambil dari studi jika mencapai tujuan yang dinyatakan:

1. Kegunaan Teoritis

Studi ini punya potensi untuk membantu kemajuan ilmu manajemen, khususnya di bidang strategi pemasaran terkait dampak atribut hotel terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, diharapkan bahwasanya penelitian ini akan membantu akademisi dalam penciptaan teori pemasaran baru, termasuk yang berkaitan dengan atribut hotel dan kepuasan pelanggan di industri perhotelan.

2. Kegunaan Praktis

Untuk kepuasan tamu hotel yang lebih baik, diharapkan temuan studi ini akan diperhitungkan saat merancang jasa baru.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam penelitian ini, Surat Keputusan Rektor UPI Nomor 7867/UN40/HK/2019 menguraikan pedoman penulisan karya ilmiah UPI tahun ajaran 2019:

1. BAB I : Pendahuluan

Gambaran tentang latar belakang studi, rumusan masalah, tujuan, serta manfaat penelitian, dan kerangka kerja organisasi disajikan dalam bab ini.

2. BAB II : Kajian Pustaka

Bagian ini mengatur tahapan untuk masalah yang dibahas dalam studi. Berisikan kajian teori yang dipakai yaitu atribut hotel dan kepuasan tamu kemudian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

3. BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang lokasi penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, metodologi pengumpulan data, proses penelitian yang mendefinisikan dan mengukur variabel penelitian, dan analisis data.

4. BAB IV : Hasil dan Analisis

Bab ini mencakup temuan penelitian berlandaskan pengolahan data dan hasil analisis dan mengkaji temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Berisikan gambaran umum, profil responden, hasil analisis beserta pembahasan.

5. BAB V : Penutup

Bab ini termasuk bab terakhir dari penelitian dan menjelaskan kesimpulan penelitian, keterbatasan, dan saran penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN