

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Indonesia adalah negara yang terdiri dari beribu-ribu pulau yang terbentang dari Sabang sampai Merauke, dimana didalamnya terkandung kekayaan sumber daya alam yang sangat besar. Kekayaan sumber daya alam di Indonesia dibagi menjadi dua jenis yaitu dari sektor migas dan dari sektor non migas, dimana kedua sektor ini menjadi sumber pendapatan bagi negara Indonesia selama ini. Namun dengan digalakkannya otonomi daerah, kedua sektor tersebut tidak hanya memberikan pendapatan bagi pemerintah pusat saja melainkan juga digunakan sebagai pendapatan daerah untuk pembangunan daerah tersebut.

Untuk menambah pendapatan bagi pemerintah baik pusat maupun daerah memfokuskan pada sektor non migas, terutama sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan bangsa Indonesia yang mempunyai keberagaman kebudayaan, suku, adat istiadat, bahasa, serta objek daya tarik wisata (ODTW). Faktor-faktor tersebutlah yang menjadi latar belakang pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata, karena faktor tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan asing maupun domestik.

Saat ini kepariwisataan di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya jasa akomodasi, jasa boga, transportasi, atraksi wisata, biro perjalanan, tour and travel. Dalam

mendukung sektor pariwisata ini, pemerintah bekerja sama dengan pihak swasta menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Termasuk fasilitas yang mendukung kelancaran sektor pariwisata tersebut. Hal ini hotel atau resort sebagai sarana penyedia jasa akomodasi bagi para wisatawan asing maupun domestik.

Jawa Tengah merupakan provinsi terbesar ke 2 setelah Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah 30.467,09 km<sup>2</sup>. Karenanya Jawa Tengah memiliki potensi wisata yang sangat baik mulai dari jenis objek wisata, akomodasi, restoran dan lainnya. Berikut ini data kunjungan ke provinsi Jawa Tengah periode 2005 sampai dengan tahun 2009 :

**Tabel 1.1**  
**Tingkat Kunjungan Wisatawan ke Jawa Tengah**  
**Periode 2005-2009**

<b>Tahun</b>	<b>Wisatawan Mancanegara</b>	<b>Wisatawan Nusantara</b>	<b>Jumlah</b>
2005	288.576	14.455.424	14.744.000
2006	290.217	15.023.901	15.314.118
2007	303.898	15.455.546	15.759.444
2008	288.925	15.712.337	16.001.262
2009	299.903	17.157.873	17.457.776

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah 2010

Berdasarkan Tabel 1.1 kunjungan ke Provinsi Jawa Tengah terjadi peningkatan setiap tahunnya, dengan meningkatnya kunjungan wisatawan memberikan dampak yang timbul bisa berupa dampak positif maupun dampak negatif. Salah satu dampak positifnya adalah terciptanya lapangan kerja bagi

masyarakat sekitar maupun masyarakat yang memang memiliki potensi dalam bidangnya.

Provinsi Jawa Tengah yang memiliki banyak fasilitas penginapan yang cukup baik. Hal ini ditandai oleh banyak berdirinya hotel yang memiliki standar kelas berbintang, berikut ini dapat dilihat jumlah perkembangan hotel di provinsi Jawa Tengah :

**Tabel 1.2**  
**Perkembangan Jumlah Hotel dan Kamar Provinsi Jawa Tengah**  
**Periode 2005-2009**

Tahun	Hotel	Jumlah Kamar
2005	100	6.098
2006	101	6.280
2007	102	6.540
2008	108	6.725
2009	112	6.785

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah 2010

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas terdapat kenaikan jumlah jasa akomodasi hotel di Provinsi Jawa Tengah, meskipun jumlah kenaikannya tidak terlalu signifikan namun perlahan mulai menunjukkan grafik peningkatan kemajuan.

Salatiga merupakan sebuah kota di Jawa Tengah yang memiliki luas wilayah kurang lebih 60 km yang terbagi menjadi 4 kecamatan dan terdiri atas 22 kelurahan. Penduduk kota Salatiga berjumlah kurang lebih 150.000 orang dengan berbagai mata pencaharian. Salatiga letaknya sangat strategis dan merupakan kota kecil tertua di Indonesia yang terletak di jalan utama antara Semarang, Yogyakarta, dan Solo dengan ketinggian 450-800 meter di atas

permukaan laut. Kota Salatiga sebagai kota transit bagi para bangsawan Belanda karena Salatiga dikenal dengan sebutan *de schoontse stad van midden java* yang berarti bahwa Salatiga merupakan kota kecil terindah di Jawa Tengah, yang dikelilingi oleh pegunungan dari sisi selatan sampai barat dan terletak di lereng Gunung Merbabu membuat Salatiga mempunyai hawa sejuk yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk sekadar melepaskan lelah. Selain itu, karena dahulu menjadi kota transit bagi para bangsawan Belanda, di kota Salatiga banyak terdapat bangunan kuno bergaya arsitektur kolonial yang masih kokoh berdiri hingga sekarang. Hal ini pun menambah daya tarik wisata kota Salatiga. Di Salatiga terdapat banyak sarana akomodasi yang tersedia. Berikut ini merupakan data jumlah hotel yang terdapat di kota Salatiga tahun 2009:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Hotel di Kota Salatiga Tahun 2009**

No.	Nama Hotel	Jenis Hotel	Alamat – Telepon
1	Laras Asri	Bintang 4	Jl. Jend. Sudirman 335 - [0298-312222]
2	Quality Wahid	Bintang 4	Jl. Jend. Sudirman 2 - [0298 - 3258501]
3	Surya Indah	Bintang 3	Jl. Diponegoro 110 A - [0298 – 323009]
4	Le Beringin	Melati 3	Jl. Jend. Sudirman 160 - [0298 - 327082]
5	Mutiara	Melati 3	Jl. Langensuko 31 - [0298 - 321775]
6	Kalimang	Melati 3	Jl. Kalimangkak 19 - [0298 - 327255]
7	Ngawen Indah	Melati 2	Jl. Hasanudin 114 - [0298 - 321626]
8	Maya	Melati 2	Jl. Kartini 15 A - [0298 - 323179]
9	Salatiga Plaza	Melati 2	Jl. Jend. Sudirman 61 - [0298 - 326737]
11	Slamet	Melati 2	Jl. Sukowati 42 - [0298 - 326922]

Sumber : [www.salatiga.go.id](http://www.salatiga.go.id) 2010

Salah satu hotel yang terbesar yang terdapat di Salatiga adalah Laras Asri Resort and Spa. Laras Asri Resort and Spa merupakan resort yang berorientasi internasional, bergaya, serta berbintang empat dengan fasilitas bintang lima. Laras Asri Resort and Spa merupakan tempat yang ideal dimana terletak beberapa menit dari kota Salatiga, daerah atas Jawa Tengah yang di sebut dengan “Lingkar Emas” yang pada kenyataannya merupakan kota tertua dan tercantik yang pernah ada. Resort ini menawarkan pemandangan yang menakjubkan yang terletak di kaki Gunung Merbabu dan dikelilingi oleh taman hijau yang sangat indah dengan banyak tumbuhan langka. Selain itu, resort ini merupakan tempat peristirahatan favorit di Salatiga bagi para wisatawan baik wisatawan asing maupun domestik. Karena merupakan tempat peristirahatan favorit bagi para wisatawan baik wisatawan asing maupun domestik, maka Laras Asri Resort pun akan memberikan Jasa yang akan membuat para wisatawan puas.

Untuk menciptakan kepuasan wisatawan tersebut, maka karyawan dari suatu hotel atau resort harus melakukan interaksi yang baik dengan para tamunya. *Front office* merupakan salah satu bagian di hotel yang memiliki kecenderungan paling tinggi untuk berinteraksi sosial terutama dengan tamu. Selama 24 jam penuh bagian ini bertindak sebagai pusat operasional hotel. Agar menjadi tenaga yang professional dalam memberikan Jasa maka diperlukan penguasaan kompetensi sikap (*attitude*), pengetahuan (*knowledge*), dan keterampilan (*skill*).

Dalam menjalankan tugasnya, bagian *front office* memiliki satu motto yang menjadi landasan mereka dalam memberikan Jasa kepada tamu. Motto tersebut disingkat dengan PERSONALITY. Motto tersebut berarti bahwa mereka adalah orang-orang yang memiliki keyakinan, keterampilan, dan dedikasi untuk memberikan yang terbaik kepada tamu. Menurut Adi Soenarno (2006:91), unsur “PERSONALITY” tersebut yaitu : *Pleasantness* (sifat ramah dengan senyum tulus), *Eagerness* (sifat riang dan ceria), *Respect* (rasa hormat dan menghargai tamu), *Sense of responsibility* (tanggung jawab terhadap pekerjaannya), *Orderly mind* (selalu ingin menolong tamu), *Neatness* (kerapian fisik), *Accuracy* (ketelitian), *Loyalty* (kesetiaan), *Intelligence* (kecakapan), *Tactful* (mengambil keputusan yang bijaksana), *Yearning to be a good receptionist* (semangat untuk menjadi staf *front office* yang baik).

*Front office* bagi hotel dikenal sebagai *the first and the last impression of the guest*. Artinya bagian inilah yang pertama dan terakhir dari tamu. Tamu yang datang di hotel akan datang dulu di bagian *front office* , dan pada waktu akan *check out* pun tamu harus berhubungan dengan *front office* . Jadi sudah sewajarnya bila kesan yang mendalam akan tercipta dibagian ini.

*Front office* juga merupakan tempat yang pertama-tama akan dituju oleh tamu yang akan menyampaikan isi hati mereka. Kebanyakan diantaranya berupa keluhan atau komplain. Seorang yang keinginannya tidak terpenuhi, atau bahkan bila tidak dengan segera dipenuhi, maka dia akan komplain. Banyak hal bisa menjadi keluhan bagi tamu. Bila hotel tidak mampu

mengelola Jasanya dengan baik, *front office* niscaya akan menjadi tempat keluhan tamu.

Ada satu hal yang umum bagi staff di *front office*, yaitu yang mengatakan bahwa *you are the company*, yang berarti setiap staff di *front office* adalah prototipe dari perusahaan secara keseluruhan. Sebuah hotel tetap akan dicitrakan oleh layanan orang perorang (*any single staff is a company*).

Staff *front office* harus menguasai semua *product knowledge* di hotel. Ada juga unsur psikologis yang perlu disiapkan supaya berkesan baik bagi tamu dan juga melancarkan tugas karyawan. Menurut Adi Soenarno (2006:7), pekerjaan *front office staff* secara umum diantaranya :

1. *Assistant Front office Manager*
2. *Duty Manager*
3. *Receptionist*
4. *Reservation*
5. *Guest Relations Officer (GRO)*
6. *Concierge*
7. *Telephone Operator*
8. *Business Center Attendant*

Semua *section* di atas dipimpin oleh seorang *Front Office Manager* yang bertanggung jawab atas departemen yang ia bawahi.

Untuk meningkatkan daya saingnya hotel atau resort sebagai sarana penyedia jasa akomodasi perlu melakukan strategi yang baik. Salah satunya adalah dengan menciptakan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas

jasa, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas jasa. Persoalan kualitas sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan dalam hal ini hotel atau resort agar tetap bertahan dalam bisnisnya. Seperti dikatakan oleh Kotler (2000:440), bahwa kualitas jasa dapat diukur dengan lima determinan jasa yaitu “TERRA” : *tangible* (berwujud), *empathy* (empati), *responsiveness* (cepat tanggap), *reliability* (keandalan), *assurance* (kepastian).

Menurut Kotler (2005:70), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak akan puas. Tetapi jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis hotel adalah menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono,1997:24).

Kepuasan pelanggan yang terdapat di Laras Asri Resort and Spa Salatiga menurut pengamatan peneliti selama masa penelitian dan berdasarkan hasil wawancara kepada pengunjung adalah kurang baik, dikarenakan kualitas jasa yang tidak maksimal. Hal ini dapat dilihat dari lambatnya pelayanan yang

ada, ketidakjelasan dalam proses reservasi, kurangnya keterampilan yang dimiliki oleh karyawan *front office*, kurangnya perhatian karyawan *front office* terhadap masalah yang dimiliki oleh tamu, serta banyaknya komplain dari para tamu terhadap kualitas jasa yang diberikan oleh karyawan *front office*.

Dengan adanya masalah tersebut maka penulis tertarik untuk mengupas hal-hal apa saja yang berhubungan dengan peranan *front office department* dan kepuasan pelanggan. Dan akhirnya penulis tertarik dan mengangkat judul yaitu **“Peranan Kualitas Jasa *Front Office Department* Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Laras Asri Resort & Spa Salatiga”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka penulis menyederhanakan permasalahan dan memperjelas arah penelitian sesuai dengan judul yang telah dikemukakan di atas. Maka dapat dipaparkan rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana peranan kualitas jasa *front office department* di Laras Asri Resort & Spa Salatiga?
2. Bagaimana gambaran tingkat kepuasan pelanggan di Laras Asri Resort & Spa Salatiga?
3. Seberapa besar hubungan kualitas jasa *front office department* terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Laras Asri Resort & Spa Salatiga?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi peranan kualitas jasa *front office department* di Laras Asri Resort & Spa Salatiga.
2. Mengidentifikasi gambaran tingkat kepuasan pelanggan di Laras Asri Resort & Spa Salatiga.
3. Menganalisis seberapa besar hubungan kualitas jasa *front office department* terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Laras Asri Resort & Spa Salatiga.

### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

#### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi kajian yang lebih komprehensif dan pengembangan *front office department*.

#### 2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pelaksanaan kerja *front office department* di Laras Asri Resort & Spa Salatiga.

Bagi peneliti, penelitian ini berfungsi sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman agar dapat mengaplikasikan teori yang dimiliki untuk

mencoba menganalisis fakta, gejala, dan peristiwa yang terjadi secara ilmiah dan objektif sehingga dapat ditarik kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan.

### E. Kerangka Pemikiran

Dasar pemikiran yang melandasi penelitian ini adalah untuk mengkaji masalah peranan *front office department* terhadap tingkat kepuasan pelanggan. *Front office department* akan memberikan Jasa yang terbaik bagi setiap pelanggan yang datang. Setiap pelanggan yang datang pasti mempunyai harapan untuk mendapatkan Jasa yang baik dan memuaskan. Lewis & Booms, 1983 (dalam Fandy Tjiptono, 2005:121), mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa baik tingkat Jasa yang diberikan, mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini kualitas Jasa atau jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Lima determinan kualitas jasa menurut Kotler (2000:440), dapat disingkat menjadi “TERRA” yaitu:

1. *Tangible* (berwujud)
2. *Empathy* (empati)
3. *Responsiveness* (cepat tanggap)
4. *Reability* (keandalan).
5. *Assurance* (kepastian)

Tingginya tingkat kualitas Jasa dapat diukur dengan membandingkan antara *expected service* dengan *perceived service*. Menurut Olsen&Dover (dalam Fandy Tjiptono, 2005:122), mengatakan harapan/ekspektasi pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk yang bersangkutan. Setiap pelanggan yang berbeda dapat menerapkan tipe ekspektasi yang berbeda untuk situasi yang berbeda.

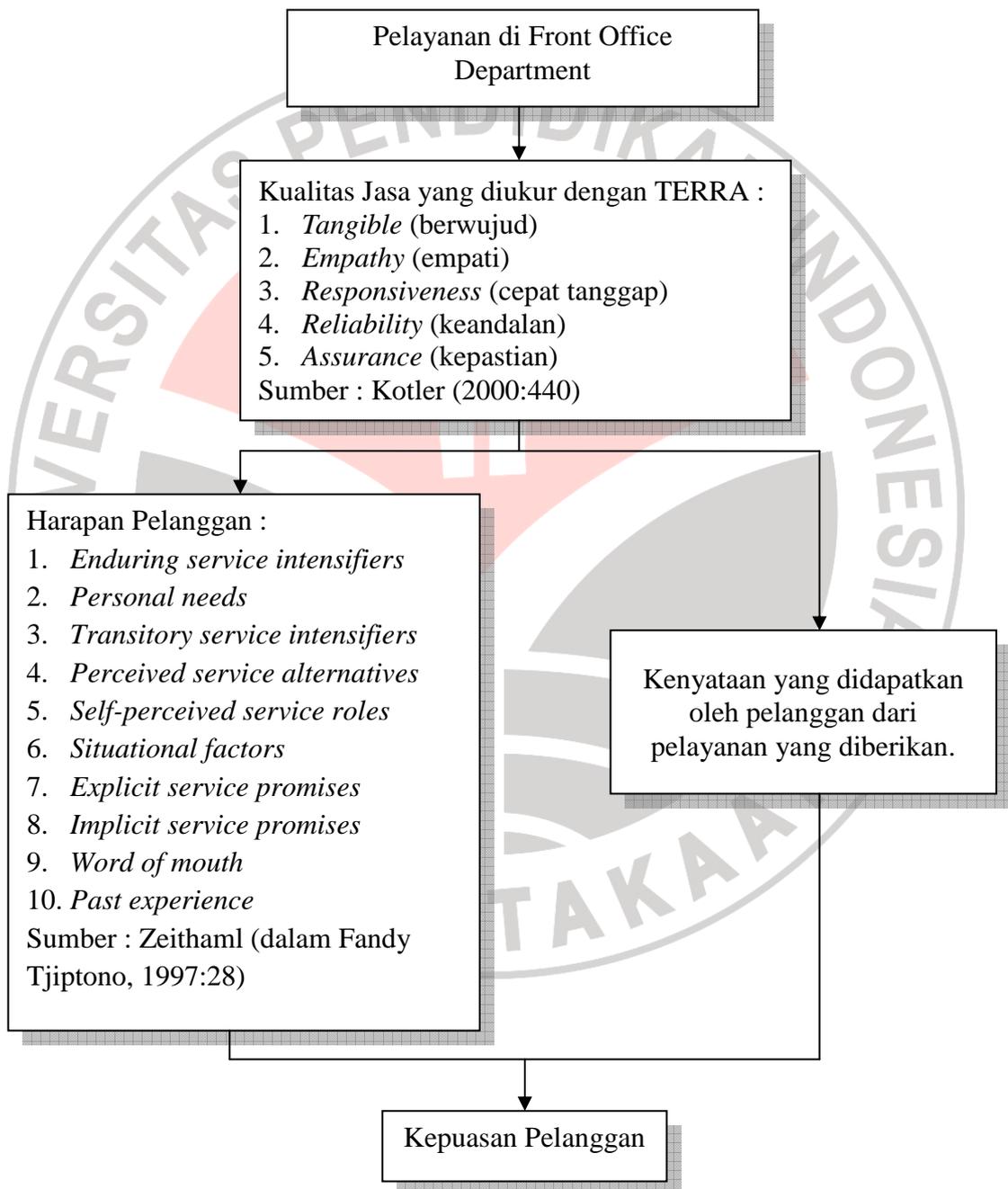
Menurut Zeithaml (dalam Fandy Tjiptono, 1997:28), harapan pelanggan tersebut terbentuk oleh beberapa faktor sebagai berikut :

1. *Enduring service intensifiers*
2. *Personal needs*
3. *Transitory service intensifiers*
4. *Perceived service alternatives*
5. *Self-perceived service roles*
6. *Situational factors*
7. *Explicit service promises*
8. *Implicit service promises*
9. *Word of mouth*
10. *Past experience*

Apabila harapan pelanggan tersebut semua terpenuhi maka akan tercipta kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2005:70), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Jika kinerja berada

di bawah harapan, pelanggan tidak akan puas. Tetapi jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Olahan Peneliti

## E. Hipotesis

Sebelum benar-benar melakukan penelitian, diperlukan adanya hipotesis atau dugaan sementara dari permasalahan yang diajukan oleh peneliti, yaitu masalah-masalah yang dijabarkan dalam landasan teori atau tinjauan pustaka yang masih harus diuji kebenarannya.

Hipotesis merupakan perumusan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, karena jawaban tersebut didasarkan atas teori yang relevan, belum didasarkan pada faktor-faktor empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Sugiyono, 2005:51).” Uma Sekaran (2006:135), berpendapat bahwa hipotesis bisa didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua variabel atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji, hubungan tersebut diperkirakan berdasarkan jaringan asosiasi yang diterapkan dalam kerangka teoritis yang dirumuskan untuk studi penelitian. Dengan menguji hipotesis dan menegaskan hubungan, diharapkan bahwa solusi dapat ditemukan untuk menatasi masalah yang dihadapi.

Bertitik tolak dari pendapat di atas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut: ”Terdapat hubungan yang signifikan antara Kualitas Jasa dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan di Laras Asri Resort and Spa Salatiga”.