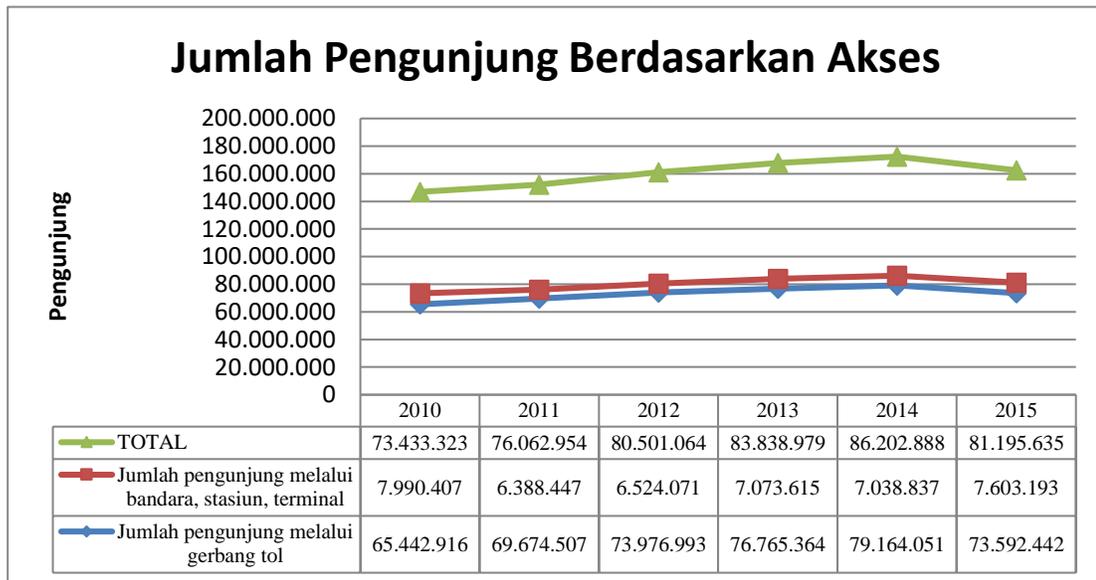


## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar belakang

Bandung merupakan kota terbesar yang berada di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Kepala Bidang Pemasaran Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, Kenny Dewi Kianasari menyatakan bahwa pada saat ini kota Bandung merupakan salah satu kota yang sering dikunjungi oleh para wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, berbagai jenis wisata yang tersedia di kota Bandung antara lain: wisata kuliner, wisata budaya, wisata alam, dan berbagai macam wisata lainnya. Selain itu, kemudahan akses untuk menuju atau keluar kota Bandung menambah besarnya peluang wisatawan datang ke Kota Bandung.

Berikut merupakan jumlah pengunjung berdasarkan akses yang digunakan para wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung berdasarkan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kota Bandung:



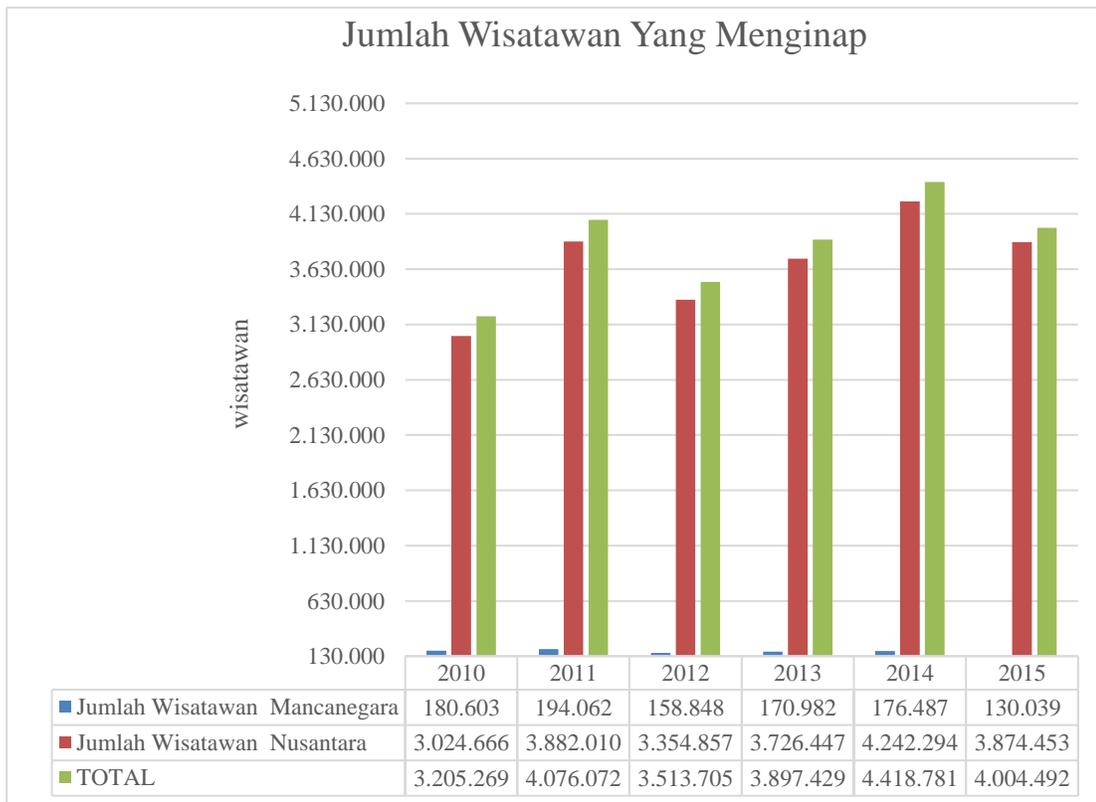
Gambar I. 1Akses Pengunjung ke Kota Bandung

Sumber: PPID Kota Bandung (2016)

Berdasarkan gambar 1.1 mengenai akses pengunjung ke kota Bandung pada tahun 2010 hingga 2014 mengalami kenaikan pada setiap tahunnya sebesar 16.63% atau setara dengan 80.007.842 pengunjung, yang terdiri dari pengunjung melalui

gerbang tol sebesar 91.20% atau setara dengan 73.004.766 pengunjung dan terdapat peningkatan pada pengunjung yang melalui bandara, stasiun atau terminal sebesar 8.80% atau setara dengan 7.003.075 pengunjung. Namun, terdapat penurunan pada tahun 2014-2015 sebesar 1% atau setara dengan 5.007.253 pengunjung, yang terdiri dari penurunan jumlah pengunjung melalui gerbang tol sebesar 1.04% atau setara dengan 5.571.069 dan peningkatan jumlah pengunjung yang melalui bandara, stasiun dan terminal sebesar 1.2 % atau setara dengan 564.356. Walaupun demikian peluang bisnis dalam industri pariwisata pada kota Bandung memiliki peluang yang cukup besar dikarenakan banyak pengunjung yang datang ke kota Bandung dan memiliki kemungkinan untuk menginap di kota Bandung.

Berikut merupakan jumlah wisatawan yang menginap di kota Bandung berdasarkan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kota Bandung:



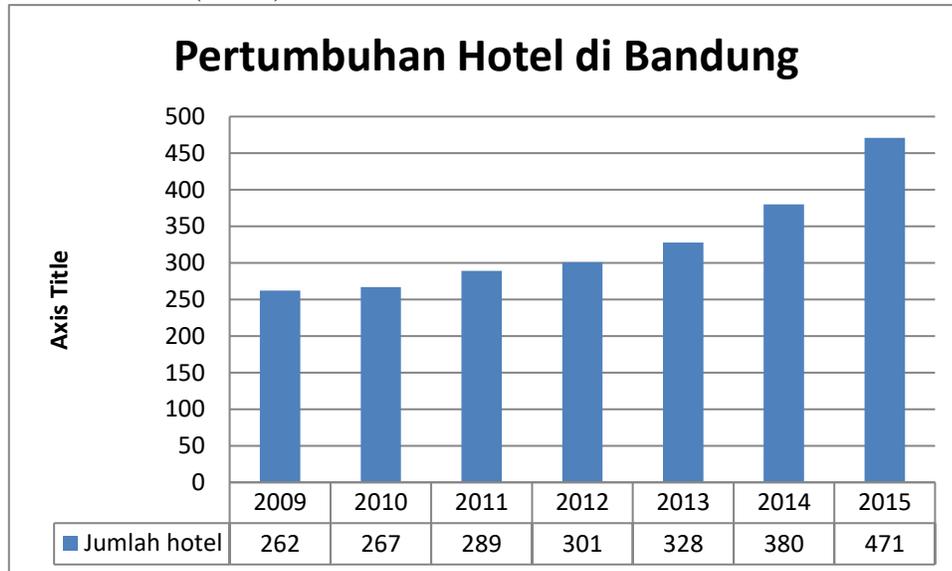
Gambar I. 2 Data Kunjungan Wisatawan Yang Datang Ke Kota Bandung Tahun 2010 – 2015

Sumber: PPID Kota Bandung (2016)

Berdasarkan gambar I. 2 dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang menginap di kota Bandung tahun 2010 – 2011 mengalami peningkatan sebesar 3,77% atau setara dengan 870.803 pengunjung, yang terdiri dari peningkatan jumlah wisatawan nusantara sebesar 3.88% atau setara dengan 875.344 wisatawan dan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara sebesar 1.33% atau setara dengan 13.459 wisatawan. Sedangkan wisatawan mancanegara pada tahun 2011-2012 mengalami penurunan sebesar 2,43% atau setara dengan 562.367 pengunjung, yang terdiri dari penurunan wisatawan nusantara sebesar 2.38% atau setara dengan 527.153 wisatawan dan penurunan wisatawan mancanegara sebesar 3.48% atau setara dengan 35.214 wisatawan. Pada tahun 2012-2014 mengalami peningkatan kembali sebesar 3.92% atau setara dengan 905.076 pengunjung, dan pada tahun 2014-2015 mengalami penurunan sebesar 1.79% atau setara dengan 414.289 pengunjung. Peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke kota Bandung tidak lepas dengan peran pemerintah daerah dalam melakukan promosi wisata yang berada di kota Bandung. Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang menginap di kota Bandung maka peluang pasar dalam industri perhotel semakin besar.

Kedatangan wisatawan tersebut rata-rata tinggal di kota Bandung selama 5 hari (Kompas,2014). Sehingga untuk meningkatkan kepuasan wisatawan yang datang ke kota Bandung, maka di perlukan sarana dan prasarana yang dapat menambah kenyamanan para wisatawan pada saat datang ke kota Bandung dengan memberikan fasilitas untuk menginap. Peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke kota Bandung menyebabkan semakin banyaknya jumlah hotel yang berada di kota Bandung. Maka persaingan antar perusahaan sejenis tidak dapat di hindari akan tetapi semakin kompetitif. Keunggulan bersaing akan membangun kecakapan untuk performa aktivitas yang lebih dari lawan usaha atau lebih efektif dari pesaing, dengan kata lain perusahaan membangun keunggulan bersaing ketika memanfaatkan kekuatan untuk beberapa aktivitas lebih dari performanya.

Berikut merupakan pertumbuhan hotel yang berada di kota Bandung berdasarkan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat dan Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI):



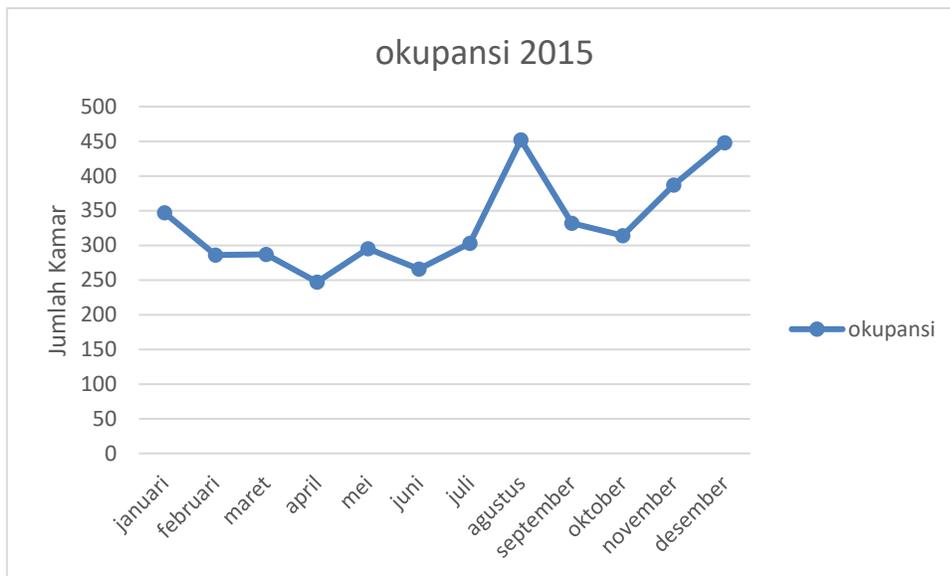
Gambar I. 3 Pertumbuhan Hotel di Kota Bandung pada tahun 2009 hingga 2015

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat dan PHRI (2016)

Berdasarkan gambar I. 3 mengenai Pertumbuhan Hotel di kota Bandung pada tahun 2009 hingga 2015 dapat dilihat bahwa kota Bandung mengalami peningkatan jumlah hotel sebesar 14% atau setara dengan 209 hotel. Peningkatan jumlah hotel di kota Bandung ini disebabkan dengan adanya peluang pasar yang besar, akan tetapi tingginya persaingan bisnis pada industri perhotelan pada kota Bandung akan semakin memperketat persaingan antar pelaku bisnis pada industri perhotelan di kota Bandung untuk saling menjadi yang terbaik serta menjadi pilihan utama setiap wisatawan yang akan menginap di kota Bandung. Pertumbuhan hotel di kota Bandung sangat pesat mulai dari kelas melati 1 hingga kelas hotel bintang 5 yang tersebar di berbagai wilayah kota Bandung, agar dapat bertahan atau meningkatkan popularitas dari perusahaan yang lain, setiap perusahaan perlu melakukan *continuous improvement* dengan tujuan tidak hanya sekedar bertahan akan tetapi dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di dibidang yang sama di kota Bandung.

Salah satu pelaku bisnis pada industri perhotelan di kota Bandung ialah Hotel XYZ yang sudah berdiri sejak 3 April 2008. Hotel XYZ memiliki lokasi strategis di jalan buah batu No. 152 kota Bandung, dimana banyak wisatawan yang datang ke kota Bandung melalui gerbang tol buah batu yang akan menuju ke pusat kota. Hotel XYZ merupakan hotel yang termasuk ke dalam kelas hotel bintang 1 dengan memiliki 21 kamar dengan terdiri dari 4 kelas ruangan antara lain: standar A, standar B, *deluxe*, *superior* dengan harga per kamarnya disesuaikan dengan kelasnya masing-masing, yaitu berkisar antara Rp 250.000,00 sampai dengan Rp 510.000,00. XYZ menyediakan fasilitas antara lain: *Room Service*, *Carpark*, *Wifi Public Area*, *Coffee/Tea In Lobby*, *Family Room*, *Smoking Area*, *Hair Salon*, *Laundry Service*, *Luggage Storage*, *TV Lounge*, *Car Hire*.

Berikut merupakan okupansi yang dimiliki oleh Hotel XYZ pada tahun 2015 pada setiap bulanya:



Gambar I. 4 Okupansi Hotel XYZ pada tahun 2015

Sumber: Hotel XYZ (2015)

Berdasarkan gambar 1.4 di atas mengenai okupansi Hotel yang dimiliki oleh Hotel XYZ pada tahun 2015 mengalami penurunan pada bulan Januari – Februari, bulan Maret – April, bulan Mei – Juni, dan pada bulan Agustus hingga Oktober

okupansi menurun sebesar 1.54% atau setara dengan 61 kamar pada bula Januari hingga Februari, 1.01% atau setara dengan 40 kamar pada bulan Maret hingga pril, 0.73% atau setara dengan 29 kamar pada bulan Mei hingga juni dan 3.48% atau setara dengan 138 kamar pada bulan agustus hingga Oktober. Namun dibalik itu terdapat peningkatan okupansi yang terdapat pada bulan Februari hingga Maret, bulan April hingga Mei, bulan Juni hingga Agustus, bulan Oktober hingga Desember dengan peningkatan sebesar 0.03% atau setara dengan 1 kamar pada bulan Februari hingga Maret, 1.21% atau setara dengan 48 kamar pada bulan April hingga Mei, 4.69% atau setara dengan 186 kamar pada bulan Juni hingga Agustus dan 3.38% atau setara dengan 134 kamar pada bulan Oktober hingga Desember. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian *residence manager*, peningkatan okupansi pada bulan Agustus dikarenakan adanya acara wisuda pada Telkom University yang dimana target pasar dari Hotel XYZ ialah orang tua dari mahasiswa Telkom University dan pada akhir tahun mengalami peningkatan dengan pesat yang disebabkan banyak wisatawan yang datang ke Kota Bandung untuk merayakan tahun baru di Kota Bandung.

Berikut merupakan tabel perbandingan *rating* Hotel XYZ dengan Hotel lain yang berada di daerah yang sama dan pada kelas yang sama:

Tabel I. 1 Perbandingan rating XYZ dengan Hotel lain

No	Hotel	Rating	Lokasi	Sumber
1	Hotel Kartika Bandung	8.6	R. E. Martadinata	Traveloka
2	Hotel Montameri	8.2	Pelajar Pejuang	Traveloka
3	Hotel Astria Graha	8.2	Dalem Kaum	Traveloka
4	Bantal Guling Trans	8.1	Gatot Subroto	Traveloka
5	Pondok Patradisa	8.1	Gatot Subroto	Traveloka
6	Galaxy inn	8.0	Buah Batu	Traveloka
7	DPalma Hotel	8.0	Gatot Subroto	Traveloka
8	Hotel Riau Bandung	7.7	RE. Martadinata	Traveloka
9	XYZ Bandung	7.7	Buah Batu	Traveloka
10	Bali Indah Hotel Bandung	6.9	BKR	Traveloka

Sumber: website *Online Travel Agent* Traveloka (2016)

Berdasarkan tabel I. 1 mengenai perbandingan *rating* Hotel XYZ termasuk kepada hotel yang cukup baik yang dikarenakan memiliki *rating* 7.7. Hotel XYZ berada pada urutan ke 9 dari 10 Hotel lain yang memiliki kelas yang sama yaitu bintang 1 dan berada di daerah yang berdekatan dengan Hotel XYZ dimana yang memiliki *rating* tertinggi ialah Hotel Kartika Bandung yang berlokasi di jalan R.E. Martadinata dengan *rating* sebesar 8.6. Salah satu faktor yang menjadi penyebab rendahnya *rating* pada Hotel XYZ adalah tingkat kepuasan pelanggan yang pernah menggunakan jasa pada Hotel XYZ.

Tabel I. 2 Keluhan pelanggan

	Keluhan	Pelanggan
Fasilitas kamar mandi	Kamar mandi memiliki aroma tidak sedap	30%
	Kamar mandi kotor	7%
	Wc tersumbat	3%
Fasilitas kamar	Ukuran kamar kecil	10%
	Kamar kotor	17%
	<i>Sprey</i> memiliki aroma tidak sedap	10%
	<i>Sprey</i> membuat gatal	7%
<i>Room service</i>	Sarapan memiliki sedikit pilihan	7%
Fasilitas pendukung	Wifi lambat	10%

Sumber: website *Online Travel Agent* Traveloka (2016)

Dari tabel I. 2 dapat dilihat bahwa keluhan yang dialami oleh pelanggan Hotel XYZ mengenai kamar mandi, kamar tidur, pelayanan dan fasilitas. Dengan jumlah keluhan paling banyak dialami oleh pelanggan Hotel XYZ ialah mengenai kamar mandi memiliki aroma yang tidak sedap dengan bobot sebesar 30%. Dengan semakin banyak keluhan yang dimiliki oleh pelanggan Hotel XYZ maka semakin kecil tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Hotel XYZ tersebut dan kemudian akan berdampak kepada *rating* yang dimiliki oleh Hotel XYZ.

Tabel I 3 Pendapat Pelanggan

Variabel	Pendapat Pelanggan	Persentase	Tanggapan Menejemen
<i>Tangibles</i>	Suasana yang diberikan nyaman.	22%	Hotel XYZ telah memberikan layanan yang telah sesuai dengan strandar hotel bintang 1.
	Penampilan karyawan yang rapih.		
	Desain interior kamar baik.		
	Ketersediaan bukti pembayaran.		
	Minimalnya fentilasi udara.		
<i>Reliability</i>	Kemudahan transaksi pembayaran.	53%	Telah sesuai dengan standar yang di berikan oleh Hotel XYZ yang dikarenakan adanya prosedur mengenai perawatan dan pengecekan kamar secara berkala.
	Kemudahan untuk mencari informasi mengenai hotel		
	AC tidak berfungsi dengan baik		
	<i>Bedcover</i> kurang bersih		
	Kamar mandinya memiliki aroma tidak sedap		
	Sarapan memiliki variasi yang sedikit		
<i>Responsiveness</i>	Kemudahan untuk <i>booking</i> kamar	10%	Untuk saat ini OTA yang di gunakan masih terbatas
	Pegawai cepat tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan		
<i>Assurance</i>	Ketepatan pegawai dalam menangani keluhan pelanggan	5%	Adanya sebuah <i>SOP</i>
	Pegawai ramah dengan memberikan senyum dan salam		
<i>Empathy</i>	Pegawai peduli terhadap pelanggan yang datang	10%	Telah di berikan <i>training</i> secara berkala

Sumber: website *Online Travel Agent* Traveloka (2016)

Dari table I. 3 dapat dilihat bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ialah variabel *Reliability* dengan persentase sebesar 53%, dengan adanya keluhan yang dimiliki pada variable tersebut akan berdampak besar terhadap kepuasan pelanggan oleh Hotel XYZ. Fasilitas yang diberikan oleh Hotel XYZ belum sesuai dengan keinginan pelanggan dapat dilihat bahwa masih banyak keluhan yang di berikan mengenai Fasilitas yang tersedia. Salah satu keluhan mengenai fasilitas terbanyak ialah mengenai kamar mandi yang memiliki aroma tidak sedap. Hal tersebut disebabkan adanya perbedaan persepsi antara pelanggan dengan pihak menejemen, oleh sebab itu diperlukan adanya analisis kebutuhan layanan pada Hotel XYZ yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa penginapan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk usaha seperti Hotel XYZ yang di sebut dengan *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang merupakan sebuah alat ukur terhadap kualitas pelayanan dengan dimensi sebagai berikut: bukti fisik (*Tangible*) meliputi bentuk serta penampilan bangunan hotel, interior bangunan hotel serta penampila karyawan hotel, dimensi realibilitas (*Reliability*) meliputi kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, dimensi daya tangkap (*Responsiveness*) meliputi ketersediaan karyawan hotel dalam membantu pelanggan, dimensi jaminan (*Assurance*) meliputi kesopanan karyawan hotel dan kemampuan meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan, serta dimensi empati (*Empathy*) meliputi peduli dan perhatian kepada pelanggan.

## **I.2 Rumusan masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa atribut kebutuhan pada Hotel XYZ untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?
2. Apa saja atribut kebutuhan yang dipertahankan oleh Hotel XYZ?
3. Apa saja atribut kebutuhan pelanggan yang sebaiknya diperbaiki oleh Hotel XYZ?
4. Apa saja atribut kebutuhan yang masuk kedalam kategori model
5. Bagaimana merancang *service Blue Print* pengembangan system informasi agar dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan system informasi di Hotel XYZ?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan atribut kebutuhan pelanggan pada Hotel XYZ.
2. Menentukan atribut kebutuhan yang di pertahankan oleh Hotel XYZ
3. Menentukan atribut yang perlu ditingkatkan mengenai kualitas jasa pada Hotel XYZ.
4. Mengklasifikasikan atribut kebutuhan layanan berdasarkan model kano.

5. Menghasilkan *service Blue Print* yang dalam mendefinisikan dan memodelkan kebutuhan suatu system informasi

#### **I.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar hasilnya lebih fokus dan sesuai dengan tujuan yaitu analisis kebutuhan pelanggan pada Hotel XYZ, yaitu:

1. Penelitian hanya sampai tahap *True Customer Needs* dan usulan.
2. Pelanggan diperoleh dari para konsumen yang pernah menggunakan jasa Hotel XYZ pada tahun 2016.
3. Perancangan ini hanya memodelkan arsitektur-arsitektur dan *mapping* yang dibutuhkan, akan tetapi tidak sampai pada tahap implementasi.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Hotel XYZ dapat mengetahui kebutuhan pelanggan agar dapat meningkatkan kepuasan pada saat pelanggan menggunakan jasa penginapan.
2. Memberikan informasi kepada Hotel XYZ mengenai atribut yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.
3. Dapat meningkatkan performansi layanan berdasarkan skala prioritas pada Hotel XYZ
4. Memberikan usulan rencana *service blue print* berdasarkan kebutuhan dan kondisi Hotel XYZ.
5. Dapat mengurangi kegagalan dalam layanan yang telah di berikan.

#### **I.6 Sistematika Penulisan**

Berikut merupakan Sistematika Penulisan yang dijelaskan lebih rinci:

##### **Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang mendasari penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

## **Bab II Landasan Teori**

Pada bab ini berisi tentang metode peningkatan kualitas layanan dan menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

## **Bab III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini menjelaskan tentang langkah-langkah penelitian secara rinci mulai dari tahap merumuskan masalah penelitian, metode yang akan digunakan, penyusunan kuesioner, merancang pengumpulan data, pengolahan data, melakukan uji instrumen dan merancang analisis pengolahan data.

## **Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pada bab ini menjelaskan mengenai proses dan tahapan pengumpulan data untuk kuesioner *Service Quality* dan model Kano yang diperoleh dari pelanggan Hotel XYZ, hingga data dapat diolah sebagai bentuk *output* pada tahap selanjutnya.

## **Bab V Analisis Data**

Pada bab ini berisi bahasan terkait analisis mengenai hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan pada bab IV. Masing-masing langkah dianalisis secara detail dan selanjutnya melakukan perumusan rekomendasi perbaikan yang dapat menarik minat serta membentuk kepuasan kepada pelanggan pada Hotel XYZ.

## **Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini serta saran terkait dengan yang dibutuhkan oleh pelanggan baru sehingga dapat menarik minat dan membentuk kepuasan kepada pelanggan Hotel XYZ dan saran untuk penelitian selanjutnya.