

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas pelayanan dipertimbangkan menjadi salah satu faktor yang penting untuk diperhatikan, karena dengan melihat pelayanan yang diberikan maka mempengaruhi kesan terhadap reputasi yang juga berdampak terhadap keberlangsungan serta pendapatan yang dihasilkan dari sebuah usaha/bisnis. Kualitas pelayanan sering sekali diterapkan dalam banyak hal salah satu diantaranya adalah dalam industri pariwisata. Di Indonesia perkembangan industri pariwisata dapat dikatakan sedang berkembang dengan pesat, hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek seperti meningkatnya kunjungan wisatawan, kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam sektor pariwisata dan juga munculnya usaha - usaha baru dalam industri pariwisata. Dalam Pasal 14 Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang kepariwisataan terdapat berbagai jenis usaha pariwisata antara lain yaitu jasa perjalanan, jasa makanan dan minuman, jasa penyediaan akomodasi, jasa transportasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, insentif, konferensi dan pameran. Dengan berkembangnya industri tersebut maka akan menimbulkan sebuah tantangan baru yaitu persaingan untuk keberlangsungan dari usaha/bisnis itu sendiri, sehingga perlu diperhatikan faktor – faktor yang akan berpengaruh dalam persaingan tersebut. Dari berbagai macam faktor, kualitas pelayanan termaksud dalam faktor tersebut dan merupakan faktor yang penting terlebih untuk suatu usaha yang berada dalam bidang penyediaan jasa.

Salah satu contoh usaha yang menyediakan jasa dan memiliki persaingan yang banyak adalah hotel. Hotel merupakan salah satu usaha dalam industri pariwisata yang menyediakan jasa/tempat akomodasi. Hotel dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai macam kriteria seperti berdasarkan bintang, lama tamu menginap, lokasi, kepemilikan, dll.



Gambar 1.1. Jumlah Hotel di Jakarta 2010 – 2018
 Sumber data: Badan Pusat Statistik (www.bps.go.id)

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah hotel di Jakarta, dapat dilihat dalam kurun waktu 8 tahun jumlah hotel sudah menjadi 2 kali lipat maka persaingan pun akan menjadi semakin sulit. Hal ini didukung dengan banyaknya perusahaan yang mengelola hotel seperti *AccorHotels*, *Hilton Worldwide*, *InterContinental Hotel Group*, *Shangri-La Hotels and Resorts* dan yang lain sebagainya membangun propertinya di Indonesia terlebih di kota – kota yang menjadi destinasi pariwisata ataupun bisnis seperti Jakarta dan Bali. *Marriott International* merupakan salah satu perusahaan yang juga berjalan dalam bidang pengelolaan hotel yang memiliki kurang lebih 30 merek hotel dan lebih dari 7.000 properti yang tersebar di 130 negara. Dari 30 merek hotel yang dikelola oleh *Marriot Intenational* pada penelitian ini akan membahas tentang JW Marriott, dengan alasan JW Marriott merupakan merek hotel yang sudah dikenal dan juga memiliki pengalaman yang kurang baik yaitu terjadi pengeboman 2 kali pada tahun 2003 dan 2009, tetapi meskipun demikian tetap saja banyak tamu yang memilih JW Marriott Jakarta sebagai tempat mereka untuk menginap.

JW Marriott Jakarta terletak di kawasan Mega Kuningan dan berdiri pada Februari 2001. Hotel JW Marriott Jakarta Kuningan memiliki 333 kamar, 3 restoran, bar, 17 ruang konferensi, kolam renang, lounge, pusat kebugaran, dan fasilitas SPA. Dari banyaknya fasilitas yang dimiliki oleh JW Marriot Jakarta, penelitian ini akan berfokus pada satu fasilitas yaitu lounge di JW Marriott yang disebut *Executive Lounge* atau dapat juga

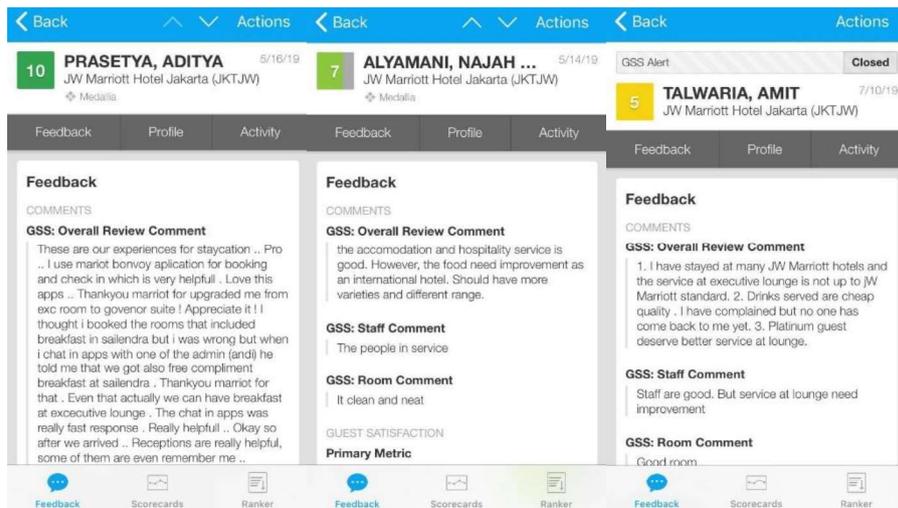
disebut dengan *Executive Club*. Adi Soenarno (2006:364) menyatakan, “Lounge adalah fasilitas yang akan menunjang dengan memberikan hiburan kepada tamu yang menginap di hotel”. *Executive Lounge* dapat dibilang seperti sebuah hotel dalam hotel karena proses *check-in & check-out* dapat dilakukan disini dengan situasi yang lebih personal karena tidak semua orang dapat mengakses *Executive Lounge*, selain itu juga tersedia makanan dan minuman yang dapat dinikmati serta kegiatan bisnis seperti rapat/pertemuan juga dapat dilakukan disini. *Executive Lounge* di JW Marriott Jakarta terletak pada lantai 29 dan memiliki kapasitas untuk 75 orang. Fasilitas yang dimiliki *Executive Lounge* JW Marriott Jakarta adalah 1 ruang pertemuan dengan kapasitas 6 orang, kamar mandi untuk pria dan wanita, 1 *buffet area*, 1 bar dan 1 *coffee bar*.

Dengan terdapat berbagai macam merek hotel yang terdapat di Jakarta yang memiliki fasilitas serupa dan beragam, hotel JW Marriott yang dapat dibilang sudah berumur tetapi tetap dapat bersaing dengan hotel lainnya. Apa yang membuat Hotel JW Marriot Jakarta dapat tetap bersaing dengan hotel lainnya? Untuk meningkatkan pengalaman yang diberikan, JW Marriott memiliki sebuah sistem perantara dimana tamu akan mendapatkan kesempatan untuk memberikan penilaian serta kritik dan saran untuk fasilitas hotel maupun pelayanan yang mereka dapatkan. Berdasarkan sistem perantara tersebut dari beberapa fasilitas yang dimiliki JW Marriott Jakarta Kuningan, *Executive Lounge* mendapatkan nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan fasilitas yang lain, seperti pada gambar yang tertera di bawah ini.



Gambar 1.2. Penilaian terhadap Fasilitas di JW Marriot Jakarta
Sumber data: Koleksi Pribadi

Tetapi dapat dilihat juga terjadi fluktuasi terhadap nilai pada fasilitas *Executive Lounge*, sehingga menarik untuk dilakukan penelitian pada fasilitas *Executive Lounge*.



Gambar 1.3. Penilaian terhadap Fasilitas di JW Marriot Jakarta
Sumber data: Koleksi Pribadi

Dengan bantuan sistem perantara tersebut dapat dilihat bagaimana pengalaman yang didapatkan tamu selama menginap di JW Marriott selain itu juga pihak hotel dapat mengetahui keluhan dan saran dari tamu. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penilaian atau dapat juga disebut dengan kepuasan pelanggan terhadap *Executive Lounge* dan apa yang menyebabkan terjadinya fluktuasi dalam penilaian tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai seperti berikut :

1. Terjadinya fluktuasi dalam penilaian yang diberikan tamu terhadap *Executive Lounge JW Marriott*.
2. Pelayanan yang diberikan belum maksimal sehingga mungkin berdampak pada kepuasan pelanggan.
3. Masih terdapat keluhan dari konsumen yang juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1.3 Batasan Penelitian

Jika dilihat sudah terdapat banyak hasil penelitian oleh para peneliti yang menjadikan kualitas pelayanan sebagai topik dengan menggunakan variabel dan sub variabel yang beragam. Selain itu dengan alasan keterbatasan waktu dan juga supaya penelitian ini memperoleh hasil yang maksimal, maka membutuhkan pembatasan masalah untuk memperjelas tujuan penulisan. Pada penelitian ini dibatasi hanya melihat *service quality* berdasarkan 5 dimensi yakni TERRA (Tangibles, Empathy, Responsiveness, Reliability & Assurance) serta penelitian ini dilakukan hanya pada *Executive Lounge JW Marriott Jakarta Kuningan*.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan di *Executive Lounge JW Marriott*?
2. Bagaimana strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di *Executive Lounge JW Marriott*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui kualitas dari pelayanan di *Executive Lounge JW Marriott*.

2. Mengetahui kemungkinan alternatif strategi yang dapat diterapkan yang memiliki potensi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk memberikan informasi mengenai faktor apa saja yang perlu diperhatikan dalam sebuah pelayanan yang diberikan dan bagaimana dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, serta strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelayanan.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika Laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bab 1 membahas tentang latar belakang dari strategi peningkatan kualitas pelayanan di Executive Lounge di JW Marriott Jakarta.
2. Bab 2 membahas tentang teori para ahli yang digunakan dalam penelitian strategi peningkatan kualitas pelayanan di Executive Lounge di JW Marriott Jakarta.
3. Bab 3 membahas tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian strategi peningkatan kualitas pelayanan di Executive Lounge di JW Marriott Jakarta.
4. Bab 4 membahas tentang hasil dari kuisioner yang digunakan dalam penelitian strategi peningkatan kualitas pelayanan di Executive Lounge di JW Marriott Jakarta.
5. Bab 5 membahas tentang kesimpulan dan saran dari penelitian strategi peningkatan kualitas pelayanan di Executive Lounge di JW Marriott Jakarta.