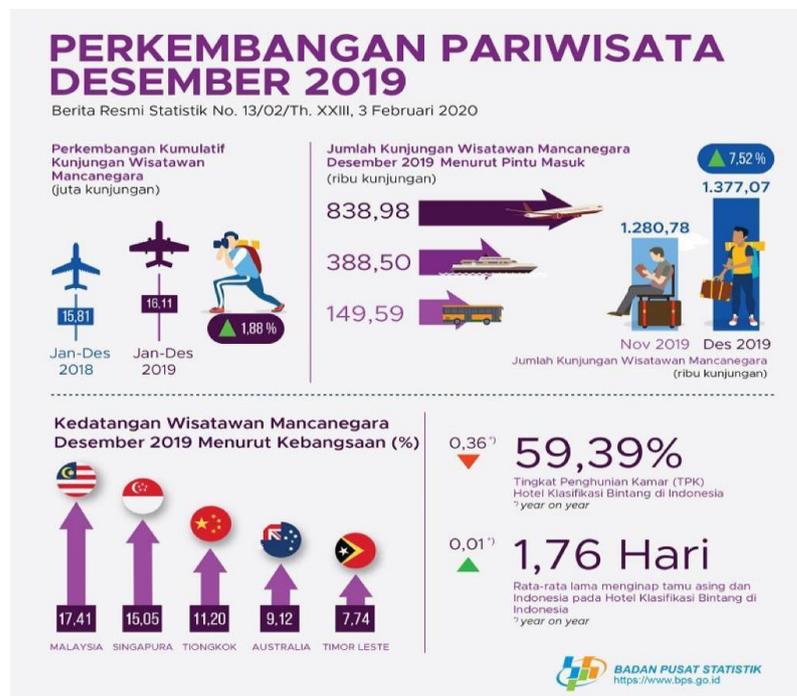


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata di Indonesia pada saat ini menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Saat ini Indonesia mempunyai daya saing yang tidak kalah dengan negara-negara lain di dunia. Hal ini dibuktikan dari kenaikan peringkat indeks daya saing pariwisata Indonesia di dunia dari peringkat 42 pada tahun 2017, menjadi peringkat 40 di tahun 2019, berdasarkan laporan dari *The Travel & Tourism Competitiveness* yang dirilis oleh *World Economic Forum* (WEF) 2019. Indeks daya saing pariwisata Indonesia berada di peringkat 4 untuk kawasan Asia Tenggara, dan peringkat 40 dari 140 negara di dunia, sementara pemerintah menargetkan Indonesia mampu berada di peringkat 30 dunia (Kompas.com, 2019). Perkembangan pariwisata Indonesia pada bulan Desember 2019 dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1.1 Perkembangan Pariwisata Desember 2019

Sumber: www.bps.go.id, 2019

Gambar di atas menunjukkan perkembangan pariwisata pada bulan Desember 2019 yang tercatat di Badan Pusat Statistik yakni jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) menurut pintu masuk pada bulan Desember 2019 yaitu berjumlah 838,98 ribu kunjungan melalui udara, 388,50 ribu kunjungan melalui laut dan 149,59 ribu kunjungan melalui darat. Sementara untuk perkembangan kumulatif jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia selama tahun 2019 mencapai 16,11 juta kunjungan atau naik sebesar 1,88% dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada periode yang sama pada tahun 2018 yang berjumlah 15,81 juta kunjungan. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang terus meningkat ini dapat menjadi peluang dan tantangan yang perlu dicermati dan disikapi dalam membangun serta mengembangkan industri pariwisata.

Jumlah kunjungan wisatawan yang meningkat ini juga berpengaruh terhadap tingkat penghunian kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia. Meskipun tingkat penghunian kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia menurun sebesar 0,36 poin pada bulan Desember 2019, namun rata-rata lama menginap tamu asing dan lokal pada hotel klasifikasi bintang selama bulan Desember 2019 tercatat sebesar 1,76 hari, yang berarti terjadi peningkatan sebesar 0,01 poin jika dibandingkan keadaan pada bulan Desember 2018. Peran Industri perhotelan memang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan kepariwisataan. Setiap tahun jumlah wisatawan mancanegara (wisman) terus meningkat, sama halnya dengan pergerakan wisatawan nusantara. Peningkatan ini perlu diimbangi dengan penyediaan akomodasi maupun fasilitas lainnya yang memadai supaya tidak terjadi kesenjangan antara permintaan dan penawaran atas layanan akomodasi. Oleh karena itu, peningkatan kunjungan wisatawan mampu memberi dampak positif bagi pertumbuhan industri perhotelan di Indonesia.

Industri perhotelan merupakan salah satu industri yang berperan penting dalam memajukan pariwisata, karena industri ini bergerak dibidang akomodasi yang menyediakan tempat tinggal sementara bagi para wisatawan

yang sedang berkunjung ke suatu daerah baik untuk tujuan wisata, urusan bisnis maupun untuk kepentingan lainnya. Tidak hanya mengharapkan tempat tinggal yang bersih dan nyaman, tamu hotel juga mengharapkan pelayanan yang baik dan keramah-tamahan dari pelayan hotel serta mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari seperti makan dan minum serta fasilitas lainnya.

Di Kota Palembang terdapat banyak hotel yang sudah beroperasi, mulai dari hotel tidak berbintang (melati) sampai dengan hotel bintang lima. Berdasarkan data dari Traveloka tahun 2020, terdapat 280 hotel di Kota Palembang yang sudah terdaftar di situs tersebut (Traveloka.com, 2020). Banyaknya hotel yang beroperasi di Kota Palembang mendorong terjadinya persaingan antar sesama hotel. Oleh karena itu, pelayanan yang prima dan optimal perlu diterapkan untuk menjadi salah satu daya saing dan daya jual untuk dapat memenangkan pasar. Dibutuhkan juga budaya pelayanan yang harus ditanamkan didalam diri masing-masing karyawan sehingga dapat memberikan pelayanan yang profesional dan memuaskan.

Budaya pelayanan dapat diterapkan sebagai salah satu strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Saat ini budaya pelayanan yang bertolak ukur dari konsep kepedulian terhadap pelanggan telah banyak dikembangkan. Kepedulian terhadap pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pelayanan terbaik atau yang biasa disebut dengan pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan pelayanan sebaik mungkin yang diberikan oleh suatu perusahaan/organisasi untuk menciptakan kepuasan terhadap apa yang diharapkan oleh pelanggan. Tujuan utama dari pelayanan prima adalah kepuasan yang didapat oleh pelanggan. Kepuasan ini dapat terwujud jika pelayanan yang diberikan oleh karyawan telah sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan.

Barata (2003:31) mengatakan bahwa keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatan. Barata (2003:31-32) mengembangkan budaya pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor berdasarkan pada A6,

yaitu: *ability* (kemampuan), *attitude* (sikap), *appearance* (penampilan), *attention* (perhatian), *action* (tindakan) dan *accountability* (tanggung jawab).

Faktor-faktor budaya pelayanan prima yang telah disebutkan diatas dapat diterapkan oleh karyawan hotel didalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Khususnya bagi karyawan yang melayani dan berhadapan langsung dengan pelanggan seperti contohnya karyawan di departemen *F&B Service* yang melayani pelanggan di restoran. Budaya pelayanan yang dapat diterapkan seperti misalnya pada faktor *attitude* (sikap), karyawan diharapkan mampu mengatur dan menjaga sikap ketika sedang berhadapan dengan pelanggan, jangan sampai sikap atau perilaku yang ditunjukkan membuat pelanggan tersinggung atau risih. Contoh lainnya pada faktor *appearance* (penampilan), biasanya untuk pegawai hotel penampilan sudah diatur didalam Peraturan Perusahaan menurut Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan oleh perusahaan, dan terdapat sanksi bagi yang melanggar peraturan tersebut. Biasanya standar yang ditentukan seperti rambut tidak boleh panjang dan harus dikuncir bagi wanita, kuku jari yang harus selalu bersih dan pendek serta larangan bagi laki-laki untuk berkumis atau berjenggot. Contoh selanjutnya pada faktor *accountability* (tanggung jawab), karyawan diharapkan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap pelanggan, contohnya apabila ada pelanggan yang mengeluh atau memberikan *complain*, karyawan diharapkan terampil dalam menangani keluhan atau *complain* tersebut, tidak gegabah dan mampu mengatasi keluhan tersebut sebagai suatu peluang untuk meraih loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Karyawan dapat memahami pentingnya pelanggan dalam suatu bisnis perhotelan dengan memahami budaya pelayanan yang telah disebutkan diatas. Pelanggan merupakan faktor penting yang dapat menentukan apakah suatu bisnis akan terus maju dan berkembang atau bisa saja *stuck* atau gagal, karena kelangsungan perusahaan sangat bergantung pada kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Maka dari itu, penting untuk memahami apa yang pelanggan butuhkan dan harapkan terhadap kualitas

makanan dan pelayanan yang diberikan supaya karyawan dapat menentukan langkah seperti apa yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain meningkatkan kualitas pelayanan, suatu perusahaan khususnya dibidang restoran perlu untuk memperhatikan kualitas makanan yang disediakan. Menurut Wijaya (2017) dalam penelitiannya mengenai pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas makanan yang terdiri dari *freshness, presentation, well cooked* dan *variety of food* secara simultan dan parsial terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas makanan yang disajikan, maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Menurut penelitian Ryu *et al* (2012) tentang pengaruh kualitas lingkungan fisik, makanan, dan layanan pada citra restoran, nilai persepsi pelanggan, kepuasan pelanggan, dan niat perilaku, menyatakan bahwa kualitas makanan merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi citra restoran yang berdampak pada nilai persepsi pelanggan, kepuasan pelanggan dan niat perilaku seperti niat untuk kembali dan menyebarkan berita positif dari mulut ke mulut. Penelitian ini menunjukkan bahwa prioritas harus diberikan dalam memelihara dan meningkatkan makanan berkualitas tinggi dibanding penghematan biaya untuk membangun citra yang baik terhadap restoran yang membedakannya dari pesaing.

Penelitian Ana dan Sondari (2018) mengenai pengaruh pelayanan prima dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, menyatakan bahwa berdasarkan hasil penelitiannya pelayanan prima dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mc Donald's Cimahi. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh yang dominan dibandingkan dengan kualitas produk. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen mempersepsikan pelayanan prima yang diberikan telah dirasakan sehingga konsumen merasa nyaman dan puas terhadap pengalaman membeli produk di Mc Donald's Cimahi.

Sedangkan menurut Evirasanti, dkk (2016) dalam penelitiannya mengenai pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan dan *behavioral intentions*, menyatakan bahwa variabel kualitas makanan, kualitas layanan dan lingkungan fisik memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan, baik terhadap kepuasan maupun *behavioral intentions*.

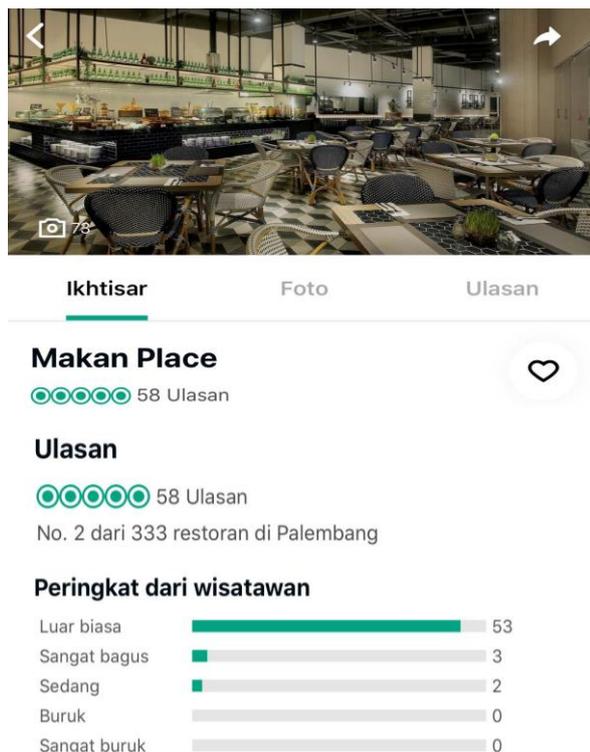
Berdasarkan beberapa penelitian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan dimana apa yang didapatkan atau dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkannya setelah mencoba atau memakai suatu produk atau jasa. Kepuasan ini akan didapatkan apabila kualitas makanan dan pelayanan yang diterima sudah dirasa cukup dan sesuai dengan kebutuhannya. Pelayanan dan kualitas makanan yang baik tentu akan memberikan kepuasan kepada pelanggan dan membuat pelanggan merasa dipentingkan dan diperhatikan dengan baik, sehingga menimbulkan loyalitas dari pelanggan tersebut.

Salah satu hotel di Kota Palembang yang telah menerapkan standar pelayanan yang prima adalah The Zuri Hotel Palembang. The Zuri Hotel Palembang adalah hotel bintang empat yang berada di kawasan terpadu *Palembang City Centre (PCC)* atau area Transmart Mall di Jl. Radial. Hotel ini merupakan hotel dengan bangunan tertinggi di Palembang, yaitu terdapat 25 lantai dengan kolam renang di lantai 25 yang menjadi *highlight* hotel ini. The Zuri Hotel Palembang didalam kegiatan operasionalnya telah menerapkan standar pelayanan yang prima dalam melayani tamu. Standar pelayanan ini dituangkan didalam slogan Zuri Group, *Soul of ZHM* dan Kredo Zuri Group.

The Zuri Hotel Palembang sangat *concern* terhadap kenyamanan dan kepuasan para pelanggannya. Meski baru berjalan selama dua tahun, The Zuri Hotel Palembang mampu bersaing dengan hotel-hotel lain yang sudah berpengalaman. Selain menjual kamar, salah satu yang menjadi andalan The Zuri Hotel Palembang dalam mencari sumber pendapatan yaitu dari Restoran Makan Place. Restoran merupakan salah satu fasilitas hotel yang tidak dapat

dipisahkan atau merupakan fasilitas yang wajib ada, karena merupakan fasilitas yang menyediakan makan dan minum untuk para tamu yang menginap maupun masyarakat umum. “Pengertian *restaurant* disesuaikan dengan kriteria hotel yaitu sarana tempat makan, minum tamu hotel, maupun luar hotel (*visitor*) dimana selain memberikan pelayanan makanan dan minuman tetapi juga diberikan *service* dan *table set-up* (tatanan meja) sesuai dengan standar hotel” (Komar, 2014:310-311).

Restoran Makan Place merupakan salah satu fasilitas andalan di The Zuri Hotel Palembang. Menurut sumber data versi *online* yaitu dari situs Tripadvisor.com, Restoran Makan Place merupakan Restoran paling baik No.2 di Kota Palembang, dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1.2 Bukti Peringkat Restoran Makan Place versi Tripadvisor

Sumber: www.Tripadvisor.co.id, 2020

Berdasarkan gambar 1.2 di atas, diketahui bahwa Restoran Makan Place merupakan Restoran paling baik No.2 dari 333 restoran yang ada di Kota Palembang, dengan ulasan dari 53 wisatawan yang menyatakan luar biasa, 3 menyatakan sangat bagus dan 2 menyatakan sedang. Hal tersebut berarti ulasan didominasi dengan pelanggan yang merasa puas, baik atas pelayanan maupun kualitas makanan yang disediakan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang.

Restoran Makan Place merupakan fasilitas yang sangat vital, karena fasilitas ini merupakan harapan kedua sumber pendapatan terbesar hotel selain dari penjualan kamar, apalagi karyawan pada restoran ini berhadapan dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Mengingat kebutuhan dan harapan pelanggan yang tidak selalu sama dan selalu ingin dipenuhi, maka dari itu, dibutuhkan pelayanan yang baik dan optimal dari karyawan untuk mencerminkan kualitas hotel yang bagus dalam melayani pelanggan.

Meskipun pelayanan dan kualitas makanan yang diberikan di Restoran Makan Place The Zuri Hotel Palembang sudah direncanakan secara profesional, tetapi tidak menutup kemungkinan terdapat ancaman persaingan yang ketat dari hotel-hotel serupa yang ada di Kota Palembang. Hal tersebut merupakan hal yang wajar dan normatif terjadi pada sebuah pelayanan hotel. Namun demikian, profesionalisme dan bagaimana cara manajemen hotel dalam menghadapi dan mengatasi persaingan tersebut merupakan penentu yang dapat mempengaruhi *image* dari pelayanan yang diberikan oleh The Zuri Hotel Palembang kepada para pelanggan. Salah satu cara yang dapat diterapkan untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing agar dapat tetap bertahan atau bahkan memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan pelayanan prima dan kualitas makanan dengan baik sehingga dapat memuaskan pelanggan. Dengan mengetahui seberapa berpengaruhnya faktor pelayanan prima dan kualitas makanan yang disediakan di Restoran Makan Place The Zuri Hotel Palembang, diharapkan pihak manajemen hotel dapat memperbaiki dan meningkatkan faktor-faktor apa saja yang dirasa kurang dan memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh pelayanan prima dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan dan menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Prima dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang berkaitan dengan skripsi ini yaitu:

1. Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang?
2. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang?
3. Apakah pelayanan prima dan kualitas makanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang?
4. Manakah variabel yang lebih dominan antara pelayanan prima dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya masalah yang akan diteliti dan supaya penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari tujuan yang direncanakan, maka penulis membatasi ruang lingkup dari penelitian yang akan diteliti pada skripsi ini yaitu meliputi:

1. Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada variabel Pelayanan Prima dan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Objek dalam penelitian ini hanya terbatas pada Restoran Makan Place, tidak mencakup keseluruhan pelayanan di The Zuri Hotel Palembang.
3. Jumlah responden terbatas hanya 100 orang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang.
3. Untuk mengetahui apakah pelayanan prima dan kualitas makanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang.
4. Untuk mengetahui variabel mana yang lebih dominan antara pelayanan prima dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Makan Place di The Zuri Hotel Palembang

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberi tambahan bukti empiris tentang pengaruh pelayanan prima dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan yang dapat diimplementasikan didalam industri pariwisata khususnya industri perhotelan dan diharapkan dapat menjadi dasar penelitian lebih lanjut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberi tambahan informasi mengenai pengaruh pelayanan prima dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan, menjadi pertimbangan dan masukan bagi The Zuri Hotel Palembang untuk dapat menciptakan kepuasan bagi tamu hotelnya khususnya dibagian Restoran Makan Place serta dapat menjadi tambahan informasi atau referensi bagi tamu

yang akan memilih The Zuri Hotel Palembang sebagai tempat makan ataupun tempat menginap.