



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis khususnya pada bidang jasa di Indonesia saat ini dapat dikatakan melaju dengan cepat. Hal ini terlihat dengan semakin banyaknya pertumbuhan dari perusahaan jasa yang ada seperti telekomunikasi, transportasi, ritel, pariwisata hingga perhotelan. Tidak dipungkiri, kehadiran perusahaan dalam bidang ini menciptakan persaingan yang sangat ketat, sehingga kondisi ini mengharuskan setiap perusahaan menerapkan berbagai macam strategi untuk dapat mempertahankan eksistensinya dan meningkatkan orientasi kepada para pelanggannya (Hartono, 2016, h. 174).

Faktor utama dalam perkembangan bisnis dibidang jasa didasari oleh perubahan keadaan lingkungan. Seperti adanya perubahan perilaku, meningkatnya kebutuhan, keinginan serta harapan dari para masyarakat terkait jasa yang ditawarkan. Ketika konsumen mendapatkan hal yang sesuai dengan yang diharapkan, maka akan adanya kepuasan yang nantinya berdampak pada peningkatan profit dari perusahaan. Selain itu, faktor kenyamanan terkait yang telah dirasakan juga menjadi salah satu hal yang utama dalam sebuah industri jasa (Lupiyoadi, 2014, para 3).

Saat ini, kehadiran perusahaan yang berfokus pada bidang jasa, tidak lagi sebatas pada besar atau kecilnya perusahaan tersebut. Melainkan terletak pada

nilai yang direpresentasikan oleh perusahaan terkait jasa yang ditawarkan. Setiap perusahaan tentu memiliki ciri khas yang membedakannya dengan perusahaan lainnya. Namun, disatu sisi setiap perusahaan khususnya jasa akan lebih dituntut untuk dapat menyediakan layanan yang berkualitas. Hal inilah yang membuat perusahaan untuk terus memperhatikan layanan yang diberikan kepada para konsumen guna memperluas pangsa pasar dan meningkatkan profit, tak terkecuali sektor dalam bidang perhotelan dan restoran.

Penggunaan jasa pada sektor perhotelan dan restoran terus mengalami peningkatan dan perkembangan yang cukup signifikan khususnya di Indonesia. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Hariyadi B Sukamdani selaku Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), bahwa kondisi perhotelan di Indonesia memiliki potensi untuk terus berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini didasari pada keadaan pariwisata di Indonesia yang juga semakin diperhatikan oleh pihak pemerintah. Selain itu, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pertumbuhan hotel di Indonesia mencapai hingga 2.350 usaha perhotelan dengan total kamar sekitar 290.000 (Kusumaningrum, 2017, para. 1-2).

Sementara itu, untuk pasar utama dalam pergerakan industri perhotelan masih ditempati oleh Jakarta. Hal ini didukung pada hasil riset perhotelan global yang menunjukkan bahwa jumlah pembangunan hotel di Jakarta dapat mencapai hingga 29 proyek dengan total jumlah kamar sekitar 7.240 kamar. Data tersebut menunjukkan bahwa di kota Jakarta menduduki peringkat pertama dalam jumlah bisnis perhotelan di Indonesia. Situasi inilah yang pada akhirnya

menyebabkan tingkat persaingan hotel di Jakarta menjadi semakin tinggi dibandingkan dengan wilayah lain (Kusumawardhani, 2017, para. 1-2).

Tabel 1.1 Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Berbintang Menurut Klasifikasi Hotel di DKI Jakarta Bulan Februari 2017, Januari dan Februari 2018

| Klasifikasi Hotel Berbintang | TPK (%) | | | Perubahan (Poin) | |
|------------------------------|---------------|--------------|---------------|----------------------------|----------------------------|
| | Februari 2016 | Januari 2018 | Februari 2018 | Feb 2018 Terhadap Feb 2017 | Feb 2018 Terhadap Jan 2018 |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) |
| Bintang 5 | 45.16 | 42.56 | 44.63 | -0.53 | 2.07 |
| Bintang 4 | 63.79 | 63.39 | 48.07 | -15.72 | -15.32 |
| Bintang 3 | 68.10 | 74.69 | 76.55 | 8.45 | 1.86 |
| Bintang 2 | 68.66 | 76.77 | 84.53 | 15.87 | 7.76 |
| Bintang 1 | 56.32 | 33.23 | 33.18 | -23.14 | -0.05 |
| Rata-Rata | 61.83 | 64.74 | 62.43 | 0.60 | -2.31 |

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta

Fakta diatas inilah yang kemudian seiring dengan berkembangnya industri dalam bidang ini, mendorong kehadirannya tidak lagi sebatas menjadi tempat untuk beristirahat atau sebagai tempat tinggal sementara, namun lebih dari itu, hotel dapat dijadikan sebagai tempat komersil untuk melakukan pertemuan, seminar, pernikahan, dan tak jarang hotel juga digunakan sebagai sarana dalam bersantap (Yunus & Budiyanto, 2014, h. 2). Dari pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa industri perhotelan saat ini memperluas fasilitasnya ke dalam berbagai bentuk, salah satunya restoran yang menjadi ciri khas dari sebuah hotel.

Tidak dipungkiri bahwa kehadiran restoran pada hotel juga memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang di Indonesia. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Abdur Rohim Boy Berawi yang dikutip dari Travel Kompas bahwa

“subsektor kuliner telah berkontribusi sekitar 41,4% dari total perekonomian kreatif pada tahun 2016 yang lalu. Sehingga kehadiran dari subsektor kuliner merupakan jumlah yang paling tertinggi jika dibandingkan dengan subsektor lainnya”. Dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai restoran La Brasserie yang ada di hotel Le Meridien Jakarta.

Hotel Le Meridien Jakarta merupakan hotel bintang lima yang telah berdiri sejak tahun 1992. Meskipun termasuk hotel yang cukup lama berdiri dan dapat dikatakan hotel “tua” dibandingkan dengan hotel lain yang berada di kawasan Jakarta, namun Hotel Le Meridien Jakarta tetap memberikan inovasi agar dapat terus bersaing dan mempertahankan eksistensinya dari hotel-hotel berbintang lainnya. Salah satunya dengan menghadirkan restoran yang menjadi ciri khas dari Hotel Le Meridien Jakarta, yaitu La Brasserie Restaurant.

Dengan mengangkat konsep *all you can eat* dan *a'la carte*, La Brasserie Restaurant telah menjadi *main restaurant* di Hotel Le Meridien Jakarta. Pelanggan akan disuguhkan dengan berbagai jenis hidangan mulai dari *Asian foods* hingga *Western foods* yang dapat dinikmati pada saat sarapan, makan siang dan juga makan malam. Selain itu, La Brasserie Restaurant juga fokus terhadap perayaan tertentu (*feast day*) yang diperingati oleh para pelanggan dengan memberikan dekorasi dan ornament yang sesuai dengan perayaan tersebut mulai dari pintu masuk hingga ke dalam restoran. Tidak hanya itu, makanan penutup yang disajikan pun juga sengaja dibentuk sesuai dengan tema perayaan agar mendapatkan suasana dari perayaan tersebut secara maksimal. Namun, dalam memenangkan hati dari pelanggan secara lebih lagi, La

Brasserie Restaurant juga harus memerhatikan kualitas dari pelayanan yang diberikan. Berikut adalah salah satu contoh dekorasi yang dibuat oleh La Brasserie Restaurant untuk perayaan Natal.

Gambar 1.1 Christmas Celebration di La Brasserie Restaurant



Sumber: Akun *instagram* Hotel Le Meridien Jakarta

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak *food and beverages*, menyatakan bahwa adanya peningkatan jumlah pengunjung yang terjadi dari tahun 2016 ke tahun 2017. Peningkatan jumlah pengunjung di tahun 2017 tersebut merupakan satu alasan kuat mengapa sebuah perusahaan dalam bidang jasa dalam hal ini restoran untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, seperti dengan kelengkapan dari fasilitas, keunikan produk makanan, cita rasa konsisten dan kegiatan promosi untuk dapat meraih loyalitas dari pelanggan. Kualitas pelayanan ini perlu dikembangkan dan ditingkatkan guna memenuhi ekspektasi dari pelanggan. Hal ini berdasarkan pada persaingan yang semakin ketat antara sesama penyedia jasa makanan dan minuman, khususnya restoran

yang terletak di dalam hotel. Selain untuk menjaga nama baik dari setiap hotel yang ada, masing-masing restoran tentu juga harus menampilkan hal baik serupa dengan yang dimiliki oleh hotel tersebut (Mahendra, 2014, h. 484).

Kualitas pelayanan perlu dijadikan sebagai pedoman utama dari sebuah sektor jasa, dikarenakan kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan kemampuan dalam bersaing serta tingkat keuntungan yang akan didapat. Menurut Tjiptono dalam Panjaitan & Yuliawati (2016, h. 266) bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan dari konsumen, juga ketepatan dalam mengimbangi harapan dari konsumen tersebut. Melalui layanan yang berkualitas tentu akan menjadi hal penting dalam menciptakan kepuasan di benak konsumen. Semakin tinggi kualitas yang diberikan oleh pihak hotel kepada konsumen, maka akan semakin besar juga kepuasan yang akan dirasakan.

Kualitas pelayanan dari jasa yang baik tentu berguna dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari rasa puas itulah yang akan menjadi aspek penting dalam mengukur loyalitas (Megasari, 2012, h. 3). Sejalan dengan hal tersebut, Kotler & Keller (2016, h. 153) juga menjelaskan bahwa kepuasan merupakan sebuah perasaan senang atau kecewa dari seseorang terkait dengan perbandingan antara kesan dengan kinerja atau hasil dari suatu produk. Perusahaan akan berhasil mendapatkan banyaknya konsumen apabila dinilai dapat memberikan kepuasan terkait pelayanan yang ada. Ketika konsumen merasa puas, maka akan terjadi hubungan yang baik antara produsen dan

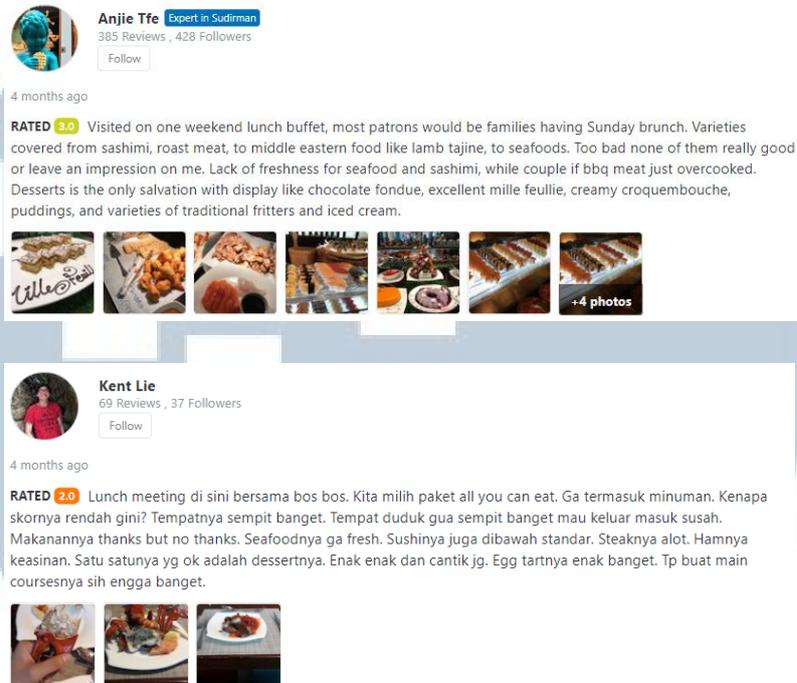
konsumen, menciptakan *repeat buying*, *word of mouth* dan tentunya keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan data yang diambil dari *Trip Advisor* Indonesia, bahwa setidaknya ada kurang lebih 80 restoran serupa dengan La Brasserie Restaurant melalui kata kunci *Jakarta Buffet Restaurants*. Kondisi inilah yang menunjukkan bahwa jumlah kompetitor dari La Brasserie Restaurant nyatanya cukup banyak dan beberapa diantaranya juga berada di dalam hotel besar. Seperti pada Hotel Westin Jakarta yang memiliki Seasonal Taste Restaurant dengan menawarkan berbagai hidangan serta pengalaman bersantap dari lantai 51, lalu Hotel Pullman Jakarta yang memiliki Sana Sini Restaurant yang menyajikan empat jenis pilihan makanan dengan *expert expatriate chef* pada masing-masing area dan Hotel Mulia Senayan yang memiliki The Cafe yang memberikan kesan *luxury* kepada pelanggan.

Dengan persaingan yang cukup ketat dan seiring dengan kemajuan teknologi informasi saat ini, pelanggan menggunakan media internet dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Sehingga hal ini penting bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti yang dibahas dalam penelitian ini restoran, untuk dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh calon pelanggan maupun pelanggan seputar perusahaan.

Saat ini orang cenderung mencari ulasan atau ulasan restoran sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa restoran tersebut. Berikut adalah contoh ulasan yang ditulis oleh orang-orang yang sudah pernah mengunjungi La Braserie Restaurant:

Gambar 1.2 Ulasan Mengenai La Braserie Restaurant



Sumber: www.zomato.com

Dengan mudahnya orang mengakses ulasan seputar restoran yang hendak dikunjungi, tentu restoran dituntut untuk memberikan pelayanan terbaiknya agar mendapatkan ulasan yang baik. Kualitas pelayanan yang dapat diberikan bisa dengan memerhatikan cita rasa makanan, *service* dan juga *atmosphere* yang dapat ditawarkan, yang nantinya dapat menjadi nilai tambah bagi restoran tersebut sehingga diharapkan dapat menimbulkan loyalitas dari pelanggannya.

Hal ini lah yang mendasari penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada La Braserie Restaurant di Hotel Le Meridien Jakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

- 1.2.1 Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada La Brasserie Restaurant di Hotel Le Meridien Jakarta?
- 1.2.2 Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada La Brasserie Restaurant di Hotel Le Meridien Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada La Brasserie Restaurant di Hotel Le Meridien Jakarta.
- 1.3.2 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada La Brasserie Restaurant di Hotel Le Meridien Jakarta.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi untuk peneliti / siswa / akademisi mengenai adakah pengaruh dari sebuah kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dalam operasional hotel. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan terkait pentingnya pengaruh dari sebuah pelayanan kepada para pelanggan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Untuk pihak perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik khususnya dibidang *food and beverages* untuk mendapatkan loyalitas dari para pelanggannya.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA