

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki berbagai jenis pariwisata yang dapat menarik wisatawan khususnya wisatawan mancanegara agar tertarik untuk berkunjung, ini yang menjadi salah satu alasan utama mengapa pertumbuhan hotel di Indonesia diprediksi signifikan.

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisata

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisata
2021	126,52 ribu kunjungan
2022	136,30 ribu kunjungan
2023	798,47 ribu kunjungan

(Sumber : antaranews.com, Kantor Berita Indonesia)

Menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir. Tercatat kenaikan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan banyaknya para wisatawan mancanegara yang mulai mengetahui potensi-potensi pariwisata yang berada di Indonesia.

Pariwisata juga merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan perekonomian di Jawa Barat, salah satunya pariwisata dalam bidang akomodasi perhotelan. Jawa Barat memiliki berbagai destinasi pariwisata yang tak kalah menarik dengan provinsi-provinsi lain yang tersebar di seluruh

kawasan Indonesia. Hal ini berpengaruh terhadap tingkat penghunian kamar selama tiga tahun terakhir, pernyataan tersebut dipertegas.

Tabel 2 TPK Indonesia

Tahun	TPK Hotel Bintang
2021	22,38 persen
2022	49,77 persen
2023	54,63 persen

(Sumber: Kompas.id)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada Juli 2021 menjadi 22,38 persen, pada Juli 2022 mencapai 49,77 persen. Adapun TPK hotel bintang pada Juli 2023 mencapai 54,63 persen. Dari data di atas kita melihat bahwa 3 tahun terakhir jumlah Tingkat Penghuni Kamar mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Tabel 3
Rekomendasi 10 Aplikasi *Booking Hotel Online*

Nama Aplikasi Booking Hotel	
1	Traveloka
2	Pegipegi
3	Trivago
4	Trip.com
5	Agoda
6	Booking.com
7	TrivAdvisor
8	AirBnB
9	Reddoorz
10	OYO

Sumber: JendelaDunia

Menurut website Kumparan.com terdapat 10 rekomendasi layanan booking hotel yang biasa digunakan oleh traveller yaitu Traveloka, PegiPegi, Trivago, Triv.com, Agoda, Booking.com, TrivAdvisor, AirBnB, Reddoorz dan OYO.

Hotel adalah sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan serta memberikan pelayanan makanan dan akomodasi. Dilihat dari fungsi utamanya, produk utama yang dijual oleh usaha perhotelan adalah sewa kamar atau jasa penginapan. Sejalan dengan perkembangan tersebut, maka jika sebelumnya produk dan jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan sekarang sudah mengalami perkembangan. Konsumen mengharapkan sesuatu yang bukan hanya sekedar kamar menginap, namun mereka lebih mengharapkan hal lain seperti kondisi lingkungan yang menyenangkan, sopan santun dan rasa hormat dari seluruh karyawannya.

Hal tersebut dikarenakan hotel merupakan salah satu sarana penting dalam dunia pariwisata khususnya untuk memenuhi kebutuhan orang yang bepergian lebih dari sehari. Pengertian hotel sendiri menurut Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikatakan bahwa hotel merupakan suatu tempat yang menyediakan pelayanan (jasa) penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya dimana pelayanan dan fasilitas tersebut diperuntukkan bagi masyarakat umum dengan tujuan dan dikelola secara komersial.

Pada tahun 2024, pasar perhotelan Indonesia mengalami peningkatan permintaan karena berkembangnya industri pariwisata dan beragamnya tawaran budaya. Berikut beberapa data tentang pertumbuhan hotel di Indonesia pada tahun 2024.

Tabel 4
Tingkat penghuni Kamar pada Hotel Bintang

Tempat Penghuni Kamar		
April 2024	Mei 2024	Juni 2024
47,14	54,03	54,69

Sumber: Badan Pusat Statistik 2024

Tingkat penghuni kamar hotel bintang pada april 2024 mencapai rata rata 47,14 persen, pada mei 2024 mencapai rata-rata 54,03 persen, pada juni 2024 mencapai rata-rata 54,69 persen. Dibandingkan dengan tingkat penghuni kamar april 2024 sampai mei 2024 lebih besar mengalami peningkatan yang tercatat sebesar 6,89 persen, sedangkan dari mei 2024 sampai juni 2024 hanya meningkat 0.66 persen. Sebelum adanya kemunculan RedDrooz ada beberapa Hotel Budget yang menjadi pesaingnya RedDrooz yaitu AiryRoom,Traveloka,oyo dan pegipegi,

RedDoorz startup penyedia akomodasi budget berstandar disasi di Indonesia mengklaim memiliki jumlah hotel terbanyak di wilayah DKI Jakarta. Pada didirikan tahun 2015 lalu, sampai saat ini perkembangan bisnis RedDoorz mulai memberikan hasil yang sangat baik dan positif. Hal ini terbukti dengan telah dimilikinya aset properti hasil kerjasama yang lebih dari 190 properti hotel budget.

Selain wilayah Jakarta, RedDoorz akan terus mengembangkan bisnisnya dan memperluas jaringan hotel budget di seluruh Indonesia. Terutama di kotakota besar seperti Bandung, Surabaya, dan Bali. Seluruh wisatawan backpackers dapat langsung mengunjungi situs RedDoorz untuk mendapatkan informasi pilihan hotel budget terlengkap hanya di www.reddoorz.com.

Meskipun bisnis retail sejenis RedDrooz memang pada umumnya namun konsumen mengharapkan sesuatu yang berbeda. Perbedaan yang diinginkan oleh konsumen bukan sekedar penambahan aksesoris atau sedikit perubahan pada desain, namun lebih kepada fungsional dari suatu produk serta desain yang unik dan benar-benar berbeda dari yang lain.

RedDoorz merupakan jaringan penginapan budget online terbesar di Indonesia. Berfokus pada perkembangan penginapan dan distribusi penjualan secara online, RedDoorz akan memilih properti yang berpotensi untuk bekerja sama secara langsung dan terikat komitmen dengan brand RedDoorz. Setelah meningkatkan kualitas penginapan secara permanen untuk memenuhi standar utama – seperti kelengkapan fasilitas, tanggung jawab RedDoorz tidak berhenti sampai disitu saja. RedDoorz juga bertanggung jawab untuk membantu penjualan kamar secara *online* dan *offline* – termasuk penjualan skala besar seperti *corporate sales program*.

Disini ada fenomenan Reddrooz juga memiliki kekuarangan yaitu pertama kali dalam jasa pelayanan Reddrooz kurang menanggapi dengan cepat keluhan para konsumen dan yang kedua selalu mengalami eror dalam setiap

melakukan pemesanan diaplikasi reddrooz dan harganya yang sering kali tidak sesuai yang dicantumkan di aplikasi reddrooz.

Selain itu karena banyak terdapat hotel pesaing yang berada di Kota Bogor penurunan pelanggan yang menginap di Hotel Budget diduga diakibatkan karena adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kualitas dari pelayanan pihak manajemen. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan, perusahaan dapat mengukur berdasarkan 3 (Tiga) dimensi kepuasan pelanggan jasa yang diantaranya kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

Tabel 5
Pra-survei Kepuasan Pelanggan

N O	Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Setuj u	Tidak Setuj u	Setuj u	Tidak Setuj u
Kesesuaian Harapan					
1.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Reddoorz	12	13	48%	52%
2.	Saya merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas Reddoorz	10	15	40%	60%
3.	Saya memilih penginapan Reddoorz karena aman dan nyaman	11	14	44%	56%
Minat Berkunjung Kembali					
4	Saya akan berkunjung kembali ke Reddoorz karena pelayanan yang diberikan memuaskan dan harga terjangkau	11	14	44%	56%
5.	Saya ingin menggunakan kembali jasa penginapan Reddoordz karena pelayanan ramah yang diberikan.	11	14	44%	56%
6.	Saya merasa puas dengan penginapan Reddoorz	14	11	56%	44%
Kesediaan Merekomendasikan					

7.	Saya merekomendasikan penginapan Reddoorz kepada teman dan kerabat saya karena pelayanan yang memuaskan	11	14	44%	56%
8.	Saya mengatakan hal-hal baik mengenai jasa penginapan Reddoorz kepada kerabat dan rekan-rekan saya.	15	10	60%	40%
9.	Saya merekomendasikan penginapan Reddoorz karena harganya yang terjangkau	10	15	40	60%

Sumber: Hasil data pra-survei (GoogleForm)

Berdasarkan data pra-survei pada tabel 5 memperlihatkan hasil bahwa terjadi masalah pada variabel kepuasan pelanggan, khususnya pada indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Hasil pra-survei di atas menunjukkan bahwa adanya tingkat harapan yang besar terhadap kepuasan akan layanan yang di berikan, layanan yang diberikan masih belum memberikan kepuasan kepada pelaggan. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut dan meningkatkan kepuasan pelanggan, perlu adaya kualitas pelayanan dan bangunnya presepsi nilai pelanggan dan harga yang baik.

Permasalahan yang dikeluhkan oleh tamu mengenai kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan yang terjadi di RedDoorz terletak pada saat tamu menunggu lama waktu petugas kebersihan dalam membersihkan kamar. Pelayanan staff hotel yang kurang ramah kepada tamu. Tamu terkadang juga mengeluh tentang kamar kurang bersih pada saat membersihkan kamar.

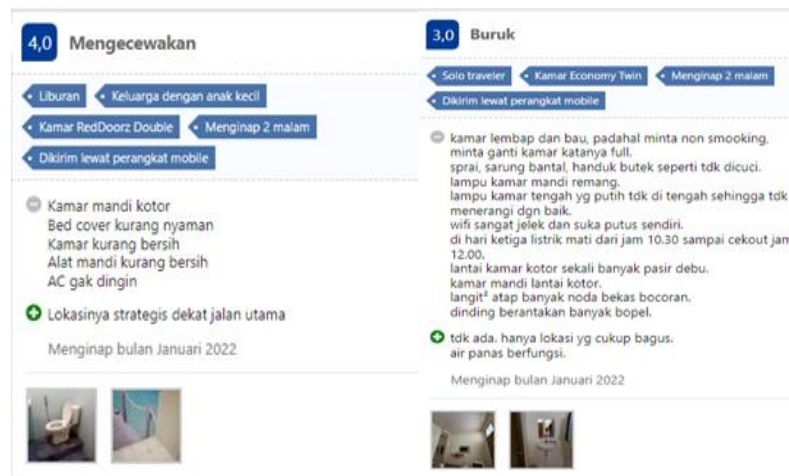
Hal-hal tersebut dapat menimbulkan ketidaknyamanan tamu ketika menginap sehingga tamu tidak akan kembali menginap di RedDoorz. Hal ini akan membuat tingkat hunian RedDoorz menurun, oleh karena itu kualitas

pelayanan RedDoorz harus mulai ditingkatkan sehingga tamu yang menginap merasa nyaman dan akan kembali menginap di RedDoorz.

Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. Menurut Swastha (2010:147) Dalam Jurnal (Riyono & Budiharja, 2016). RedDoorz dirasa memasang harga terlalu standar jika dibandingkan dengan pesaingnya seperti penginapan OYO. sebagai contoh harga yang ditetapkan RedDoorz adalah Rp 99.000,- – Rp 250.000,- Sedangkan harga penginapan OYO budget adalah Rp 150.000,- - Rp 350.000,- Perbedaan harga yang cukup jauh membuat responden merasa jika dari segi kualitas pelayanan dengan harga yang diberikan kurang sesuai. Pada umumnya konsumen akan memilih harga yang terlebih rendah dengan kualitas pelayanan yang sama.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam sebuah bisnis karena jika pelanggan merasa puas maka secara langsung akan memberikan respon yang positif terhadap perusahaan.

Kepuasan ditandai dengan rasa senang, begitu pula sebaliknya apabila pelanggan merasa kecewa maka dapat dikatakan pelanggan tersebut tidak puas. Selain itu, adanya keluhan pelanggan juga menandakan bahwa pelanggan tersebut merasa tidak puas. Berdasarkan hal tersebut terdapat ulasan-ulasan yang ditulis pelanggan yang pernah melakukan transaksi di aplikasi Reddoorz sebagai berikut:



Gambar 1
Ulasan pelanggan

Dilihat dari ulasan yang ditulis konsumen pada aplikasi Reddoorz yaitu pelanggan merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan dirasa kurang baik, terdapat kendala waktu dan kejelasan yang cukup lama, terutama sewaktu melakukan *refund* uang, fasilitas yang kurang nyaman. Adanya keluhan pelanggan, maka dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan pada aplikasi Reddoorz masih belum terpenuhi harapannya.

Kepuasan Pelanggan menurut Khesavars et al (2018) adalah nilai yang dirasakan dan diperoleh dari seorang konsumen yang membeli sebuah produk tertentu. Kepuasan itu sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kata „kepuasan atau *satisfaction*“ berasal dari Bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana

kepuasan diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai Chandra et al (2018). Dalam jurnal (Nyoman et al., 2020)

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Penginapan RedDoorz (Studi kasus pada wilayah Kota Bogor).

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka masalah masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Banyak pesaing bisnis di dunia jasa traveling
2. Kecepatan pelayanan yang kurang ketika melayani pelanggan
3. Adanya pesaing harga untuk menarik konsumen.
4. Ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan
5. Kurangnya minat dari pelanggan untuk berkunjung kembali pada penginapan Redoorz
6. Kurangnya kepuasan pelanggan berdampak pada keinginan pelanggan untuk merekomendasikan
7. kurangnya keamanan dan kenyamanan sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah sebagaimana diuraikan diatas agar penelitian ini dapat dilakukan lebih focus, sempurna dan mendalam maka peneliti memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh karena itu faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu faktor produk, faktor layanan, faktor harga, faktor pelanggan, faktor emosional dan faktor biaya dan kemudahan. Kualitas pelayanan merupakan bagian dari faktor layanan, harga merupakan bagian dari faktor harga. Maka dari penelitian ini lebih memfokuskan pada permasalahan di jasa penginapan Reddoorz yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel endogen, kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel eksogen.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada jasa penginapan Reddoorz?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa penginapan Reddoorz?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa penginapan Reddoorz?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak terkait diantaranya:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan serta pedoman bagi perusahaan dalam mengambil keputusan di masa mendatang, khususnya dalam meningkatkan inovasi produk dan digital marketing.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan kepustakaan serta sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berupa kerangka teoritis.

3. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

4. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan serta pengetahuan bagi mahasiswa.

G. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan dan mengetahui alur penulisan proposal ini maka akan diberikan gambaran mengenai isi proposal sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN

Pada bab ini akan menjelaskan landasan teori yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian, pengertian lokasi dan promosi dan keputusan pembelian dengan minat beli. Kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, aspek-aspek yang diteliti, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil serta pembahasan dari penelitian yang dilengkapi dengan data dan fakta yang didapat di lapangan selama penelitian yang selanjutnya

dianalisis dengan teknik statistic serta menjawab semua pembahasan yang telah di bahas pada bab sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang didapat dan di analisis data yang didapat pada bab sebelumnya serta berisi saran bagi penulis. Praktisi maupun akademisi yang akan melakukan penelitian selanjutnya.