

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi di kawasan Asia Tenggara mulai membaik, setelah terjadi krisis ekonomi yang cukup mengganggu dan melumpuhkan roda perekonomian di beberapa negara kawasan Asia Tenggara. Hal inilah yang mendorong orang-orang untuk melakukan perjalanan wisata ke luar negeri, Indonesia terkenal sebagai negara kepulauan yang memiliki banyak obyek wisata dan kebudayaan daerah yang menarik, untuk mempersiapkan sektor pariwisata di tanah air. Kepariwisataannya dewasa ini memainkan peranan penting di dalam kehidupan ekonomi nasional, dimana peran ini akan menjadi penting di masa yang akan datang. Sehingga nantinya diharapkan akan mampu menjadi sektor penghasil devisa utama.

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu daerah pariwisata kedua setelah Bali dengan didukung oleh keadaan geografis dan sosial budaya mempunyai objek wisata yang menjadi tujuan wisatawan baik dalam maupun luar negeri, yang notabene bukan merupakan kota industri, dan sangat memiliki keterbatasan sumber daya alam, namun memiliki sumber daya manusia yang memadai. Daerah Istimewa Yogyakarta terletak di tengah Pulau Jawa bagian Selatan. Dan untuk mencapai Yogyakarta dapat ditempuh dengan menggunakan transportasi darat (bus

dan kereta api) maupun udara. Untuk transportasi udara, Yogyakarta memiliki bandara Adisucipto Yang terletak kurang lebih 8 km dari pusat kota, dan transportasi lokal sebagai sarana pendukung juga tersedia dan relatif memadai, khususnya untuk armada darat dalam kota (taksi, bis umum, kereta api) dengan tarif yang relatif cukup murah. Hal tersebut di atas menjadikan kontribusi yang positif bagi bisnis di wilayah Yogyakarta.

Perusahaan jasa seperti perhotelan di Yogyakarta jika dikelola secara baik akan menghasilkan finansial. Untuk itu diperlukan usaha yang menyangkut bidang pemasaran untuk menarik minat konsumen agar bisa menggunakan jasa yang diberikan.

Pemasaran memainkan peranan yang penting dalam perencanaan strategis perusahaan jasa perhotelan. Perusahaan perhotelan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat agar mengenai pasar sasaran sehingga kebutuhan konsumen dapat dipuaskan. Strategi perusahaan merupakan rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan dan mengimplementasikan misinya.

Untuk mencapai tujuannya maka perusahaan membuat pertimbangan pokok yaitu konsumen yang akan dituju. Dalam menentukan konsumen yang dalam pemenuhan kebutuhan dan faktor-faktor lain yang memotivasi konsumen untuk memilih . Keputusan konsumen akan kebutuhan baik bersifat kuantitatif maupun kualitatif harus berdasarkan pada pengenalan akan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi terhadap pilihan kebutuhan, pembelian dan evaluasi pasca beli

dimana kelima bagian tersebut merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menghasilkan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pembelian. Untuk membantu perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat ketangan konsumen dengan baik maka perlu diadakan riset agar produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan benar-benar sesuai dengan selera dan keinginan konsumen.

Akhirnya perusahaan dapat memahami perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Perhotelan merupakan perusahaan jasa yang menjadi produk dari industri kepariwisataan yang terpenting dan terlengkap dalam menyediakan jasa penginapan serta fasilitas lainnya yang ada dalam hotel tersebut sehingga menjadi suatu kegiatan ekonomi bisnis yang sangat menjanjikan. Hotel Puri Artha selalu berusaha melakukan penjualan kamar pada setiap harinya dengan menggunakan strategi pemasaran terbaik. Perusahaan jasa seperti Hotel Puri Artha perlu mengetahui perilaku konsumen terhadap atribut-atribut produk yang ditawarkan seperti tarif, pelayanan hotel, kelengkapan fasilitas, dan administrasi yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan hotel agar dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Tarif atau harga kamar pada suatu hotel merupakan salah satu indikator untuk menarik konsumen. Walaupun sebenarnya tariff hotel di Yogyakarta cenderung tidak terlalu sering dipromosikan melalui media massa. Akan tetapi bagi konsumen dengan membayar senilai tarif yang ditawarkan, maka ia dapat memanfaatkan segala fasilitas yang disediakan hotel oleh tersebut. Sebagaimana pula Hotel Puri Artha yang cenderung menawarkan tarif nya melalui brosur yang dipromosikan melalui customer service, internet maupun agen wisata. Perbedaan tarif untuk beberapa hotel yang memiliki level atau tingkat yang sama cenderung tidak banyak berbeda satu sama lain. Namun walau demikian tarif juga berperan penting terhadap sikap konsumen dalam memilih hotel tersebut.

Hotel merupakan salah satu bentuk usaha di bidang jasa. Oleh karena itu pelayanan juga merupakan faktor penting demi kemajuan usaha di bidang jasa tersebut. Pelayanan dari staf maupun karyawan Hotel Puri Artha dari level *office boy* hingga jajaran manajemen hotel bisa berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkannya.

Fasilitas juga merupakan hal yang penting demi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa sebuah hotel. Ketersediaan kamar yang bersih dan nyaman, fasilitas kolam renang, fasilitas tempat hiburan, dan lain sebagainya merupakan sarana pemanja pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut. Oleh karena itu kelengkapan fasilitas sebuah

hotel juga dapat dijadikan sebagai sebuah “senjata” yang penting dalam memasarkan jasa yang bersangkutan.

Pertama yang dituju oleh konsumen pada saat datang ke sebuah hotel adalah bagian resepsionis. Di tempat tersebut konsumen akan mencari berbagai informasi termasuk tentang itu sendiri untuk kemudian memutuskan menginap atau menggunakan fasilitas yang disediakan tersebut. Dalam kondisi ini kecepatan dan kecermatan front office dalam menyampaikan informasi dan menyelesaikan dokumen yang seperlunya digunakan untuk menerima tamu tersebut benar-benar diuji. Selain itu diwaktu konsumen dalam berpamitan atau *check out* dari tersebut. Waktu bagi konsumen merupakan hal yang sangat harus dihargai oleh setiap staf termasuk *front office* itu sendiri. Oleh karena itu prosedur administrasi sewaktu melayani tamu hotel merupakan salah satu hal yang cenderung diperhatikan oleh pelanggan tersebut.

Mengamati perusahaan jasa perhotelan ini, penulis tertarik mengadakan penelitian tentang bagaimana sikap konsumen terhadap jasa perhotelan dan mengambil judul “**Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Hotel Puri Artha Yogyakarta**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka peneliti merumuskan 2 permasalahan pokok yang dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut Hotel Puri Artha ?

2. Atribut apakah yang paling berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menginap di Hotel Puri Artha?
3. Adakah perbedaan sikap konsumen terhadap atribut Hotel Puri Artha berdasarkan karakteristik konsumen ?
4. Adakah keeratan hubungan antara variabel atribut Hotel Puri Artha dengan variabel karakteristik konsumen ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi beberapa permasalahan yang akan diukur, antara lain :

1. Penelitian ini ditujukan kepada konsumen yang menginap di Hotel Puri Artha Yogyakarta.
2. Variabel atribut yang akan diteliti meliputi :

- a. Tarif / harga

Merupakan nilai yang diberikan pada suatu produk yang berbentuk nominal atau uang. Seorang konsumen cenderung akan memilih berdasarkan kemampuan finansial yang dimiliki.

- b. Fasilitas

Merupakan ketersediaan sarana maupun prasarana hotel yang ada yang ditujukan untuk konsumen yang menginap di hotel tersebut yang diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen, misalnya : fasilitas *indoor* (AC, televisi, toilet, tempat tidur) dan *outdoor* (kolam renang, café, tempat parkir) yang disediakan.

c. Pelayanan

Merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh segenap staf dan karyawan hotel dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang berkunjung maupun menginap di hotel tersebut.

d. Prosedur Administrasi

Yakni hal yang berkenaan dengan kemudahan dalam masalah yang berhubungan dengan prosedur penerimaan tamu, pemesanan kamar hotel dan kemudahan dalam pembayaran.

3. Karakteristik responden yang diteliti:

a. Pekerjaan yang terkategori atas :

- PNS
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta

b. Penghasilan

- di bawah Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 s/d Rp. 2.000.000
- Lebih dari Rp. 2.000.000

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun diadakannya penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut-atribut Hotel Puri Artha Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui atribut yang paling dominan terhadap sikap konsumen untuk menginap di Hotel Puri Artha berdasarkan karakteristik pekerjaan dan penghasilan.
3. Untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap atribut Hotel Puri Artha berdasarkan karakteristik pekerjaan dan penghasilan.
4. Untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel atribut Hotel Puri Artha dengan variabel karakteristik konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada segenap pihak antara lain :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan agar dapat menambah pengalaman dalam mempraktekkan berbagai teori yang pernah diterima terutama yang berhubungan dengan masalah pemasaran.

2. Bagi lembaga pendidikan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

3. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan gambaran bagi hotel yang bersangkutan dalam menyusun kebijakan pemasarannya di masa yang akan datang.