

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hotel adalah kebutuhan akan sarana akomodasi yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makanan, minum serta jasa lainnya untuk umum yang tinggi untuk sementara waktu dan dikelola secara profesional. Selain itu hotel dapat diartikan sebagai bangunan yang menyediakan kamar untuk tempat menginap tamu, makanan, minuman dan fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan.

Hotel dapat juga diartikan sebagai suatu usaha yang dikelola dibidang akomodasi dan dikelola secara profesional untuk menghasilkan keuntungan dalam menyediakan penginapan, makanan, minuman dan fasilitas lainnya . Saat ini banyak para pengusaha menggunakan hotel sebagai bisnis usahanya. Bisnis hotel merupakan bisnis jasa yang menjual segala bentuk akomodasi yang didalamnya terdapat unsur kenyamanan, pelayanan dan berbagai fasilitas yang diperuntukkan bagi mereka yang menghendaki sarana prasarana penginapan untuk kepentingan pekerjaan, keluarga maupun liburan.

Berkaitan dengan hal tersebut tentunya hotel merupakan industri pariwisata dimana didalamnya terdapat komponen yang sangat penting yakni kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *costumer service*. Maka dari itu kepuasan pelanggan merupakan awal dari keberhasilan suatu

bisnis Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, *interior* dan *eksterior* kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, *interior* dan *eksterior* kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual.

Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler dan Amstrong (2004) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Mengingat berkembangnya jumlah hotel di Palembang yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan di Palembang menjadi sangat ketat. Tingkat pertumbuhan hotel di Palembang mencapai sekitar 30 persen setiap tahun, sedangkan kenaikan tingkat kunjungan wisatawan hanya mencapai sekitar 7-8 persen per tahun melalui travel.kompas.com,

pertumbuhan yang tidak seimbang ini mengakibatkan terjadinya ketimpangan antara jumlah permintaan dengan suplai yang tersedia dan secara tidak langsung akan berimbas terhadap kelangsungan operasional hotel. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel untuk memperoleh pengunjung sebanyak-banyaknya.

Hotel bukan hanya sebagai tempat bermalam bagi para pengunjung yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Menurut Grolier Elektronik Publishing Inc, yang dikutip oleh Agus Sulastiyono (2006), hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum.

Saat ini, seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Kepuasan konsumen atau pengunjung muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pengunjung merasa tidak puas.

Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan konsumen atau pengunjung akan merasa puas. Meningkatnya kepuasan konsumen, akan meningkatkan pula kecenderungan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Pada gilirannya, kondisi seperti ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan.

Kualitas pelayanan maupun penetapan harga yang diterapkan oleh pihak hotel menjadi salah satu acuan dan faktor yang menentukan kepuasan pengunjung yang dirasakan selama menginap di Hotel Rio Palembang sehingga penetapan standar kualitas pelayanan yang dilakukan pihak hotel begitu juga dengan penetapan harga atau tarif kamar hotel harus sesuai dengan harapan pengunjung. Hal tersebut dapat ditunjang oleh seluruh pihak Hotel Rio Palembang.

Oleh karena itu perusahaan harus lebih memperhatikan terhadap situasi dan kondisi yang selalu berubah-ubah dan terus berusaha agar tetap dapat menunjukkan keberhasilannya dipasaran. Jika kualitas pelayanan yang diberikan menurun maka sangat berpengaruh juga terhadap menurunnya tingkat kepuasan pengunjung yang pada akhirnya para pengunjung akan berpindah ke hotel lain. Ketidakpuasan pengunjung diduga karena pelayanan dan harga yang diberikan belum sesuai yang diharapkan oleh konsumen sehingga pengunjung berpindah ke hotel lainnya dengan alasan masih adanya kekurangan dalam penyelenggaraan aktivitas pelayanan dan harga yang kurang bersaing yang diberikan Hotel Zodiak. Pernyataan ini di perkuat oleh pengunjung Hotel Rio Palembang yang telah di wawancarai peneliti. Mereka menyatakan bahwa jasa yang ditawarkan kurang memuaskan. (Hasil Observasi Juni 2019).

Berdasarkan hasil observasi perusahaan harus lebih memperhatikan terhadap situasi dan kondisi yang selalu berubah-ubah dan terus berusaha agar tetap dapat menunjukkan keberhasilannya dipasaran. Jika kualitas

pelayanan yang diberikan menurun maka sangat berpengaruh juga terhadap menurunnya tingkat kepuasan pengunjung yang pada akhirnya para pengunjung akan berpindah ke hotel lain. Ketidakpuasan pengunjung diduga karena pelayanan dan harga yang diberikan belum sesuai yang diharapkan oleh konsumen sehingga pengunjung berpindah ke hotel lainnya dengan alasan masih adanya kekurangan dalam penyelenggaraan aktivitas pelayanan dan harga yang kurang bersaing yang diberikan Hotel Rio Palembang.

Berkaitan dengan masalah tersebut, maka Hotel Rio Palembang menyadari akan pentingnya unsur kualitas pelayanan dan harga, karena apabila kualitas pelayanan dan harga masih kurang memenuhi harapan maka konsumen tidak puas, selain itu mempertahankan konsumen untuk tetap menggunakan jasa atau menginap di Hotel Rio Palembang dan mendapatkan konsumen baru untuk memenangkan pasar dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa hotel. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang komunikasi pelayanan *customer service* dalam membangun citra dan promosi Hotel RIO di Palembang.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana komunikasi pelayanan *customer service* dalam membangun citra dan promosi Hotel RIO di Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui komunikasi pelayanan *customer service* dalam membangun citra dan promosi Hotel RIO di Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademik

Dengan adanya penelitian dan penulisan skripsi ini, maka diharapkan akan menambah pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa dalam melakukan atau mengadakan penelitian terhadap penelitian yang sama, yaitu tentang komunikasi pelayanan *customer service* dalam membangun citra dan promosi Hotel RIO di Palembang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat Bagi RIO Hotel memberi masukan dan saran kepada pihak perusahaan atau hotel tentang strategi yang tepat yang harus ditetapkan dalam rangka membangun citra RIO Hotel Palembang melalui pelayanan *customer service*.