

BAB I

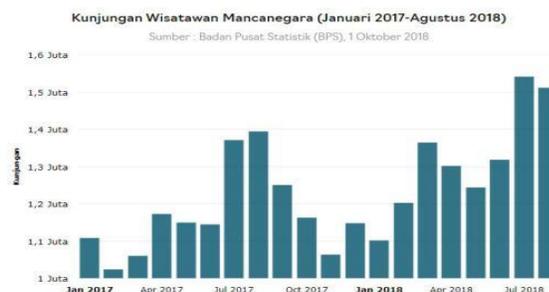
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, zaman semakin berkembang dengan begitu cepat dan pesat, tanpa disadari dunia industri kini memasuki era industri 4.0. Modernisasi dengan segala perubahan yang terjadi membuat sebagian besar elemen kehidupan juga ikut berubah. Salah satu contohnya adalah revolusi industri 4.0 yang bisa dikatakan merupakan hasil dari adanya modernisasi dan globalisasi. Revolusi industri 4.0 lebih banyak menekankan mengenai pemanfaatan teknologi informasi yang mulai meluas di sebagian besar kehidupan. Menurut Gunal, M. M. (2019), revolusi industri merupakan suatu era yang dalam bidang kehidupan banyak memanfaatkan digitalisasi teknologi dalam hal produktivitas dan kualitas yang lebih baik. Secara sosial, aksesibilitas dan mobilitas menjadi lebih mudah untuk diperoleh. Melalui teknologi dan informasi yang berkembang dengan begitu canggih membuat kehidupan saat ini tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu.

Melihat perkembangan tersebut, bidang pariwisata menjadi salah satu bidang yang mendapat pengaruh cukup signifikan dengan segala kemajuan khususnya di era modern ini. Indonesia misalnya, sebagai salah satu negara dengan daya tarik pariwisata yang besar mendapat banyak pengaruh yang bisa dikatakan membawa kemajuan pada bidang kepariwisataan.

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Mancanegara



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 tersebut menunjukkan dinamika wisatawan yang datang berkunjung ke Indonesia khususnya wisatawan mancanegara. Terlepas dari naik turunnya grafik setiap bulan, secara garis besar nampak adanya peningkatan jumlah wisatawan yang mana hal tersebut dapat memberikan informasi bahwa daya tarik pariwisata di Indonesia memiliki kualitas yang baik termasuk dalam sarana dan prasarananya. Selain itu, era revolusi industri di bidang pariwisata juga membawa angin segar bagi pengusaha-pengusaha yang bergerak salah satunya di bidang perhotelan. BPS (2019) Jawa Timur mencatat adanya peningkatan pada usaha perhotelan di Surabaya tahun 2016-2017.

Tabel 1.2 Jumlah Akomodasi Hotel

Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur, 2016 - 2017

Kabupaten/Kota	Hotel		Kamar		Tempat Tidur	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Kota						
Kediri	29	29	1 009	1 207	1 431	1 684
Blitar	19	17	732	636	1 116	931
Malang	104	138	4 224	5 924	6 443	8 409
Probolinggo	23	28	520	786	738	1 277
Pasuruan	6	6	306	250	517	339
Mojokerto	9	9	332	446	427	606
Madiun	37	38	1 089	1 478	1 724	2 265
Surabaya	189	239	10 773	19 874	14 835	27 744
Batu	811	967	5 790	8 535	8 418	11 031

Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur

Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa pariwisata menjadi salah satu bidang yang membawa pengaruh dan perubahan yang menciptakan peluang baru maupun ide baru mengenai bisnis perhotelan dalam upaya kontribusi dalam industri perhotelan di Kota Surabaya yang semakin menjamur. Berbicara mengenai hotel, dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat penginapan bagi tamu yang sedang melakukan perjalanan bisnis atau wisata saja, namun seiring berjalannya waktu fungsi hotel mengalami peningkatan seperti adanya fasilitas

restaurant yang menyediakan makanan maupun minuman, serta fasilitas-fasilitas lainnya yang dapat digunakan sebagai tempat acara pernikahan, acara rapat, acara ulang tahun dan berbagai macam acara lainnya. Di setiap hotel juga memiliki masing-masing departemen. Salah satu departemen yang ada di hotel adalah *Front Office* atau bagian kantor depan.

Menurut Bagyono (2012) *Front Office* berasal dari bahasa Inggris *Front* yang artinya depan dan *Office* berarti kantor. *Front Office* adalah kantor depan. Dalam konteks pengertian hotel, kantor depan merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya di bagian depan. Tempatnya tidak begitu jauh dari pintu depan hotel atau *lobby*. Area ini merupakan tempat paling sibuk di hotel. Dikenal sebagai *the first and the impression of the guest*. Artinya, bagian inilah yang pertama dan terakhir dijumpai oleh tamu. Selain pelayanan tersebut, pelayanan lain yang dilakukan *Front Office* dalam memuaskan tamu adalah dengan adanya perlakuan khusus (*Special Treatment*) melalui salah satu *sectionnya* yaitu, GRO (*Guest Relation Officer*).

GRO merupakan section yang bertugas memberikan pelayanan khusus seperti mempersiapkan tamu VIP & VVIP mulai dari persiapan kamar hingga kebutuhan tamu, serta menyambut kedatangan tamu dengan baik. Selain itu salah satu tugas lainnya dari seorang GRO adalah menangani keluhan-keluhan tamu, sehingga seorang GRO menjadi jembatan penghubung antara manajemen hotel dengan tamu yang memiliki informasi lengkap mengenai hotel.

Special Treatment terhadap tamu sangat berpengaruh untuk mendapatkan kepuasan tamu seperti menurut Kotler dan Keller (2007:177), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dengan kata lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan

berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang sama.

Special Treatment ini dilakukan oleh pihak GRO (*Guest Relation Officer*) yang berkoordinasi dengan pihak *Receptionist*, *F&B Product*, *F&B Service*, *Engineering* dan *Housekeeping*. Program ini menuntut pihak yang terlibat dapat meningkatkan koordinasi dengan baik serta menghasilkan pelayanan prima, karena koordinasi yang tidak baik dapat menimbulkan kesalahan dalam melayani tamu.

Setelah mengamati serta mencari *review* dari beberapa *travel agent*, Best Western Papilio Hotel Surabaya memiliki program untuk memberikan perlakuan khusus atau *Special Treatment* menjadi pilihan hotel yang akan saya bahas. *Special Treatment* yang diberikan tersebut juga mempunyai relevansi dengan beberapa *travel agent* yang menjadi tren tersendiri di kalangan masyarakat modern, oleh sebab itu pemanfaatan *travel agent* sebagai bentuk inovasi baru hadir dalam upaya menarik minat pengunjung serta menjaga eksistensi dan memiliki daya saing yang dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 1.3 Rating Travel Agent

Travel Agent	Lokasi	Kebersihan	Kenyamanan	Pelayanan	Rating
			(0/10)		
Pegipegi	9.0	9.4	9.2	8.8	9.0
Tiket.com	10	10	10	10	8.8
Traveloka	9.5	9.5	9.5	9.5	8.7
Booking.com	8.2	8.8	8.7	8.5	8.5
Agoda	8.1	8.5	8.5	8.3	8.3
Trivago	8.0	8.5	8.3	8.1	8.2

Sumber : www.pegipegi.com ; www.tiket.com ; www.traveloka.com
; www.booking.com ; www.agoda.com ; www.trivago.co.id

Adanya review melalui media sosial maupun komentar dari mulut ke mulut merupakan hal yang sangat utama untuk dapat menarik banyak tamu yang datang dan menjadikan tamu tetap menjadi pelanggan di hotel (*guest repeater*). Namun, proses menjadikan *guest repeater* tersebut merupakan proses yang tidak mudah karena ekspektasi tamu belum tentu sesuai dengan kenyataan yang ada. Dengan adanya *Special Treatment* diberikan agar membuat harapan tamu menjadi kenyataan. Jika tamu merasa harapan tersebut terpenuhi maka proses menjadikan *guest repeater* akan lebih mudah serta dapat memberikan kesan positif maupun komentar yang baik untuk terus meningkatkan penjualan kamar.

Berdasarkan uraian di atas maka judul tugas akhir ini adalah “Strategi Pemberlakuan *Special Treatment* tamu VIP & VVIP terhadap kepuasan pada Best Western Papilio Hotel Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah *Special Treatment* apa saja yang diberikan kepada tamu VIP maupun VVIP dan bagaimana pengaruh pemberian *Special Treatment* kepada kepuasan tamu VIP maupun VVIP di Best Western Papilio Hotel Surabaya?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan pada tamu dalam memberikan *Special Treatment* kepada tamu VIP maupun VVIP di Best Western Papilio Hotel Surabaya.

1.4 Manfaat

Dengan adanya pembuatan tugas akhir ini, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak yaitu :

1. Manfaat bagi Akademisi :

Secara akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dan menambah literatur yang bermanfaat untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini juga sebagai tugas akhir syarat untuk mendapatkan sebutan gelar A.Md.

2. Manfaat bagi Praktisi :

Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan sebagai pandangan untuk memperbarui atau memperbaiki sistem pelayanan dalam hotel agar dapat membantu sekaligus memperlancar operasional hotel khususnya di Best Western Papilio Hotel Surabaya.

3. Manfaat bagi Pemerintah :

Sebagai acuan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan untuk mengambil keputusan dalam setiap tindakan yang terkait *standart* kualitas pelayanan dalam hotel khususnya pemberian *special treatment*.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Definisi Strategi

Menurut Quinn (1990) strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan aksi utama dalam hubungan yang kohesif. Suatu strategi yang baik akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dalam bentuk *unique* berbasis kompetensi internal serta kemampuan mengantisipasi lingkungan. Menurut Anthony, Parrewe dan Kacmar (1999) strategi dapat didefinisikan sebagai

formulasi misi dan tujuan organisasi, termasuk di dalamnya adalah rencana aksi (*action plans*) untuk mencapai tujuan tersebut dengan secara eksplisit mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh-pengaruh kekuatan di luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi (Nainggolan,2008). Dengan merencanakan suatu strategi yang baik suatu hotel atau perusahaan akan mengerti langkah apa yang akan di pilih atau di ambil agar tetap dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamu, sehingga salah satu langkah yang dapat mewujudkan kepuasan tamu itu sendiri adalah dengan memberikan adanya perlakuan khusus atau *special treatment* kepada tamu dengan berbagai macam strategi yang akan diberikan.

1.5.2 Kualitas Layanan

Berdasarkan judul yang saya tentukan “Strategi Pemberlakuan *Special Treatment* tamu VIP & VVIP terhadap kepuasan pada Best Western Papilio Hotel Surabaya” bahwa untuk memenuhi kepuasan konsumen maka harus adanya perbaikan dari kualitas pelayanan itu sendiri. Sebagaimana Menurut Lupiyoadi (2008 : 181), Kualitas Pelayanan adalah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan.

Kualitas pelayanan tersebut memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan, yang mana unsur-unsur kualitas pelayanan merupakan

hasil temuan penelitian dari teori kualitas pelayanan yang disampaikan oleh Parasuraman. Sebagai salah satu tokoh pionir dalam pengukuran kualitas pelayanan, Parasuraman mencetuskan dimensi *servqual* yang dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik *servqual* tersebut dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. *Servqual* memiliki 5 dimensi, diantaranya adalah :

1. Tangibles

Merupakan bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan teknologi hingga penampilan karyawan.

2. Reliability

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak adanya kesalahan, sikap simpatik dan lain sebagainya.

3. Responsiveness

Merupakan ketanggapan dalam memberikan pelayanan dengan cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

4. Assurance

Merupakan jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.

5. Empathy

Merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.

Setelah adanya perbaikan kualitas pelayanan yang telah dijabarkan di atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen juga membutuhkan konsep pemasaran yang biasa disebut dengan istilah *marketing mix*. *Marketing mix* ini merupakan kombinasi dari empat variable atau kegiatan inti yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) yang biasa disingkat menjadi 4P. Namun kini marketing mix telah berkembang sesuai dengan kondisi pasar menjadi 7P dimana 3P selanjutnya yaitu proses (*process*), orang (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

1.5.3 Marketing Mix

Dalam bab ini saya ingin mengaitkan 3P tersebut dengan tugas akhir saya karena sesuai dengan judul yang telah saya rencanakan.

1) Proses (*process*)

Merupakan serangkaian tindakan yang diperlukan untuk memberikan produk atau jasa dengan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, sebagai contoh dengan memberikan Special Treatment kepada Tamu VIP maupun VVIP di Best Western Papilio Hotel Surabaya.

2) Orang (*people*)

Merupakan semua orang yang terlibat dalam kegiatan memproduksi produk serta memberikan pelayanan produk kepada konsumen. Sebagai contoh seluruh karyawan maupun staff yang ada di Best Western Papilio Hotel Surabaya.

3) Bukti fisik (*physical evidence*)

Merupakan perangkat-perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk, sehingga memperlihatkan secara langsung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan

kepada konsumen. Sebagai contoh bangunan gedung hotel maupun fasilitas-fasilitas yang ada di Best Western Papilio Hotel Surabaya.

Dengan demikian dapat disimpulkan adanya perbaikan kualitas pelayanan memiliki keterkaitan terhadap kepuasan konsumen dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

1.6 Prosedur Penelitian

1.6.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Best Western Papilio Hotel Surabaya yang berada di jalan Ahmad Yani 176-178, Gayungsari Surabaya, Jawa Timur 60235. Email : info@bwpapilio.com. Best Western Papilio merupakan hotel bintang 4 berbasis internasional dengan kepemilikan oleh salah satu perusahaan BUMN PT. Wijaya Karya Realty.

Tabel 1.4 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei			
	2019				2020				2020				2020				2020				2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Menyusun Proposal																								
Mengumpulkan Data																								
Mengolah Data																								
Menganalisis Data																								
Membuat Draft TA																								
Ujian TA																								
Laporan TA																								

Jadwal Penelitian Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Alasan Memilih Best Western Papilio Hotel sebagai tempat dilaksanakannya Praktik Kerja Lapangan (PKL) karena lokasinya yang tidak terlalu jauh dari rumah dan merupakan hotel bintang 4 yang termasuk dalam hotel *Chain* berbasis Internasional, serta banyaknya alumni yang pernah melaksanakan PKL maupun bekerja di Best Western Papilio Hotel Surabaya.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam tugas akhir ini dilakukan dengan beberapa metode yaitu:

1. Pengamatan (Observasi)

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut dengan beberapa kriteria yaitu :

- 1) Pengamatan digunakan untuk penelitian dan telah direncanakan secara sistematis.
- 2) Pengamatan harus berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah direncanakan.
- 3) Pengamatan tersebut ditulis secara sistematis dan dihubungkan dengan proporsi umum dan bukan dipaparkan sebagai sesuatu yang menarik perhatian saja.
- 4) Pengamatan dapat dicek dan dikontrol atas validitas dan reliabilitasnya yaitu pengamatan terhadap pemberian *Special Treatment* kepada tamu VIP & VVIP dalam rangka meningkatkan kepuasan pada Best Western Papilio Hotel Surabaya.

2. Studi Dokumen

Studi Dokumen merupakan metode untuk memperkuat data dengan menggunakan literatur buku maupun jaringan internet yang sesuai dengan penulisan tugas akhir sebagai pedoman yang sedang dibahas. Yang mana

dapat membantu untuk menuangkan buah pikiran agar lebih kritis dan analitis dalam mengerjakan tugas akhir tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengambilan dokumentasi tertulis maupun bergambar dari hotel yang bersangkutan guna mendukung kelengkapan data.

4. Wawancara

Wawancara merupakan metode dimana penulis dapat berkomunikasi secara langsung dengan cara bercakap-cakap secara bertatap muka. Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan Guest Relation Officer, Jr Guest Relation Officer, *Staff Front Office*.

1.6.3 Penyajian Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan mencari dan menyusun secara sistematis data milik Best Western Papilio Hotel Surabaya yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting, dimaknai dan dibuat kesimpulan.