

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara berkembang dengan segala potensi yang dimilikinya, menjadikan Indonesia sebagai negara yang begitu diminati oleh penduduk dan pelaku bisnis dunia. Letak geografis yang strategis dan kekayaan alam yang melimpah. Baik itu kekayaan laut, tambang, maupun hasil pertanian. Indonesia juga dikenal karena memiliki ribuan pulau yang menyimpan begitu banyak keindahan alam yang tidak terdapat di negara-negara lain dan terdapat suku budaya yang beraneka ragam. Selain itu Indonesia juga dikenal karena penduduknya yang banyak, penduduk yang ramah dengan segala perbedaan suku maupun agama. Keindahan dan *culture* ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan dan pelaku bisnis untuk datang ke Indonesia.

Ditengah ketatnya persaingan bisnis global yang terjadi saat ini, dimana teknologi yang semakin canggih dan konsumen yang semakin pintar. Membuat pemerintah dan pelaku bisnis yang ada di Indonesia juga harus bisa mengikuti perkembangan tersebut. Terutama disektor pariwisata, karena sektor pariwisata merupakan suatu aset besar yang dimiliki Indonesia saat ini. Hal ini memberikan dampak kepada jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung maka semakin besar pula peluang wisatawan untuk menginap di hotel-hotel yang tersedia pada suatu daerah. Oleh karena itu, sengitnya persaingan yang terjadi antara pelaku bisnis perhotelan yang semakin menjadi-jadi, berbagai strategi handal selalu mereka keluarkan yang tujuannya

tidak lain untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa penginapan mereka.

Fenomena ini juga berdampak kepada provinsi Kepulauan Bangka Belitung, provinsi yang terkenal sebagai produsen timah, kualitas lada putih dan objek-objek wisatanya yang sangat menarik. Pantai-pantai yang indah, masyarakatnya yang ramah, dan kerukunan umat beragamanya, sebagian besar penduduknya adalah Melayu dan sebagian besar lagi adalah kaum Tionghoa. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi provinsi ini. Selain sektor industri dan pertanian, sektor pariwisata juga merupakan andalan utama untuk perekonomian Provinsi Bangka Belitung. Perkembangan yang ditunjukkan tidak lepas dari pengembangan atau perbaikan beberapa sektor yaitu sektor industri, sektor perdagangan, sektor pertanian, sektor pariwisata, sektor jasa dan sektor lainnya. Peningkatan yang pesat dialami oleh sektor pariwisata menjadikan Bangka Belitung sebagai salah satu tujuan wisatawan. Untuk mengimbangi perkembangan pada sektor pariwisata ini, juga harus didukung oleh pengembangan beberapa bidang yang salah satunya yaitu industri perhotelan. Pada saat ini banyak sekali para pelaku bisnis perhotelan yang menunjukkan perkembangannya di provinsi ini. Mereka berlomba-lomba untuk menjadi pilihan utama wisatawan dengan berbagai cara, mulai dari perbaikan fasilitas, mencari lokasi yang strategis dan menjalin hubungan baik dengan para konsumen. Hal itu penting dilakukan karena merupakan suatu strategi untuk bersaing dengan hotel-hotel lain yang juga menawarkan kualitas jasa yang sama.

Fasilitas merupakan hal penting yang dilirik oleh konsumen, dengan menawarkan fasilitas yang baik akan menjadi nilai tambah bagi konsumen dalam pengambilan keputusan menginap. Fasilitas juga merupakan suatu bentuk fisik maupun non fisik yang harus tetap di perhatikan oleh pelaku bisnis karena konsumen akan memutuskan menginap apabila harga yang mereka bayar sesuai dengan fasilitas yang akan mereka dapatkan.

Faktor lokasi juga merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan usaha atau bisnis perhotelan. Menurut Adam (2015) lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan. Pelaku bisnis harus bisa menentukan lokasi yang strategis untuk mempengaruhi keputusan menginap konsumen. Salah memperhitungkan lokasi dapat mengakibatkan kerugian pada pihak pelaku bisnis bahkan kegagalan pada bisnis yang dijalankan.

Hal ini turut mempengaruhi keberlangsungan bisnis ini. Pada bisnis perhotelan atau penginapan, lokasi yang strategis merupakan suatu cara penting untuk menarik perhatian dan mempengaruhi keputusan konsumen karena sebelum memutuskan untuk menginap konsumen tentu akan mempertimbangkan lokasi tersebut.

Selain dua faktor diatas, manajemen hubungan pelanggan atau *customer relationship management* yang disingkat CRM juga merupakan faktor yang sangat penting. CRM didefinisikan sebagai suatu proses memaksimalkan nilai pelanggan (*customer value*) melalui aktifitas pemasaran yang sedang berjalan

untuk menemukan pengetahuan tentang pelanggan secara intim yang dibangun melalui pengumpulan, manajemen dan peningkatan informasi pelanggan dan *contact history* (Adam, 2015). Hal ini dikarenakan CRM merupakan proses untuk mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang dapat menguntungkan kedua belah pihak baik perusahaan maupun konsumen khususnya dalam rangka menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan puas dan terus memutuskan untuk menginap pada hotel yang sama.

Soll Marina Hotel merupakan salah satu hotel berbintang yang ada di pulau Bangka. Sesuai dengan kelasnya tentu Soll Marina Hotel harus memiliki fasilitas yang memadai dan lengkap yang dapat dinikmati oleh konsumen. Tanpa fasilitas yang lengkap tentu akan mengurangi minat konsumen untuk memutuskan menginap pada hotel ini. Ditambah dengan semakin banyaknya hotel-hotel pesaing yang juga menawarkan berbagai macam fasilitas. Dengan fasilitas lengkap yang membuat konsumen tetap merasa nyaman tentu akan menjadi nilai tambah tersendiri yang diberikan konsumen terhadap pihak hotel. Berikut tabel fasilitas Soll Marina Hotel :

Tabel 1.1 fasilitas Soll Marina Hotel

Tipe kamar	Jumlah kamar	Fasilitas
Superior	56	AC, LCD TV, akses internet Wi-Fi gratis, mini bar, meja Kerja, Teh dan <i>Coffee Maker</i> , <i>Safe Deposit Box</i> , <i>Connecting Room</i> dan Sandal.
Deluxe	47	AC, LCD TV, akses internet Wi-Fi gratis, mini bar, meja kerja, pembuat teh dan kopi, <i>Safe deposit box</i> , <i>Connecting room</i> dan Sandal. Pemandangan kolam renang dan bukit.
Junior suite	8	AC, <i>Bath/Shower</i> , LCD TV, akses internet Wi-Fi gratis, mini bar, meja kerja, Teh dan <i>Coffee Maker</i> , <i>Safe Deposit Box</i> , Sandal, Sofa

Executive suite	3	AC, TV LCD, akses internet Wi-Fi gratis, mini bar, meja kerja, Teh dan <i>Coffee Maker</i> , <i>Safe Deposit Box</i> , Menghubungkan Kamar dan Sandal, <i>Bath Tub & Shower</i> , <i>Bath Robe</i> , <i>Kitchen cabinet</i> , <i>Dinning Table</i> , Sofa Set, 2 LCD TV.
-----------------	---	--

Sumber : data diolah oleh peneliti 2017

Tabel 1.1 menunjukkan fasilitas kamar yang dapat dinikmati oleh konsumen saat menginap dengan beberapa pilihan type kamar. Selain fasilitas kamar juga terdapat berbagai fasilitas lain seperti : kolam renang, *private* karaoke, bar, restoran, tempat ibadah, lahan parkir, *Customer service* 24 jam, CCTV 24 jam, *spa and gym*, *jogging track*, *ballrooms* dan ruang rapat. Menyediakan fasilitas tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen saat menginap dan membuat konsumen tetap nyaman. Berikut data pengunjung Soll Marina Hotel dari tahun 2013-2016 :

Tabel 1.2 Data Pengunjung Hotel Soll Marina pada tahun 2013 sampai 2016
Tahun

No	Bulan	2013	2014	2015	2016
1	Januari	1.753	1561	1308	1528
2	Februari	1.666	1864	938	1880
3	Maret	2.351	2176	1437	2083
4	April	2.351	1922	1526	2351
5	Mei	2.439	2679	2077	2649
6	Juni	2.316	2505	1654	1439
7	Juli	2.001	1778	1785	2227
8	Agustus	2.355	2385	2100	2219
9	September	2.131	2175	1694	1938
10	Oktober	2.566	2441	2334	2128
11	November	2.439	2342	2822	2008
12	Desember	2.227	1875	2528	2683
Jumlah		26.595	25703	22203	25133

Sumber : data diolah oleh peneliti 2017

Data tabel 1.2 diatas menunjukkan terjadi fluktuasi (naik turun) konsumen yang datang untuk menginap, data menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang menginap relatif menurun dari tahun 2013. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi suatu kendala atau permasalahan. Pihak pengelola hotel harus bisa mendeteksi strategi yang harus digunakan agar dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memutuskan untuk menginap. Strategi yang tepat tentu akan dapat meningkatkan jumlah konsumen yang datang untuk menginap. Oleh karena itu peneliti melakukan survey awal dengan melakukan penyebaran prakuesioner kepada 20 orang konsumen yang pernah menginap di Soll Marina Hotel. Survey awal dilakukan untuk mengetahui fenomena atau masalah yang terjadi pada objek penelitian. Berikut tabel hasil penyebaran kuesioner kepada 20 orang konsumen:

Survey awal yang dilakukan peneliti kepada 20 orang konsumen sebagai responden yang pernah menginap di Soll Marina Hotel dimana pada pertanyaan pertama yang menjawab ya sebanyak 6, ragu-ragu 5, tidak setuju 9. Pertanyaan kedua responden yang menjawab ya sebanyak 9, ragu-ragu 5, tidak setuju 6. Pertanyaan ketiga responden yang menjawab ya sebanyak 7, ragu-ragu 5, tidak setuju 8. Pertanyaan keempat responden yang menjawab ya sebanyak 4, ragu-ragu 7, tidak setuju 10. Pertanyaan kelima responden yang menjawab ya sebanyak 3, ragu-ragu 7, tidak setuju 10. Pertanyaan keenam responden yang menjawab ya sebanyak 2, ragu-ragu 6 dan tidak setuju sebanyak 12 responden.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan dilapangan, didukung dengan jawaban reponden pada survey awal dapat disimpulkan bahwa terdapat

masalah pada *customer relationship management*, fasilitas, lokasi dan keputusan menginap di Soll Marina Hotel.

Berdasarkan latar belakang peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sebesar apa pengaruh *Customer relationship management*, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap melalui penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Customer Relationship Management*, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel Bangka”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan diatas, dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran *customer relationship management*, fasilitas, lokasi dan keputusan konsumen menginap pada Soll Marina Hotel Bangka?
2. Bagaimana pengaruh *customer relationship management* terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap di Soll Marina Hotel?
5. Bagaimana pengaruh *customer relationship management*, fasilitas dan lokasi berpengaruh simultan terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel Bangka?

1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup penelitian perlu menentukan pembatasan masalah, dengan harapan penelitian ini dapat memberikan informasi yang jelas dan menghindari penafsiran yang menyimpang serta supaya lebih fokus dan agar permasalahan tidak terlalu luas. Maka ruang lingkup permasalahan hanya fokus kepada *customer relationship management*, fasilitas, lokasi dan keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel Bangka. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menginap di Soll Marina Hotel Bangka.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran *customer relationship management*, fasilitas, lokasi dan keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel
2. Mengetahui tentang pengaruh *customer relationship management* terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel.
3. Mengetahui tentang pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel
4. Mengetahui tentang pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel
5. Mengetahui apakah *customer relationship management*(CRM), fasilitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan, dapat memperluas ilmu manajemen pemasaran, manfaat bagi objek yang diteliti dan manfaat bagi peneliti sendiri sekaligus manfaat bagi yang membaca penelitian ini sebagai bahan pembanding teori yang penulis pelajari selama dibangku perkuliahan.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran atau informasi mengenai pengaruh *customer relationship management*, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap sehingga menjadi masukan bagi pihak hotel agar dapat meningkatkan *customer relationship management*, fasilitas dan lokasi agar dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat untuk menginap sehingga dapat meningkatkan pendapatan hotel.

3. Manfaat kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kebijakan apa yang harus dilakukan pihak hotel dan sebagai bahan acuan dalam mempengaruhi keputusan menginap yang mengenai pengaruh *customer relationship management*, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel dan penelitian ini diharapkan

pula dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada para peneliti lain sebagai bahan referensi.

1.6 Sistematika penulisan

Sistematika disusun untuk memberikan informasi yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdapat uraian tentang latar belakang yakni sesuatu hal yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *customer relationship management*, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di Soll Marina Hotel”, selain latar belakang terdapat rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan menguraikan mengenai konsep dan landasan teori yang mlandasi penelitian ini, membahas berbagai macam teori yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, serta landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diambil yaitu teori-teori tentang *customer relationship management*, fasilitas, lokasi dan keputusan menginap konsumen. Dalam bab ini juga terdapat hasil

penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis yang berkaitan dengan variabel.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil pengujian dan analisis yang dibuat dari penelitian yang akan dilakukan, serta pembahasan tentang hasil penelitian yang dikaitkan dengan hasil pengujian hipotesis baik diperoleh dari penelitian maupun hasil yang didapat dari penelitian sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan berisi tentang saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian kepada pihak terkait yang sesuai dengan tempat penelitian dilakukan.