

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor ekonomi telah berubah secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pergeseran dan peningkatan derajat kesejahteraan masyarakat merupakan indikasi dari hal ini. Ada banyak tuntutan yang ingin dipenuhi oleh masyarakat sebagai akibat dari meningkatnya kesejahteraan masyarakat, yang secara alami menciptakan kemungkinan bagi bisnis untuk tumbuh. Baik jumlah maupun kualitas perubahan ini hadir. Meningkatnya kebutuhan masyarakat juga berarti bahwa bisnis yang akan memenuhi kebutuhan tersebut bersaing lebih ketat. Akibatnya, bisnis-bisnis ini harus bersaing dengan persaingan yang lebih ketat. Bisnis yang ingin berkembang perlu memiliki keunggulan unik yang akan membuat mereka lebih berharga bagi bisnis lain. Untuk memahami apa yang diinginkan masyarakat dan memenuhi tuntutan tersebut, bisnis juga harus lebih cermat dan peka saat memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka. Salah satu keinginan masyarakat itu adalah jasa penginapan berupa wisma atau perWismaan (Edyansyah dan Ahyar, 2021).

Sebagai salah satu penyedia jasa di industri akomodasi, Wisma harus menilai tingkat kepuasan pelanggan dan biaya yang dibebankannya. Wisma merupakan perusahaan yang menyediakan jasa dan tarif bagi pelanggannya. Wisma merupakan perusahaan yang melayani pelanggan yang membutuhkan produk berwujud, seperti kamar beserta semua perlengkapannya, dan produk tidak berwujud, seperti keramahan, kenyamanan, dan keberhasilan pengelolaan Wisma, yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan.

(<https://eprints.ums.ac.id/>, diakses pada tanggal 07 Januari 2024).

Meningkatnya jumlah wisma merupakan indikasi persaingan yang semakin ketat di sektor jasa akomodasi. Para pengusaha yang menyediakan jasa penginapan harus bersaing untuk menarik minat konsumen menggunakan jasa mereka. Ada banyak strategi yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen, seperti memasang iklan, menawarkan diskon, atau menjalankan promosi. Namun, para pengusaha harus mempertimbangkan satu faktor agar klien tetap menggunakan barang atau jasa mereka: menawarkan layanan pelanggan terbaik. Saat ini banyak dibangun wisma di Kota Lhokseumawe, hal ini tidak dapat dielakkan mengingat semakin besarnya kebutuhan akan tempat penginapan yang terjangkau dan representatif, terutama bagi para wisatawan. Salah satu wisma di kota Lhokseumawe adalah Wisma Kuta Karang (Edyansyah dan Ahyar, 2021).

Wisma Kuta Karang merupakan salah satu wisma yang terletak di Daerah Keude Aceh Kota Lhokseumawe, dimana Wisma Kuta Karang sendiri memiliki berbagai jenis kamar yang ada yaitu Family Room, VIP Room, Executive Room, Standard Room A, Standard Room B, Standard Room C. Dan Wisma ini juga menyediakan Aula Pertemuan. Wisma ini resmi beroperasi di Kota Lhokseumawe pada tahun 1982. Tentu saja, aktivitas tim pengelola sangat berpengaruh terhadap perkembangan Wisma ini. Tentunya, agar Wisma Kuta Karang di Kota Lhokseumawe dapat memenuhi harapan masyarakat, pengelola Wisma harus mampu menarik minat masyarakat dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Fenomena yang terjadi pada Wisma Kuta Karang dapat dilihat dari beberapa kegiatan atau events yang dilakukan di sekitaran Kota Lhokseumawe mereka lebih memilih untuk menginap pada Wisma Kuta Karang dibandingkan ke

Wisma – wisma yang lain. Penelitian ini dilakukan untuk melihat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wisma tersebut yang membuat pengunjung puas, sehingga Wisma tersebut ramai dikunjungi .

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas pelayanan adalah model layanan yang menjelaskan kondisi pelanggan dengan menggambarkan harapan terhadap layanan berdasarkan pertemuan sebelumnya. Sedangkan Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah jumlah atribut produk atau layanan yang mendukung kapasitasnya untuk secara langsung atau tidak langsung memenuhi kebutuhan. Selanjutnya Yunaida (2018) menjelaskan bahwa kualitas layanan adalah proses penerapan rencana yang menghubungkan manajer dan staf untuk mencapai tujuan secara metodis dan bertahap. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Menurut Indasari (2019) kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja suatu produk setelah membandingkannya dengan harapannya. Menurut Irawan (2003) kepuasan pelanggan adalah pelanggan yang merasa puas terhadap pemasok, produsen, atau penyedia layanan mereka melakukannya karena mereka menerima nilai dari mereka. Sedangkan menurut Tjiptono (2017) Kepuasan pelanggan adalah emosi yang muncul akibat keseimbangan antara harapan dan kinerja. Keunggulan kompetitif ditentukan oleh sejumlah faktor, termasuk kebahagiaan pelanggan. Sebab, pelanggan yang tidak puas akan merespons dengan berbisnis dengan pesaing, bukan dengan perusahaan, yang akan menurunkan laba dan pada akhirnya mengakibatkan kerugian bagi bisnis.

Menurut Kotler dan Keller (2014) menyebutkan kepuasan adalah ketika seseorang membandingkan persepsinya tentang kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya, mereka dapat merasa puas atau kecewa. Sebagai semacam perbandingan antara pengalaman dan hasil evaluasi, kepuasan dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara spiritual, bukan hanya karena hal itu diharapkan atau dibayangkan. Emosi dievaluasi untuk menentukan apakah seseorang merasa puas atau tidak puas.

Reaksi pelanggan terhadap perbedaan yang dirasakan antara ekspektasi mereka sebelumnya dan kinerja aktual produk adalah hal yang menentukan apakah mereka merasa puas atau tidak. Semakin banyak produsen yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan di pasar yang sangat kompetitif ini, yang memaksa semua bisnis untuk memprioritaskan kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dari semakin banyaknya bisnis yang menjadikan hal ini sebagai prioritas dalam pernyataan misi dan iklan mereka. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau layanan akan menunjukkan seberapa baik bisnis tersebut mempromosikan penawarannya. Jika suatu produk atau layanan tidak dapat memuaskan pelanggan, maka produk atau layanan tersebut akan gagal. Namun, persaingan yang ketat, dinamika sosial yang berubah-ubah yang memengaruhi perilaku konsumen, dan laju pertumbuhan ekonomi yang meningkat pesat membuat upaya untuk memuaskan pelanggan menjadi sangat sulit (<https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/>, diakses pada tanggal 07 Januari 2023).

Sebagai data pendukung, penulis melakukan pra survei terhadap 33 pelanggan Wisma Kuta Karang Kota Lhokseumawe. Berikut hasil pra survei dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Survei Pra Penelitian

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		Ya	%	Tidak	%
1.	Apakah Anda pernah menginap di Wisma Kuta Karang Kota Lhokseumawe?	33	100%	-	-
2.	Apakah Anda memutuskan untuk menginap di Wisma Kuta Karang Kota Lhokseumawe karena kualitas pelayanan yang mereka berikan?	29	87,9%	4	12,1%
3.	Apakah Anda merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wisma Kuta Karang Kota Lhokseumawe?	28	84,8%	5	15,2%

Sumber: Data Diolah (2024)

Menurut hasil pra survei yang diperoleh dari 33 responden yang diambil dari pelanggan Wisma Kuta Karang Kota Lhokseumawe. Didapatkan hasil yaitu, pertama keseluruhan responden mengatakan sudah pernah menginap di Wisma Kuta Karang Kota Lhokseumawe. Kedua, banyak yang mengatakan bahwa mereka memutuskan untuk menginap di Wisma Kuta Karang Kota Lhokseumawe karena kualitas pelayanan yang mereka berikan. Dan terakhir, kebanyakan dari mereka

mengatakan bahwa mereka merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wisma Kuta Karang Kota Lhokseumawe.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan yang terjadi pada Wisma Kuta Karang Kota Lhokseumawe.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan dapat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada wisma kuta karang kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut

1. untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dapat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada wisma kuta karang kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak dan hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sebuah landasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai sebuah nilai tambahan ilmu pengetahuan di dalam suatu pendidikan.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi berbagai pihak. Bagi peneliti, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.