

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambarah Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Aston Braga Hotel & Residence Bandung adalah salah satu hotel bintang empat. Interior hotel yang didesain dengan sentuhan art deco dan pop art, menjadikan Aston Braga Hotel & Residence, Bandung sebuah tempat yang unik dan nyaman untuk menginap, mengadakan seminar, pelatihan atau tempat untuk tinggal sementara di Bandung.

Aston Braga Hotel & Residence, Bandung memiliki 160 kamar yang terdiri dari 40 kamar paduan Superior, Deluxe, Executive dan Suite. Ditambah dengan 120 unit condotel dengan dua dan tiga kamar tidur. Selain itu, kami juga memiliki 9 ruang pertemuan yang terletak di lantai 4 dan lobby level dengan kapasitas mulai 10 hingga 250 orang.

Aston Braga Hotel & Residence, Bandung memiliki 3 gerai makan dan minum, yaitu Tos Raos Coffee Shop, Carios Lounge, dan cake shop. Aston Braga Hotel & Residence, Bandung terletak di dalam kompleks perbelanjaan Braga City Walk yang berada di Jalan Braga yakni jalan yang dikenal sebagai pusat perbelanjaan kota Bandung tempo dulu. Disamping itu, Jalan Braga merupakan jantung kota Bandung.

Sejarah Aston Braga & Residence Bandung

Diawali oleh Keluarga Pellagra Joseph Tatibouet bersama istrinya Annalie yang dikarunia dua orang anak, yaitu Andre Tatibouet & Stephanie Tatibouet adalah keluarga memiliki usaha yang bergerak dalam industri properti. Tepatnya tahun 1948 keluarga Tatibouet pertama kali menangani Royal Group Hotel di Waikiki, Hawaii dan juga mendirikan Aston Hotel Group. Sejak saat itulah Aston Hotel Group muncul sebagai pelopor pelayanan & Resort Apartemen di Hawaii. Tahun 1968, setelah anak sulung mereka Andre Tatibouet menjadi Sarjana, ia mulai

membangun proyek terbesarnya yaitu, membangun Pacific Beach Hotel di Waikiki, Hawaii. Andre Tatibouet membentuk Hotel Corporation of Pacific untuk mengelola semua usaha properti milik orang tuanya. Ia berpikir dengan membentuk Group seperti itu akan memudahkannya dalam menangani semua operasional propertinya.

Aston Hotel Group termasuk dalam Hotel Corporate di wilayah Pasifik dan berkembang secara pesat untuk memimpin Resort di Amerika Serikat dan Hawaii dalam mengembangkan dan memasarkan Condominium Hotel (Condotel) pertama seharga jutaan dolar di Hawaii pada tahun 1985. Mengikuti kesuksesannya di Amerika Serikat, Charles Bookfield, Presiden dan CEO Aston Indonesia, mempunyai Visi yang terfokus pada wilayah Indonesia, negara ketiga dengan jumlah penduduk terbanyak yang terletak pada pulau asri dan memiliki potensial besar bagi perusahaan perhotelan. Tiba di Indonesia, Aston pertama kali berkonsentrasi sebagai city hotel dengan pelayanan apartemen dan Property Management. Aston merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang mendefinisikan konsep pelayanan apartemen dalam keseharian operasional hotel dan fasilitas long stay. Untuk di Kota Bandung yang berada dibawah Aston International Indonesia (AII) adalah Aston Primera Pasteur Hotel & Convention Centre, Fave Hotel Hyper Square, Aston Tropicana Cihampelas, Fave Hotel Cihampelas, Aston Braga Hotel & Residence, Fave Braga, Harper Pasteur dan Neo Hotel. (*Sumber: Sumber Data Human Resources Department, 2018*)

1.1.2 Logo dan Visi Misi Perusahaan



GAMBAR 1.1

Logo Aston Braga Hotel & Residence Bandung

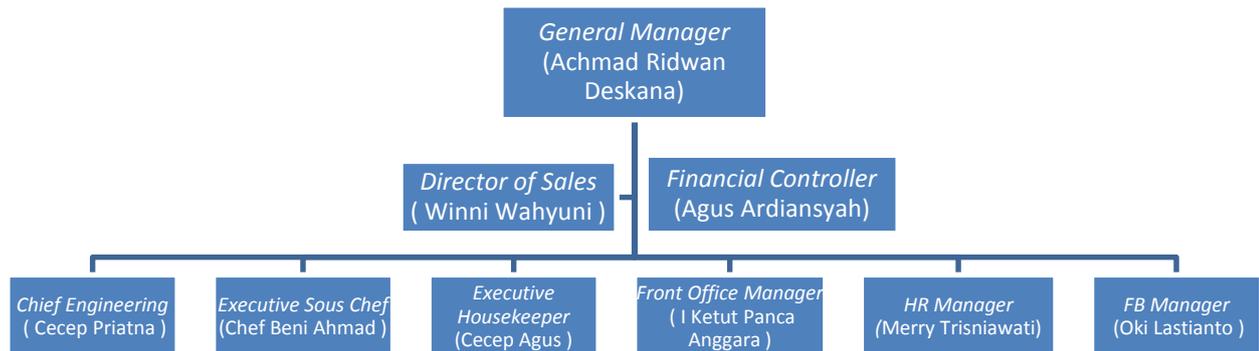
Sumber: Arsip HR Department ABHR, 2018

1.1.3 Visi dan Misi Aston Braga Hotel & Residence Bandung

Adapun Visi dan Misi dari Aston Braga Hotel & Residence sebagai berikut:

- a. Visi
“Delighfull Moment of Heartfelt Service”
- b. Misi
“Ours is primarily a “SERVICE” business, one where guest satisfaction is a vital commodity”

1.1.4 Struktur Perusahaan



GAMBAR 1.2

Struktur Perusahaan

Sumber: Arsip HR Department ABHR, 2018

1.1.4 Jenis dan Layanan

Adapun beberapa produk yang ditawarkan oleh Aston Braga Hotel & Residence kepada masyarakat umum, institusi, maupun perusahaan ialah sebagai berikut:

- a. *Rooms* (kamar hotel)

Merupakan produk utama dari bisnis hotel, dimana pada Aston Braga Hotel & Residence itu sendiri terdapat 160 kamar yang terdiri dari 40 kamar Superior, Deluxe, Executive dan Suite. Ditambah dengan 120 unit Condotel dengan dua sampai tiga kamar tidur. Berikut adalah gambar setiap jenis kamar yang ada pada Aston Braga Hotel & Residence:



GAMBAR 1.3

Jenis Kamar Aston Braga Hotel & Residence

Sumber: Arsip HR Department ABHR, 2018

b. Meeting Rooms

Merupakan Produk unggulan yang ditawarkan Aston Braga Hotel & Residence dalam menciptakan keunggulan yang kompetitif. Beberapa fasilitas *meeting room* yang ditawarkan Aston Braga Hotel & Residence sebagai berikut :

TABEL 1.1
Fasilitas Meeting Rooms

FUNCTION ROOM	SIZE (Sqm)	CAPACITY				
		U-Shape	Classroom	Theatre	Round table	Reception
Kulawangsa	47	15	18	20	16	40
Kulawarga	57	15	18	20	16	45
Arimbawa 1	74	24	30	30	32	55
Arimbawa 2	64	15	18	20	18	50
Arimbawa 3	76	24	30	60	32	55
Taphodana	100	30	45	80	40	60
Walatara	130	35	45	100	40	170
Palamarta	63	15	18	30	16	45
Kamarasan	36	9	6	10	6	15

Sumber: Arsip HR Department ABHR, 2018



GAMBAR 1.4

Meeting Rooms

Sumber: Arsip HR Department ABHR, 2018



GAMBAR 1.5

Private Meeting

Sumber: Arsip HR Department ABHR, 2018

1.2 Latar Belakang Penelitian

Bandung yang terkenal dengan sebutan kota kembang, memiliki tempat pariwisata yang beragam. Tempat pariwisata yang tersedia mulai dari *cafe*, *mall*, sampai tempat wisata yang bernuansa alam menjadi salah satu daya tarik wisatawan. Wisatawan yang datang pun bukan hanya berasal dari Bandung, tetapi juga berasal dari luar kota Bandung maupun dari luar Indonesia. Berikut daftar jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung.

TABEL 1.2

Daftar Wisatawan yang Berkunjung ke Bandung

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225 585	6 487 239	6 712 824
2012	176 855	5 080 584	5 257 439
2013	176 432	5 388 292	5 564 724
2014	180 143	5 627 421	5 807 564
2015	183 932	5 877 162	6 061 094
2016	173 036	4 827 589	5 000 625

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung, 2017

Berdasarkan tabel di atas jumlah wisatawan yang datang ke wilayah Bandung tergolong memiliki jumlah yang besar. Hal tersebut mengharuskan kota Bandung untuk memiliki berbagai tempat menginap, salah satunya yang banyak digemari adalah Hotel.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara layanan dan desain bangunan, yang terdiri dari interior dan eksterior kamar hotel, restoran, adapun suasana yang tercipta di dalam kamar hotel maupun restoran, juga makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual dari industri perhotelan itu sendiri adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya, karena pada dasarnya industri perhotelan banyak sekali

melibatkan tenaga kerja yang kompeten dan profesional yang merupakan aset utama demi mensejahterakan konsumen, di dalam hotel.

Seiring berkembangnya pariwisata yang ada, bisnis perhotelan juga semakin tumbuh dan berkembang. Hal tersebut dapat terlihat dari jumlah hotel yang ada di Bandung. Berikut data total jumlah hotel di Kota Bandung tahun 2015 :

TABEL 1.3

Total Jumlah Hotel dan Kamar di Kota Bandung Tahun 2015

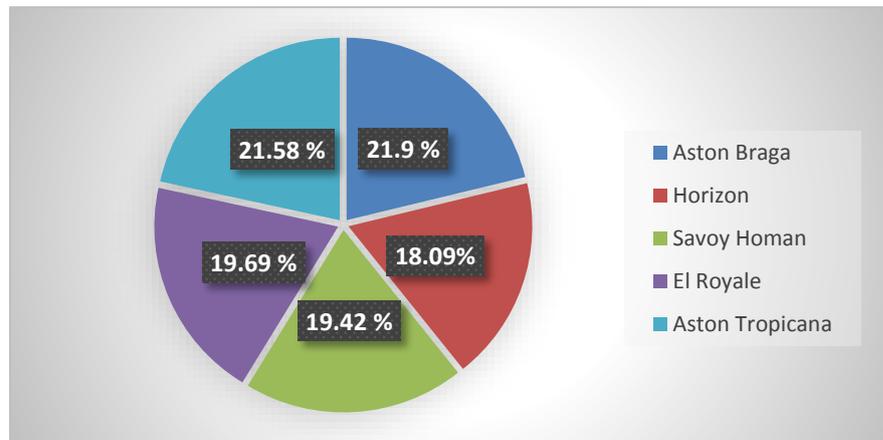
Jenis Hotel	Jumlah Hotel	Jumlah Kamar
Bintang 5	9	1870
Bintang 4	32	3651
Bintang 3	41	3408
Bintang 2	25	1500
Bintang 1	10	382
Non Bintang	275	6010

Sumber: <http://data.bandung.go.id/dataset/>, 2016

Dengan melihat tabel di atas dapat terlihat bahwa banyaknya jumlah hotel maka persaingan semakin ketat dan membuat hotel-hotel untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam menghadapi persaingan tersebut sebuah perusahaan ataupun seorang pemasar harus memiliki keunggulan bersaing untuk dapat bertahan pada produk dan jasa yang mereka tawarkan pada konsumen

Perkembangan industri yang semakin ketat membuat Aston Braga Hotel & Residence Bandung harus mampu bersaing dalam menghadapi berbagai ancaman yang ada di industri hotel baik itu dari segi kompetitor, atau pun hal lainnya seperti faktor persaingan dalam industri, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, dan ancaman produk substitusi. Pada dasarnya, Aston Braga Hotel & Residence memiliki beberapa kompetitor yang sama, hal tersebut diklasifikasikan berdasarkan kelas dan juga target pasar dari kompetitor Aston Braga Hotel & Residence itu tersendiri. Berikut adalah data statistik beberapa kompetitor industri perhotelan

yang serupa dengan Aston Braga Hotel & Residence, dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



GAMBAR 1.6

Pie Chart Market Share Hotel Bintang 4 di Bandung Tahun 2015

Sumber: Front Office Department ABHR, 2018

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa *market share* tertinggi sebesar 42,77% dikuasai oleh grup Aston yakni masing-masing oleh Hotel Aston Braga sebesar 21,9% dan Hotel Aston Tropicana sebesar 21,58 %. lebih lanjut untuk *market share* peringkat kedua diraih oleh El Royale Bandung sebesar 19,69 % dan Hotel Savoy Homan sebesar 19,42 %, sedangkan bagi Hotel Horison Bandung pangsa pasar yang diperoleh adalah sebesar 18,09 %, walaupun Hotel Horison Bandung masuk dalam 5 besar dalam penilaian *market share* tetapi Hotel Horison Bandung memiliki *market share* terkecil daripada pesaing yang lainnya.

Dengan kompetisi industri perhotelan bintang 4 yang semakin ketat, maka setiap hotel ingin terlihat lebih unggul dibandingkan dengan hotel yang lain dengan memperlihatkan kelebihan yang dimiliki oleh masing- masing hotel sehingga menarik minat konsumen. Tidak hanya memperlihatkan keunggulan dari hotel tetapi juga perlu adanya perhatian khusus yang di tujuikan untuk melihat tentang bagaimana kualitas layanan yang dapat di berikan pihak Aston Braga Hotel & Residence kepada pelanggan yang dapat membuat konsumen senantiasa loyal

terhadap hotel, tetapi dengan banyaknya kriteria konsumen yang datang pasti adapula konsumen yang merasa kecewa diantaranya sebagai berikut:

TABEL 1.4

Ulasan Konsumen ABHR

No	Tanggal	Nama	Ulasan
1	30 Oktober 2017	Dian L	Kamar tipe studionya sudah kumuh, kotor, tidak nyaman. Makanannya kurang memuaskan
2	31 Oktober 2017	Deviana D	Kamar dan prabotannya tidak bersih dan tidak nyaman
3	4 November 2017	Beri F.W	Tata ruang tidak rapi, interior ruangan sudah sangat tua. Lantai seperti rumah, dan tidak ada kesan mewah hotel
4	13 November 2017	Alamsyah H.A	Pelayanan kurang terkoordinir, terutama saat <i>cek out</i> . Dimana saat sudah memberikan informasi kepada resepsionis untuk <i>cek out</i> , tetapi ditelpon kembali oleh operator untuk ditanyakan hal yang sama.
5	14 Januari 2018	Rendra H	Air kamar mandi kotor dan keruh
6	14 Januari 2018	Fitri E	Lokasi berada di tempat strategis, Braga. Fasilitas kamar sangat tidak bagus untuk hotel sekelas Aston. Tidak mau untuk kembali menginap di Aston
7	19 Februari 2018	Vina A	Untuk keseluruhan kamar biasa saja, tidak ada yang istimewa. Handuk yang disediakan hanya satu macam (tidak ada handuk kecil dan handuk keset). Sarapan banyak macamnya, tetapi rasanya biasa saja

Sumber: www.traveloka.com 2018

Dari beberapa ulasan pelanggan dapat dilihat bahwa pelayanan yang di berikan kepada pelanggan tidak terlalu memuaskan sehingga membuat pelanggan

merasa kecewa dan berkemungkinan untuk tidak ingin kembali lagi menginap di Aston Braga Hotel & Residence Bandung. Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang berdampak buruk terhadap citra dari hotel tersebut.

Kepuasan konsumen menurut Mowen (dalam Tjiptono, 2014:354) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*acquisition*) dan pemakaiannya. Dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kualitas layanan yang diharapkan oleh konsumen dan dibandingkan dengan persepsi atas kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen. Kualitas atau mutu suatu jasa merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk dan akan mempengaruhi citra perusahaan.

Dengan adanya keluhan mengenai layanan yang disampaikan oleh konsumen, Aston Braga Hotel & Residence Bandung perlu mengetahui bagaimana kualitas layanan yang diharapkan konsumen, dan apa saja kualitas layanan yang perlu ditingkatkan. Maka pada penelitian ini diperlukan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal sebagai *quadrant analysis* (Brandt, 2015). *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan untuk memahami lebih dalam mengenai persepsi pengguna layanan terhadap kualitas layanan. Dimensi *importance* (kepentingan) menunjukkan seberapa penting atribut kualitas menurut para pengguna, sedangkan dimensi *performance* (kinerja) menunjukkan seberapa baik dari atribut kualitas tersebut dirasakan pengguna secara nyata.

Jurnal Risma A. Simanjuntak, Yenni Purwasih (2017) dalam penelitiannya Mengenai Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Bpjs Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Quality Function Deploymen* dapat mengetahui atribut yang perlu ditingkatkan, yaitu sembilan atribut dari 35 atribut layanan yang perlu ditingkatkan. Berdasarkan jurnal tersebut dapat diketahui bahwa dengan menggunakan metode *Importance Pervormance Analysis (IPA)* akan mendapatkan informasi secara rinci mengenai atribut yang harus di tingkatkan, atribut yang telah sesuai dengan harapan pelanggan, atribut yang dianggap konsumen tidak terlalu penting, dan atribut yang tidak terlalu penting tetapi kualitas layanan perusahaan sangat baik sehingga di rasa berlebihan.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Aston Braga Hotel & Residence Bandung mengenai **“Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Mengetahui Kepuasan Pelayanan Melalui Kualitas Layanan Aston Braga Hotel & Residence Bandung 2018”**

1.3 Perumusan Masalah

Sesuai dngan uraian latar belakang penilitian di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja di Aston Braga Hotel & Residence Bandung ?
2. Bagaimana harapan konsumen di Aston Braga Hotel & Residence Bandung?
3. Aspek apakah yang harus ditingkatkan pada Aston Braga Hotel & Residence Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penilitan yang diinginkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kinerja Aston Braga Hotel & Residence Bandung menurut persepsi responden.
2. Untuk mengetahui harapan konsumen terhadap layanan Aston Braga Hotel & Residence Bandung menurut persepsi responden.

3. Untuk mengetahui mengenai aspek yang perlu ditingkatkan Aston Braga Hotel & Residence Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap ada penelitian ini dapat bergna untuk seluruh pembaca yang ingin mengetahui hasil dan yang ingin melakukan penelitan selanjutnya dan untuk praktisi atau pelaku bisnis yang lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

- a. Manfaat Akademis

Hasil penilitan ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam dunia pendidikan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya untuk jurusan Manajemen Pemasaran. Sebagai dokumentasi untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dan memmberikan pengetahuan mengenai *Importance Performance Analysis (IPA)* Untuk Mengetahui Kepuasan Pelayanan Melalui Kualitas Layanan Aston Braga Hotel & Residence Bandung.Serta memberikan masukan kepada penelitain berikutnya dan dapat menambah wawasan lebih kepada pembaca.

- b. Manfaat Praktisi

Hal penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Aston Braga Hotel & Residence agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan usaha dalam jangka panjang dan bagi pengusaha *hospitality* pada umumnya, dimana hal itu dapat memberikan inspirasi terkait harapan yang diinginkan konsumen serta tingkat kepuasan konsumen sehingga perusahaan dapat semakin berkembang dan memperbaiki yang kurang atas pelayanannya.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini berisikan tentang penjelasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang permasalahan penelitian, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, metodologi serta sistematika penulisan yang merupakan gambaran keseluruhan isi Laporan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Teori-teori yang terdapat dalam penelitian ini adalah teori pemasaran, manajemen pemasaran, jasa, kualitas layanan, kualitas jasa, kepuasan pelanggan, *importance performance analysis (IPA)*. Penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi yaitu Aston Braga Hotel & Residence Bandung