

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

New Normal dikenal sebagai istilah dalam bisnis dan ekonomi yang merujuk kepada kondisi kebijakan pemerintah dalam penanganan pandemi Covid-19, istilah tersebut umumnya dipakai pada konteks lain untuk mengimplikasikan bahwa suatu hal yang sebelumnya dianggap tidak normal atau tidak lazim, kini menjadi umum dilakukan. New normal dilakukan sebagai upaya kesiapan untuk beraktivitas senormal mungkin, beradaptasi dalam menjalani perubahan perilaku aktivitas masyarakat sebagaimana sebelum pandemi. Pandemi Covid-19 memiliki dampak yang sangat besar bagi masyarakat dari sektor manapun. Aktivitas masyarakat juga mengalami keterbatasan atas diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Mobilisasi yang dibatasi atas kebijakan pemerintah berdampak kepada bidang perhotelan yang sangat signifikan di ambang kebangkrutan massal sehingga menciptakan berbagai permasalahan yang sebenarnya membuat pelaku bisnis akomodasi pariwisata terutama perhotelan harus semakin kreatif untuk tetap mempertahankan pendapatan atau perolehan Occupancy atau jumlah kamar terjual perhari minimal 50% untuk dapat menutup biaya operasional atau setidaknya mampu memutar keuangan untuk keberlanjutan bisnis dan memperkecil peluang kebangkrutan. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha perlu berfikir lebih keras untuk tetap bertahan dan menutup semua beban biaya yang tetap harus dikeluarkan. Perkembangan zaman yang sangat cepat

membuat kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan kebutuhannya. Maka, para pelaku bisnis selalu memaksimalkan peran pemasaran untuk pemenuhan Keterikatan Pelanggan.

Dikutip dari laman ekonomi.bisnis.com, pengusaha perhotelan masih kesulitan melihat titik terang dari kondisi arus kas perusahaan-perusahaan disektor perhotelan. Kebijakan serta program vaksinasi dinilai menjadi dua hal yang mampu menyelamatkan industri perhotelan tanah air di sepanjang tahun 2021. Dipaparkan oleh Sekretaris Jenderal Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Maulana Yusran bahwa pelaku usaha perhotelan masih kesulitan dalam mencari cara untuk memperbaiki kondisi karena Occupancy dan rata-rata harga per kamar masih di bawah normal. Terutama, dengan kembali melonjaknya penyebaran Covid-19 pada gelombang delta pada bulan juni 2021 silam. "Jadi, penambahan tingkat Occupancy sekalipun belum tentu memperbaiki pendapatan perusahaan dikarenakan tidak sedikit hotel yang mengurangi harga rata-rata per kamar. Semester II/2021, perhotelan masih dalam posisi sulit untuk bertahan," ujar Maulana, Senin (14/6/2021) Dikutip dari laman ekonomi.bisnis.com. Selain itu, hotel-hotel saat ini hanya fokus untuk mencapai break event point setiap bulannya. Sehingga dapat dikatakan, target para pemilik hotel di tanah air masih jauh dari mendapatkan profit. Sebagai sektor yang bersandar kepada mobilitas masyarakat, kondisi penyebaran Covid-19 saat ini membuat perhotelan rentan terhadap kebijakan seperti pembatasan pergerakan dan akan membuat bisnis tersebut ke depannya menjadi berisiko sangat tinggi.

Keterikatan pelanggan dapat menjadi sebuah hal yang sering menjadi kunci dari kesuksesan sebuah industri perhotelan. Menurut Kumar *et al.* (2016:505) Adapun keterikatan pelanggan dalam Itani et al. (2019:2) adalah konsep abstrak dan didefinisikan sebagai struktur untuk pembelian kembali. Point keterikatan pelanggan pada Best Western Papilio Hotel yang *Market Positioning* nya adalah *Business Hotel* mengunggulkan beberapa *Competitive Advantages* diantaranya adalah lokasi yang sangat strategis berada cukup dekat dengan titik-titik vital kawasan bisnis di Surabaya, bandara internasional maupun terminal serta beberapa Restaurant atau bahkan kawasan industri di Surabaya yang cukup membantu mobilisasi pebisnis apabila memutuskan untuk menginap di Best Western Papilio Hotel Surabaya. Menurut Itani et al. (2019:2) indikator yang mendukung keterikatan pelanggan diantaranya, Terikat atas layanan yang ada, merekomendasikan, dan adanya Interaksi terhadap pelanggan.

Keterikatan pelanggan menekankan pentingnya hubungan pelanggan dan perusahaan dalam proses keterikatan dalam penelitian Hollebeek (2011) dalam Itani et al. (2019:4). Pentingnya membangun Kualitas hubungan terhadap pelanggan, khususnya pelanggan di industri *Hospitality*. Pada Hotel Best Western Papilio Surabaya dilakukan dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan profesional terhadap pelanggan-pelanggannya. Berdasarkan Fuzir & Rahman (2020:373) variabel Kualitas Hubungan merupakan prediktor utama dalam kepuasan pelanggan, pada Best Western Papilio Hotel cenderung menerapkan sistem Kerjasama dengan beberapa komunitas maupun beberapa agensi pariwisata diantaranya adalah Traveloka, dapat dibuktikan dengan perolehan Traveloka Hotel

Awards : *Best Guest Experience in Food Premium & IHKA (Ikatan House Keeping Association)* yang pada dasarnya dapat membantu perolehan informasi dan meningkatkan kualitas hubungan terutama pada indikator yang disebutkan sebagai berikut menurut Santouridis & Veraki (2017:1125) dalam kualitas hubungan dibentuk atas perolehan kepuasan dan kepercayaan.

Dimensi nilai yang dirasakan hotel dan kepuasan pelanggan dianggap sebagai prediktor kuat loyalitas pelanggan. sebagaimana nilai yang dirasakan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan manfaat produk, dibatasi oleh persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan, Zeithaml dikutip dalam Itani et al. (2019:3). Dalam penelitian ini, nilai kepuasan diri hotel didefinisikan sebagai peningkatan suasana hati tamu hotel dan kemampuan untuk bersantai dengan berkurangnya ketegangan dan stres akibat berada di hotel dan menggunakan fasilitasnya El-Adly (2019:2) dan Hotel Best Western Papilio Surabaya memberikan suatu yang membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Adapun faktor- faktor Nilai yang dirasakan pelanggan menurut El-Adly (2019:2) yaitu, Nilai Estetik, Nilai hedonis, Nilai Transaksi, Nilai Kualitas, Nilai Kepuasan diri, Nilai Prestise hotel.

Kepuasan pelanggan dan Loyalitas pelanggan adalah dua hasil perilaku penting yang berusaha dicapai oleh setiap organisasi jasa. Banyak penelitian menunjukkan bahwa memberikan nilai superior yang diperoleh dari pengalaman lengkap dengan layanan adalah salah satu cara paling penting untuk menghasilkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan El-Adly (2019:2). Hotel Best Western

Papilio Surabaya mampu mempelajari kebutuhan pelanggan dan memahami preferensi pelanggan.

Berdasarkan informasi tersebut dapat dijadikan indikator bahwa Hotel Best Western Papilio dapat lebih meningkatkan *Occupancy* (penjualan kamar setiap harinya) dengan peluang yang ada pada variabel-variabel penelitian ini. Alasan penelitian ini di ambil di Hotel Best Western Papilio Surabaya selain Observasi yang telah dilakukan, dikarenakan Hotel Best Western Papilio merupakan Hotel Bisnis yang mendapatkan penghargaan yaitu Traveloka Hotel Awards & *Best Guest Experience food Bevarage* disurabaya. selain itu pada wawancara kedua di tanggal 22 oktober 2020 di Best Western Papilio Hotel Surabaya, Bapak Choiri selaku *Manager Front Office* dan *Housekeeping* Best Western Papilio Hotel Surabaya menjelaskan Pada saat Covid-19 Hotel Papilio masih bisa bertahan hingga 60% sedangkan Hotel yang berada disurabaya seperti Hotel Santika, Novotel Ngagel 15% bahkan 10%. Menurut penjelasan Pak Choiri Dan sudah banyak sekali pengurangan karyawan diperhotelan. Tetapi hotel Best Western Papilio mempunyai cara tersendiri untuk bertahan di era *New Normal* Covid-19 ini dan juga dalam mencapai Keterikatan Pelanggan dengan menyesuaikan strategi *Segmentation, Targeting, Positioning dan Differentiation*. Hotel Best Western Papilio mengandalkan beberapa strategi 8P perhotelan diantaranya adalah *Partnership, Packaging, Programming* dan *Pricing* yang menjadi acuan pencapaian pendapatan atas Keterikatan Pelanggan saat ini. Namun dalam menghadapi situasi tersebut dari pihak Hotel Best Western Papilio Surabaya masih belum bisa menyelesaikan apa yang terjadi dalam manajemen hotel tersebut,

sehingga terjadinya pengurangan karyawan dikarenakan penurunan pendapatan karena kebijakan pemotongan harga di setiap fasilitasnya yang dialami oleh hotel Best Western Papilio Surabaya. Maka dengan terjadinya fenomena yang terjadi yaitu mengalami kerugian yang terjadi akibat dampak dari pandemi Covid-19 dan terjadi ketidakstabilan dalam manajemen dalam menjalankan operasional di Hotel Best Western Papilio Surabaya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti ingin menganalisis lebih dalam mengenai pengaruh kepuasan pelanggan, nilai yang dirasakan, dan kualitas hubungan terhadap keterikatan pelanggan Hotel Best Western Papilio Surabaya merupakan sebuah alasan penulisan ini berjudul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Nilai Yang Dirasakan, Dan Kualitas Hubungan Terhadap Keterikatan Pelanggan Hotel Best Western Papilio Surabaya Di Era New Normal”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap keterikatan pelanggan pada pelanggan Hotel Best Western Papilio Surabaya?
2. Apakah Nilai yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap keterikatan pelanggan pada pelanggan Hotel Best Western Papilio Surabaya?

3. Apakah Kualitas Hubungan berpengaruh positif signifikan terhadap Keterikatan Pelanggan pada pelanggan Hotel Best Western Papilio Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap keterikatan pelanggan pada pelanggan Hotel Best Western Papilio Surabaya.
2. Menganalisis Nilai yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap keterikatan pelanggan pada pelanggan Hotel Best Western Papilio Surabaya.
3. Menganalisis Kualitas Hubungan berpengaruh positif signifikan terhadap Keterikatan Pelanggan pada pelanggan Hotel Best Western Papilio Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dirasakan oleh tiga pihak yaitu pelaku usaha perhotelan, peneliti, dan *study literature* atau pembaca.

1. Manfaat bagi pelaku usaha Perhotelan
Diharapkan dapat memberikan masukan yang optimal untuk strategi pemasaran dan pengelolaan layanan yang dapat menjadi acuan *Competitive Advantages* dan memberikan masukan dalam pencapaian Keterikatan Pelanggan di kondisi pandemi saat ini.
2. Manfaat bagi Peneliti

Memberikan ilmu baru terhadap peneliti akan pengaruh kepuasan pelanggan dan Nilai yang Dirasakan melalui mediasi Kualitas Hubungan terhadap Keterikatan Pelanggan serta memahami penerapan ilmu pemasaran pada obyek perhotelan dalam mengantisipasi kerugian atas dampak pandemi.

3. Manfaat bagi pembaca

Sebagai sumber wacana atau ilmu pengetahuan baru tentang bagaimana usaha perhotelan tetap bertahan dalam kondisi pandemi, serta landasan pengembangan penelitian bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya kedepannya yang akan meneliti, mengembangkan variabel yang sama dan memperkaya penelitian dari obyek selain dari sektor perbankan.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika hasil dari penulisan ini ada lima bab yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian agar lebih jelas dan terstruktur. Adapun susunan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian fenomena yang melatarbelakangi penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memberikan uraian tentang penelitian-penelitian terdahulu sebagai pembanding penelitian ini, landasan teori yang mendasari penelitian,

hipotesis penelitian yang memprediksi fenomena penelitian, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijabarkan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, instrument penelitian, populasi sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK DAN ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan mengenai garis besar data tanggapan responden berdasarkan beberapa karakteristik seperti faktor demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan banyaknya yang dilakukan. Selain itu, bab ini juga menguraikan mengenai hasil analisis data dari variabel penelitian yang telah diuji serta hipotesis penelitian

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, beserta saran.