

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu, Indonesia kini memperlihatkan pertumbuhan ekonomi yang bergerak positif yang berarti bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini dapat dilihat dari data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan bahwa ekonomi Indonesia pada kuartal 1 tahun 2018 sebesar 5,06 yang meningkat dari tahun lalu dimana ekonomi Indonesia hanya sebesar 5,01. Bank dunia menyatakan bahwa pertumbuhan Indonesia akan tetap positif dan kuat hingga tahun 2020 meski dihadapkan pada sejumlah resiko eksternal dan domestik. (Kompas.com, 7 Mei 2018)

Salah satu faktor yang mendorong tingkat pertumbuhan ekonomi dengan cepat dan besar adalah pariwisata. Karena kegiatan pariwisata menciptakan permintaan dan investasi, permintaan baik dari segi konsumsi, barang modal dan bahan untuk melakukan produksi akan barang yang diminta wisatawan serta investasi pada bidang transportasi, perhotelan, komunikasi, rumah makan, industri kerajinan, industri jasa dan lain lain. Maka dari itu berbagai cara dilakukan oleh pemerintah untuk dapat melindungi pariwisata Indonesia seperti menetapkan undang-undang terkait kepariwisataan serta melakukan berbagai cara untuk meningkatkan kualitas pariwisata di Indonesia seperti pembangunan jalan, perlindungan flora dan fauna di tempat wisata serta pemeliharaan bangunan, tanaman dan lain lain untuk kelestarian wisata Indonesia agar dapat meningkatkan tingkat wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri.

Selain dengan meningkatkan kelestarian wisata, akomodasi pariwisata yang nyaman dan memadai bagi wisatawan juga diperlukan agar jumlah wisatawan meningkat, akomodasi tersebut antara lain seperti transportasi, rumah makan dan hotel. Hotel merupakan faktor terpenting bagi para wisatawan dalam melakukan perjalanan baik perjalanan wisata maupun bisnis, karena setiap orang yang melakukan perjalanan butuh tempat beristirahat atau dapat juga digunakan sebagai tempat bersantai sejenak dari kegiatan sehari-hari.

Hotel merupakan perusahaan jasa yang menyediakan jasa penginapan yang dapat digunakan oleh para wisatawan dengan dilengkapi beberapa fasilitas pelayanan seperti jasa penyediaan kamar, jasa penyedia makanan dan minuman, serta jasa akomodasi lainnya, setiap tahunnya hotel selalu mengalami perkembangan yang pesat. Sehingga tingkat persaingan antar hotel cukup tinggi. Setiap hotel berlomba memberikan pelayanan terbaik kepada setiap konsumen. Agar kepuasan konsumen tercipta dan nantinya konsumen dapat kembali melakukan pembelian serta memberikan rekomendasi kepada orang lain akan jasa yang pernah digunakan, oleh karena itu maka diperlukanlah pelayanan yang baik dari perusahaan yang menimbulkan kenyamanan kepada konsumen. *Service* menjadi salah satu aspek penting dalam rangka mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan, oleh sebab itu perusahaan harus lebih mempersiapkan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen secara matang. (Tjiptono, 2004).

Wisatawan mancanegara pastinya akan memiliki harapan yang tinggi akan kualitas layanan dan pengalaman akomodasi yang disediakan oleh hotel untuk mendukung kenyamanan dan pengalaman selama berwisata, maka dari itu untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, hotel berusaha untuk memenuhi permintaan konsumen akan layanan yang baru dan unik. karena layanan baru dapat membantu menarik pelanggan baru, meningkatkan loyalitas pelanggan, menciptakan peluang pasar baru, dan meningkatkan kinerja penjualan dan profitabilitas.

Service innovation merupakan cara baru bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dalam lingkungan yang sangat kompetitif sehingga dapat menciptakan layanan yang baru dan unik yang diinginkan konsumen hotel. *Service innovation* adalah layanan jasa baru atau pembaruan layanan yang sudah ada yang telah dipraktekkan dan memberi manfaat bagi organisasi yang telah mengembangkannya; manfaat biasanya berasal dari nilai tambah yang diberikan pembaruan kepada pelanggan. Selain itu, untuk menjadi inovatif, pembaruan harus baru tidak hanya untuk yang mengembangkan, tetapi juga harus dalam konteks yang lebih luas, dan harus melibatkan beberapa elemen yang dapat diulang dalam situasi baru, yaitu harus menampilkan beberapa fitur yang dapat digeneral dan dapat disimpulkan bahwa proses inovasi jasa ini adalah proses dimana pembaruan tercapai dengan sukses (Toivonen & Tuominen, 2006).

Service innovation juga dapat didefinisikan sebagai proses multidisipliner perancangan, realisasi dan kombinasi pemasaran dari layanan dan produk yang ada dan / atau baru dengan upaya terakhir untuk menciptakan pengalaman yang berharga bagi konsumen (Flikkema,2008). *Service innovation* digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan keuntungan dalam lingkungan yang kompetitif dan merupakan kunci utama dalam pemberian layanan kepada konsumen serta dengan adanya inovasi dalam penyampaian layanan dapat meningkatkan kinerja dari segi keuangan dan non keuangan perusahaan selain itu juga dapat menimbulkan kepuasan tersendiri bagi konsumen sehingga konsumen memiliki keinginan untuk kembali menginap atau merekomendasikan hotel serta pengalaman berharga yang mereka dapatkan kepada orang lain. Selain menguntungkan perusahaan, hal tersebut juga dapat menguntungkan pariwisata daerah karena dapat mengundang lebih banyak wisatawan lagi nantinya yang akan merasa puas akan kenyamanan yang diberi dan pengalaman yang menyenangkan.

Sumatera Barat kini menjadi salah satu provinsi dengan destinasi wisata alam yang menarik serta kuliner yang nikmat, Sumatera Barat memiliki obyek wisata pantai yang sangat panjang dengan beberapa pulau yang indah di lautannya yang terdapat dikota padang Dan beberapa destinasi pariwisata di Bukittinggi seperti Jam Gadang, Ngarai Sianok, Goa Jepang, Kebun Binatang serta istana Pagaruyung yang terletak di kota Batusangkar. Sumatera Barat juga terkenal dengan adat istiadat, kebudayaan,kegiatan syariaah yang kental, kuliner yang nikmat dan halal serta keanekaragaman hayati karena sebagian besar wilayah Sumatera Barat masih dipenuhi oleh hutan tropis alami dan dilindungi.

Setiap tahunnya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Sumatera Barat meningkat, peningkatan paling besar di tahun 2017 dimana wisatawan yang datang dari pintu Bandara Internasional Minangkabau (BIM) dan Pelabuhan Teluk Bayur naik sebesar 13,34% dari 49.686 orang di tahun 2016 menjadi 56.313 orang di tahun 2017. Sementara itu, untuk kunjungan wisatawan nusantara sepanjang tahun 2017 naik 7% menjadi sekitar 7,8 juta orang dari tahun 2016 sebanyak 7,3 juta orang. Untuk wisata mancanegara masih didominasi oleh wisatawan asal malaysia yang berkontribusi sebesar 80 %, selain malaysia wisatawan mancanegara juga berasal dari Thailand, Australia, Prancis, Inggris, Jerman, China, Amerika Serikat, Jepang, dan Filipina (kabar24bisnis.com,2 februari 2018). Untuk tingkat kepenghunan kamar hotel bintang di Sumatera Barat mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2014 sebesar 48,53, 50,22 di tahun 2015, 50,22 di tahun 2016 dan di tahun 2017 sebesar 54,92. Hotel berbintang masih menjadi favorit bagi para wisatawan karena jumlah tingkat kepenghunan kamar hotel pada hotel non bintang menurun setiap tahunnya(sdp2d.sumbarprov.go.id, 29 April 2018).Di Sumatera Barat hotel bintang 4 merupakan hotel yang memiliki harga tertinggi dengan fasilitas yang lengkap dan mewah yang menjadi favorit bagi para wisatawan mancanegara maupun nusantara, hotel ini menjadi favorit karena mereka memiliki fasilitas dan layanan yang cukup baik dibanding hotel

bintang lainnya, sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen dan membuat beberapa konsumen loyal akan hotel. Berikut beberapa data Hotel Bintang 4 di Sumatera Barat yang disajikan pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Hotel Bintang 4 di Sumatera Barat

No	Nama Hotel	Lokasi
1	Grand Inna	Padang
2	Rocky Plaza	Padang
3	Grand Zuri	Padang
4	The Axana	Padang
5	Premier Basko	Padang
6	KyriadBumi Minang	Padang
7	Pangeran Beach	Padang
8	Mercure	Padang
9	Grand Royal Denai	Bukittinggi
10	Grand Rocky	Bukittinggi
11	The Hill	Bukittinggi
12	Pusako	Bukittinggi
13	Emersia Hotel & Resort	Batusangkar

Source : wikipedia,2018

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat 13 Hotel Bintang 4 di Sumatera Barat, hotel tersebut berada di 3 Kota yaitu Kota Padang, Kota Bukittinggi dan Kota Batusangkar, 3

kota ini merupakan kota dengan jumlah wisatawan tertinggi karena kaya akan wisata alam dan pemandangan yang indah dan juga terletak di kawasan yang strategis yaitu di tengah kota dan dekat dengan destinasi wisata sehingga dapat memudahkan konsumen untuk berwisata. Seperti pada Hotel Grand Inna, The Axana, Kyriad Bumi Minang, Mercure, Premier Basko dan Pangeran Beach hotel ini berada di lokasi yang dekat dengan Pantai Padang dan berada di jantung pariwisata Kota Padang yaitu Pantai Padang, pusat perbelanjaan serta cafe atau tempat nongkrong. Sedangkan untuk Grand Zuri dan Rocky Plaza terletak di tengah Kota Padang yang dekat dengan pusat perbelanjaan dan kuliner. Untuk hotel di Kota Bukittinggi Grand Royal Denai, Grand Rocky, The Hill dan Pusako Hotel terletak di jantung Kota Bukittinggi yang dekat dengan ikon Kota Bukittinggi yaitu Jam Gadang. Serta Emersia Hotel di Batusangkar yang terletak dekat dengan istana Pagaruyung dan danau Singkarak. 13 hotel ini merupakan hotel favorit baik bagi wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara hal ini dapat dibuktikan dari komentar konsumen pada beberapa situs *booking online* seperti Traveloka, Agoda dan lain lain yang rata rata memberi *rating* yang bagus untuk hotel-hotel tersebut baik dari segi pelayanan maupun fasilitas.

Sebagian besar penelitian mengenai inovasi hanya berfokus pada inovasi teknologi di bidang manufaktur, hal tersebut menunjukkan bahwa manufaktur masih merupakan kegiatan utama ekonomi (Drejer, 2004). Studi *service innovation* masih dalam tahap fase pengembangan yang relatif awal, dan analisis inovasi dalam industri jasa memiliki dua kesulitan, yang pertama teori inovasi yang telah dikembangkan pada dasarnya adalah analisis inovasi di bidang teknologi dalam kegiatan manufaktur (Tether, 2003), yang kedua karena jasa bersifat *intangibility*, heterogenitas, ketidakterpisahan, dan *perishability*, membuat output inovasi layanan lebih sulit untuk diukur dibandingkan dengan layanan sektor manufaktur (Tether dan Metcalfe, 2004).

Konsumen saat sekarang ini lebih tertarik menggunakan jasa yang lebih unik , menarik dan berbeda dari yang lain serta memiliki akses yang mudah dan tidak ribet. Karena semua orang tidak ingin membuang membuang waktunya yang berharga, maka dari itu pemesanan kamar hotel melalui *website* atau *online travelling* lebih diminati dibandingkan harus pesan langsung ke hotel, selain itu wisatawan akan lebih memilih hotel dengan fasilitas *wifi* yang mendukung dibandingkan sarapan yang lezat, serta konsumen dengan tingkat aktifitas yang padat sehari-hari akan lebih memilih hotel sebagai tempat berlibur, maka dari itu pelayanan yang ramah, unik dan menyenangkan akan memberi nilai tambah bagi konsumen untuk menambah hari menginap atau menginap kembali di hotel tersebut, apalagi ketika menginap hotel memberikan pengalaman yang menarik seperti adanya dekorasi lobby yang lucu dan unik disertai *booth* untuk berfoto dan permainan yang dapat dimainkan di sekitar kolam renang dan fasilitas gym yang dapat digunakan serta yoga atau senam yang dapat diikuti oleh konsumen.

Oleh karena itu konsumen akan merasa senang dengan adanya pembaruan dari konsep pelayanan yang diberikan hotel kepada konsumen baik dari segi pelayanan langsung yang tidak dimiliki oleh hotel lain seperti memberikan *welcome drink* istimewa dengan minuman khas daerah atau memberikan kalung bunga kepada konsumen yang baru datang sehingga konsumen merasa diistimewakan, dan dari segi pelayanan tidak langsung seperti produk atau teknologi yang digunakan oleh hotel untuk mengurangi waktu dalam pengiriman jasa atau juga fasilitas terbaru yang dapat digunakan oleh konsumen, selain itu konsumen akan merasa dihargai ketika ia dilibatkan dalam pengembangan konsep pelayanan atau lainnya seperti dengan meminta kritik dan saran atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan hotel. Dengan adanya inovasi pada konsep pelayanan hotel dapat membuat konsumen merasakan pengalaman yang berharga selama menginap, sehingga konsumen dapat memberikan review yang bagus kepada hotel di *website* hotel atau merekomendasikan hotel

kepada orang lain sehingga profit hotel bisa lebih meningkat. Jika hotel tidak memberikan inovasi pada pelayanannya maka hotel tersebut tidak akan menarik konsumennya kembali karena konsumen yang pernah menginap akan merasa kurang puas dan tidak akan tertarik untuk menginap kembali di hotel tersebut.

Maka dari itu saya melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *service innovation* yang diimplementasikan oleh hotel bintang 4 di Sumatera Barat dengan dengan mengidentifikasi pola utama *service innovation* berdasarkan empat dimensi *service innovation* yaitu *service concept*, *service delivery*, *interface client*, dan *technology*. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini diberi judul : **“Analisis Service Innovation Concept pada Hotel Bintang Empat di Sumatera Barat (Survey pada pengunjung hotel)”**.

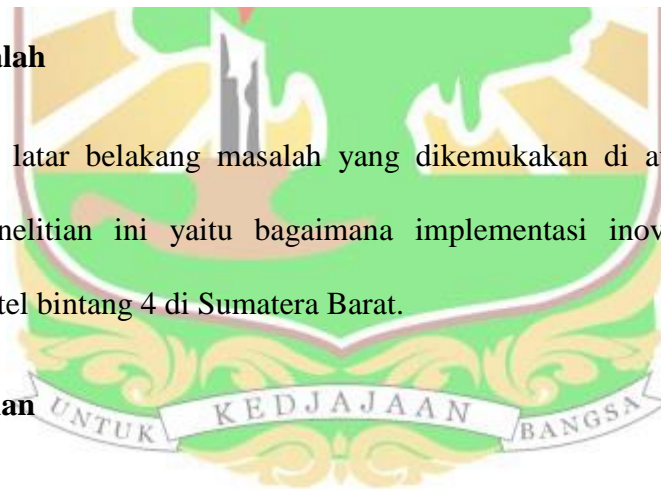
1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana implementasi inovasi layanan (*service innovation*) pada hotel bintang 4 di Sumatera Barat.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana implementasi inovasi layanan (*service innovation*) pada hotel bintang 4 di Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian



Manfaat yang ingin diperoleh pada penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat dalam mengembangkan dan memahami ilmu pemasaran tentang *service* yang dapat diukur melalui kegiatan inovasinya dengan menggunakan dimensi dari *service innovation* yang diterapkan pada hotel bintang empat di Sumatera Barat.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen hotel ,agar dapat lebih memahami lagi tentang *service innovation* agar dapat diterapkan kedalam sistem layanan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan performa sehingga dapat menjadi hotel yang lebih unggul dan siap bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin brutal dengan cepat.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini pada wilayah Sumatera Barat khususnya di bidang perhotelan, penelitian ini memilih Hotel bintang 4 di Sumatera Barat sebagai studi penelitian, dimana penelitian ini mengkaji pada layanan (*service*) yang diberikan oleh Hotel Bintang 4 di Sumatera Barat. Terutama pada inovasi layanan hotel. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana implementasi inovasi layanan pada Hotel Bintang 4 di Sumatera Barat.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan *thesis* ini adalah:

1. BAB I PENDAHULUAN

Terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN LITERATUR

Terdiri atas kerangka penelitian yang relevan dengan penelitian yaitu konsep Jasa, konsep Hotel dan konsep *Service Innovation* serta kerangka konsep dan tinjauan penelitian terdahulu disertai hipotesis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri atas desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, variabel penelitian dan definisi operasional serta teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari uraian mengenai gambaran umum hotel, hasil yang diteliti dan dianalisis.

5. BAB V PENUTUP

Terdiri dari kesimpulan, keterbatasan penelitian, implikasi penelitian dan saran-saran yang dianggap perlu.

