

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era pembangunan yang semakin berkembang, pertumbuhan ekonomi dan industri telah banyak mengalami kemajuan. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, dimana perusahaan harus mampu memberikan produk yang berkualitas, baik itu barang ataupun jasa yang mempunyai nilai lebih tinggi dengan mutu lebih baik, harga terjangkau, servis yang baik dan fasilitas yang memadai dibandingkan pesaingnya. Adanya perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk disimak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal.

Di zaman modern sekarang ini, selera konsumen terhadap suatu produk baik barang maupun jasa sangat cepat berubah. Karena itu dalam menjalankan usaha hendaknya perusahaan juga mengamati, menganalisis dan mengevaluasi adanya perubahan perilaku, keinginan, dan kebutuhan konsumen, untuk kemudian dijadikan kajian dalam memperbaiki kualitas produk maupun strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik, yang akan mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan, sehingga produk yang ditawarkan dapat terjual.

Perkembangan yang cepat juga terjadi pada industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti telekomunikasi, transportasi, perbankan, perhotelan dan lainnya. Perusahaan jasa saling berpacu dalam memberikan servis terbaik kepada konsumen. Dengan mempunyai nilai lebih menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain, karena akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Jasa penginapan seperti hotel, guest house ataupun homestay merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa khususnya akomodasi. Sudah sejak lama usaha penginapan dianggap sebagai suatu industri yang menguntungkan dan mengalami perkembangan. Karena hotel atau penginapan memang selalu dibutuhkan oleh para pelancong ataupun pendatang dari luar kota karena adanya berbagai macam keperluan. Hotel, guest house ataupun homestay merupakan usaha penginapan yang dikelola secara komersial, artinya menyediakan jasa kepada konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dengan penataan yang menarik, fasilitas yang lengkap, pelayanan yang prima, diharapkan jasa penginapan tersebut dapat menarik konsumen. Usaha penginapan biasanya juga dikelola dengan menyediakan pelayanan makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas penunjang lainnya. Seiring perkembangan zaman, usaha penginapan tersebut akan terus dapat berkembang dengan meningkatkan kualitas pengelolaannya.

Mayoritas pengguna jasa penginapan adalah tamu yang berasal dari luar daerah yang sedang memiliki urusan, atau datang untuk tujuan berwisata,

urusan berbisnis, tugas kantor, ataupun sekedar beristirahat sementara (hanya sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan kembali). Karena itu tempat yang bersih dan nyaman adalah menjadi hal yang dibutuhkan konsumen. Ini merupakan kewajiban pengelola penginapan dalam menyediakan kelengkapan sarana prasarana yang diperlukan tamunya. Setiap konsumen pasti menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli, karena itu sudah menjadi haknya, dan pemberian perlakuan yang istimewa pada tamu yang datang, dapat membawa terciptanya kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa puas, mereka akan berkunjung kembali dan menjadi pelanggan tetap, dan biasanya mereka juga akan merekomendasikan pengalaman menginapnya yang menyenangkan kepada orang lain.

Menurut Tjiptono (2015) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Sedangkan Kotler (2014) mengemukakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan jasa serta kesesuaian dengan harapan.

Salah satu faktor yang tidak ketinggalan ikut berperan penting dalam memberikan kepuasan kepada konsumen adalah persepsi harga. Harga bersifat fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu, tempat dan kondisinya. Harga bukan hanya angka yang tertera dilabel kemasan, tetapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi.

Harga mencakup hal yang berkaitan dengan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk (barang atau jasa) atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk (barang atau jasa). Alma (2013) berpendapat harga (*price*) adalah sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Dan Swastha (2010) berpendapat harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Kemudian dipertegas oleh pendapat Peter dan Olson (2014) bahwa persepsi harga tentang memahami informasi harga yang disukai oleh konsumen dan membuatnya bermakna. Persepsi harga akan membentuk persepsi masyarakat akan harga yang pantas atas suatu produk. Konsumen yang memiliki persepsi harga yang baik terhadap suatu produk, dapat langsung menentukan untuk membeli produk tersebut, karena mereka sudah mampu menilai bahwa harga yang ditawarkan oleh suatu produk sudah sesuai dengan harapannya. Pada jasa penginapan, dengan penetapan harga sewa kamar yang tepat, membuat konsumen merasa tidak terbebani, karena konsumen merasa puas dengan harga yang pantas dan sesuai dengan fasilitas yang didapat.

Jadi selain harga, fasilitas juga menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan dan turut berperan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Fasilitas dapat diartikan sebagai bentuk pembelian manfaat dari perusahaan kepada konsumen yang diberikan atas dasar pembayaran sejumlah uang. Pada perusahaan jasa fasilitas yang disediakan berupa alat-alat yang dapat menunjang dalam memberikan pelayanan yang memuaskan

bagi konsumen. Sebuah penginapan sekelas hotel biasanya menawarkan berbagai fasilitas penunjang kebutuhan tamunya, seperti menyediakan makanan dan minuman, tersedianya jasa laundry, tersedianya telpon kamar, tersedianya *hair dryer*, tersedianya tempat fitnes dan kolam renang, tersedianya toko yang menjual barang keperluan menginap, dan lain-lain. Begitu pula dengan penginapan sekelas guest house ataupun homestay yang menyediakan beberapa fasilitas untuk tamunya dengan menyesuaikan harga sewa kamar. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan penginapan, maka semakin puas konsumen dan akan terus memilih penginapan tersebut sebagai pilihan prioritas. Konsumen zaman sekarang adalah konsumen yang sangat kritis dalam membelanjakan uang, mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih produk atau jasa termasuk jasa penginapan. Fasilitas disini merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan. Tjiptono (2014) mengemukakan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen. Sedangkan Kotler (2014) mengemukakan fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa persepsi harga dan kelengkapan fasilitas yang diberikan dapat menciptakan kepuasan konsumen saat menginap. Seperti halnya penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Guest House Humanitas Pematang Siantar yang dilakukan oleh Anggun, Darwin, dkk


(2018) menyatakan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Guest House Humanitas Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial. Diperkuat pula dengan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark Dan Resort Padang Panjang” yang dilakukan oleh Hafniel Rayendra, Akmal Akmal, dan Howardi Visza Adha (2022) dimana hasil penelitian diperoleh bahwa harga dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Minang Fantasi Waterpark dan Resort Padang Panjang.

Soedirman Guest House merupakan salah satu penginapan yang berada di kota Tulungagung. Penginapan ini lokasinya sangat strategis dan mudah dijangkau karena berada di jalan yang mudah dilalui kendaraan bermotor. Soedirman Guest House menawarkan suasana penginapan yang tenang, nyaman, dengan lingkungan yang asri dan teduh, karena banyak ditanami bunga dan pepohonan rindang. Sesuai dengan slogan yang dimiliki yaitu : *“Feels Like Home”*, dimana konsep ini diusung agar tamu yang datang menginap merasa betah seperti berada di rumahnya sendiri. Dalam pengelolaan usahanya, Soedirman Guest House selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan para pelanggan, dengan harapan agar pelanggan merasa senang, puas dan loyal pada penginapan tersebut. Ada beberapa hal yang telah diupayakan pengelola Soedirman Guest House dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya adalah harga yang bersaing dan kelengkapan fasilitas yang diberikan. Adapun target market penginapan

tersebut adalah kalangan masyarakat yang membutuhkan penginapan dengan harga terjangkau. Tarif beda yang diberikan oleh Soedirman Guest House dibandingkan dengan penginapan lain, merupakan bentuk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu penginapan. Terdapat tiga macam jenis/ tipe kamar pada Soedirman Guset House, seperti yang terlihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1

TIPE KAMAR dan PRICE LIST SOEDIRMAN GUEST HOUSE



NO	TIPE	HARGA	FASILITAS
1	<i>DELUXE</i>	Rp. 165.000	AC Televisi Twin/ Double Bed Kamar mandi dalam Wifi Mineral water Breakfast Amenities
2	<i>SUPERIOR</i>	Rp. 135.000	AC Televisi Twin/ Double Bed Kamar mandi dalam Wifi Mineral water
3	<i>STANDARD</i>	Rp. 110.000	Kipas angin Televisi Twin/ Double Bed Kamar mandi dalam Wifi Mineral water

Sumber : Soedirman Guest House 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwasannya Soedirman Guest House memiliki harga yang relatif terjangkau, dengan harapan agar harga dapat bersaing dengan penginapan lain yang sejenis. Harga akan menjadi

pertimbangan yang cukup penting bagi konsumen dalam memutuskan menggunakan jasa penginapan. Konsumen akan membandingkan harga dari beberapa guest house ataupun homestay yang lain di sekitar lokasi, kemudian mengevaluasi apakah harga tersebut sesuai atau tidak dengan fasilitas yang diberikan. Baru kemudian konsumen akan menentukan pilihannya. Disini pengelola Soedirman Guest House telah berupaya memberikan pelayanan dan kelengkapan fasilitas penginapan seperti : bangunan kokoh, dilengkapi camera pemantau/ CCTV, area parkir luas, ruang tamu, kamar mandi umum, akses internet melalui jaringan internet/ *Wifi*, keamanan 24 jam (*Security* selalu ada), kelengkapan kamar yang memadai (seperti : AC/ kipas angin, tempat tidur, almari, meja rias, kursi, televisi, dan kamar mandi pribadi di dalam kamar). Soedirman Guest House juga menyediakan jasa laundry untuk memudahkan para tamu yang memerlukan pelayanan cuci baju dan setrika. Menyediakan kantin dengan berbagai varian menu menarik yang dapat dipesan dan diantar ke kamar. Sehingga para tamu tidak kesulitan mencari makanan dan minuman di luar penginapan saat memerlukannya.

Semakin meningkatnya bisnis penginapan di kota Tulungagung, berdampak pula pada penentuan harga dan penyediaan fasilitas penginapan yang semakin bersaing. Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Tingginya tingkat persaingan guest house ataupun homestay yang ada di kota Tulungagung, dapat mempengaruhi jumlah tamu yang datang berkunjung di Soedirman Guest House, seperti yang terlihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2

DATA JUMLAH PENGUNJUNG SOEDIRMAN GUEST HOUSE

Bulan Juli-Desember 2022

NO	BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG	TIPE DELUXE	TIPE SUPERIOR	TIPE STANDARD	PERSENTASE %
1	Juli	152	45	56	51	18
2	Agustus	138	42	49	47	16,5
3	September	126	39	45	42	15
4	Oktober	147	43	51	53	17,5
5	Nopember	132	37	46	49	16
6	Desember	142	45	50	47	17
	JUMLAH	837	251	297	289	100

Sumber : Soedirman Guest House 2023

Pada tabel diatas diketahui perkembangan jumlah pengunjung Soedirman Guest House selama enam bulan terakhir, dimana jumlah pelanggan setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan (mengalami *fluktuasi*). Keadaan ini diduga dipengaruhi oleh rendahnya kepuasan pelanggan yang disebabkan beberapa hal, diantaranya terkait harga dan fasilitas. seperti pada tabel 1.3

Tabel 1.3

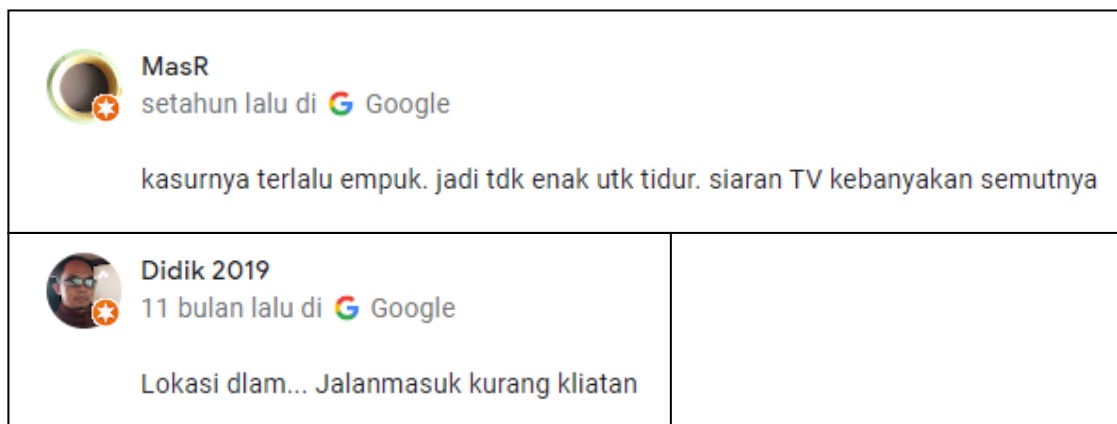
Saran dan Masukan Pengunjung Soedirman Guest House

NO	SARAN/ MASUKAN
1	Harga disesuaikan dengan fasilitas
2	<i>Spring bed</i> untuk kenyamanan beristirahat
3	Ruang kantin untuk menikmati minuman dan makanan
4	Fasilitas mushola
5	Gambar televisi yang jernih dan jelas
6	Fasilitas air panas (<i>water heater</i>)

Sumber : Soedirman Guest House 2023

Gambar 1.1

Komplain Konsumen Soedirman Guest House



Sumber : Google

Beberapa saran dan masukan diatas, dituliskan pelanggan pada kertas dan dimasukkan pada kotak saran yang tersedia yang terletak di ruang receptionist guest house. Dari tabel tersebut, dapat diperjelas dengan uraian sebagai berikut : Terkait harga, ada tiga dimensi harga menurut Kotler dan Gary (2008) yaitu : a). keterjangkauan harga b). diskon/ potongan harga dan c). cara pembayaran. Pada dimensi keterjangkauan harga, Soedirman Guest House telah memberikan harga yang relatif terjangkau, tetapi ternyata masih ada pesaing yang dapat memberikan harga lebih rendah dari harga tersebut meskipun dengan fasilitas seadanya. Pada dimensi potongan harga, Soedirman Guest House hanya memberikan diskon kepada pelanggan tetap yang rutin berkunjung tiap bulan atau konsumen yang menyewa kamar dalam jumlah banyak. Pada dimensi cara pembayaran, Soedirman Guest House hanya memiliki cara pembayaran tunai dan secara transfer, dimana belum tersedianya layanan pembayaran melalui debit card.

Terkait fasilitas, untuk kamar tipe *Deluxe* dan *Superior* sudah menggunakan *spring bed*, sedangkan untuk kamar tipe *Standard* masih menggunakan spons untuk tidur (sehingga untuk istirahat tamu dirasa kurang nyaman), belum ada ruang kantin untuk tempat santai sambil menikmati minuman dan makanan (kantin hanya menerima pesanan menu yang diantar langsung ke kamar), belum ada fasilitas mushola, tampilan gambar pada TV terkadang kurang jelas (dikarenakan masih menggunakan TV analog, sedangkan TV sekarang sudah digital), belum ada fasilitas air panas (*water heater*) untuk kenyamanan konsumen saat mandi/ membersihkan diri.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan beberapa permasalahan yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan mengambil judul : **“Pengaruh Persepsi Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Soedirman Guest House”**.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh positif persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Soedirman Guest House Tulungagung?
2. Adakah pengaruh positif fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Soedirman Guest House Tulungagung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Soedirman Guest House Tulungagung.
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Soedirman Guest House Tulungagung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah khasanah ilmu dibidang ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, dan mampu memberikan kontribusi dalam pemahaman mengenai pengaruh persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen

b. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian dan juga dapat menambah pengetahuan peneliti terkait harga, fasilitas dan kepuasan konsumen

b. Bagi Pengelola Soedirman Guest House

Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan pertimbangan untuk menentukan harga dan memperbaiki fasilitas yang dapat berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sumber referensi bagi peneliti lainnya yang akan melakukan kegiatan penelitian sejenis.

d. Bagi Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jawa Timur

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi di perpustakaan Universitas, khususnya pada program studi manajemen, fakultas ekonomi bisnis