

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen pemasaran merupakan ilmu untuk memasarkan produk serta layanan jasa suatu perusahaan sehingga dapat menarik pelanggan atau *customer*. Selain dengan cara *upselling* produk serta layanan yang di miliki, tentunya juga harus menunjukkan suatu pelayanan terbaik, sehingga konsumen menjadi tertarik dan dapat menggunakan layanan jasa yang dimiliki suatu perusahaan. Hal ini akan membuat produk dan layanan suatu perusahaan semakin diterima oleh pasar secara lokal maupun internasional (Sobar et al., 2023). Kualitas pelayanan yang baik tentunya akan menarik konsumen untuk terus menggunakan jasa suatu perusahaan jasa.

Dunia usaha saat ini mengalami persaingan yang sangat ketat terutama dalam bidang *tourism & hospitality*, salah satunya perhotelan. Hotel yang merupakan bangunan yang digunakan untuk menginap/ istirahat dan memperoleh fasilitas layanan yang disediakan (Kristen Petra & Hendra Jaya dan Retnaningtyas Widuri, n.d.). Oleh karena itu saat ini hotel dijadikan tempat menginap bagi banyak orang yang akan liburan maupun mereka yang mempunyai kunjungan atau keperluan bisnis, karena tingginya mobilitas para individu saat ini maka hotel merupakan salah satu pilihan untuk menginap bagi mereka sebagai tempat untuk istirahat jikalau dalam suatu perjalanan maupun hanya sekedar untuk liburan. Suatu hotel selain dinilai dari fasilitas hotelnya juga dapat dinilai dari kualitas pelayanannya dan hal ini yang diutamakan di hotel manapun dan juga bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen yang akan menginap maupun mereka yang hanya untuk sekedar untuk mencari tempat foto yang baik. Sehingga terdapat persaingan yang ketat dalam usaha perhotelan terutama tentang *service quality* yang diberikan tiap-tiap hotel yang berbeda, untuk memikat para konsumennya.

Kualitas pelayanan sendiri tentunya tidak dapat disepelekan apa lagi dalam dunia usaha perhotelan, ini merupakan kunci dari usaha jasa karena suatu perusahaan jasa akan dilihat baik jika memiliki kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan sendiri sangat penting karena merupakan salahsatu bagian

penting yang harus diusahakan oleh perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen(Syarif Maulana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta Jln Arjuna Utara No & Jeruk Jakarta, 2016). Kualitas pelayanan sendiri tentunya setiap hotel memiliki standarisasi tersendiri untuk menjadi pembeda dengan hotel yang lain dan dapat memikat banyak konsumen untuk menginap.

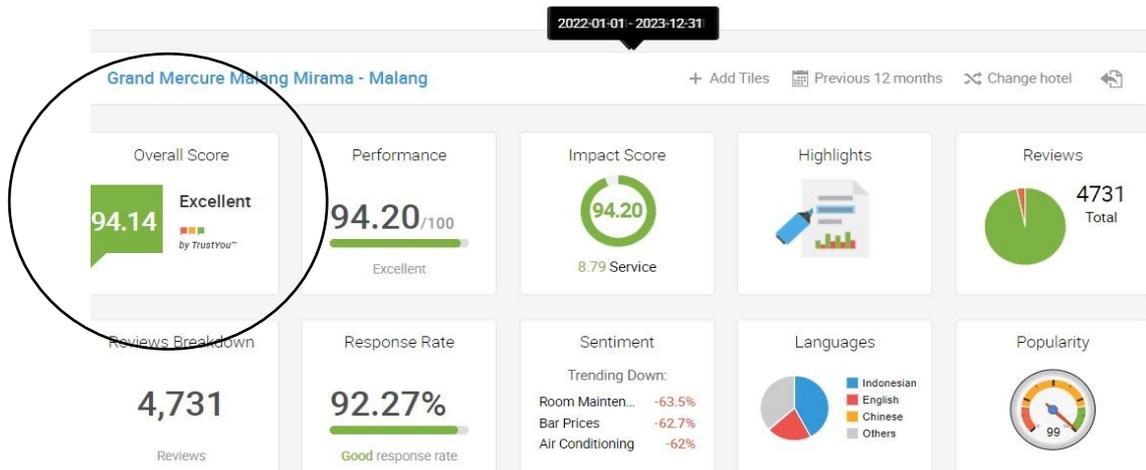
Seperti salah satunya terjadi pada Hotel Grand Mercure Malang Mirama yang mana kualitas pelayanan sangat diperhatikan karena merupakan hotel bintang 5 yang ada di Malang. Hotel Grand Mercure Malang Mirama sendiri merupakan hotel yang dibawah naungan *Accor* yang merupakan perusahaan perhotelan besar yang berpusat di Prancis, tentunya dengan membawa nama *Accor* yang juga merupakan Hotel dengan jaringan Internasional Grand Mercure Malang Mirama punya standar tersendiri dalam penentuan kualitas pelayanan yang dapat menarik pelanggan. Mereka sangat jeli terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan pada customer yang datang mulai bagaimana cara menangani tamu VIP atau member hingga tamu liburan biasa atau Non-member.

Pada Hotel Grand Mercure Malang Mirama terdapat pelatihan khusus yang merupakan standar dari pusat *Accor* sendiri yang bernama *Heartist*. *Heartist* sendiri sangat mengedepankan bagaimana cara melakukan pelayanan kepada konsumen dengan kualitas yang tinggi dan harus mengerti apa yang diinginkan oleh konsumen dan diharuskan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Banyak sekali tuntutan dari *Accor* sendiri berkaitan dengan kualitas pelayanan hingga menciptakan rasa dirumah sendiri kepada konsumen dan itu merupakan titik tertinggi dari suatu kualitas layanan yang sudah di standarisasi oleh *Accor*. Dengan kualitas layanan yang seperti itu hotel yang ada dibawah naungan *Accor* sering dicari dan banyak diminati oleh konsumen dari luar maupun dalam negeri. Seringkali mereka dari luar negeri menginap dengan jangka waktu yang hampir satu bulan karena kualitas pelayanan yang mereka dapatkan melebihi ekspektasi.

Daya saing sangat penting bagi suatu perusahaan karena dapat membantu perusahaan untuk mengupgrade pelayanannya atau kualitas pelayanannya, meningkatkan keuntungan, dan memperkuat posisi perusahaan di industri yang

competitive. Perusahaan yang memiliki daya saing yang kuat dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih baik dan lebih efisien dari pada pesaingnya, sehingga dapat memenangkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, daya saing yang kuat juga dapat membantu perusahaan menarik dan mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperoleh akses ke sumber daya yang lebih baik. Untuk meningkatkan daya saing, perusahaan dapat melakukan berbagai tindakan seperti meningkatkan kualitas produk dan layanan, mengoptimalkan proses operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mengembangkan inovasi baru.

Dari situ, hotel Grand Mercure Malang Mirama harus terus mempertahankan serta mengkaji lebih lanjut berkaitan dengan kualitas pelayanan yang sudah diterapkan. Kualitas pelayanan disini adalah pelayanan yang dimaksudkan langsung *direct* dan dirasakan konsumen entah melalui *face to face* atau dengan fasilitas yang tersedia pada Grand Mercure Malang Mirama. Hal ini tentunya diperkuat dengan adanya data *trust you* yang dapat memberikan informasi bahwasannya kepercayaan pelanggan dengan layanan yang sudah diberikan oleh Grand Mercure Malang Mirama sudah baik yaitu sebagai berikut.



Gambar 1.1 Data Trust You Satu Tahun Terakhir

Pada perusahaan jasa perhotelan hal yang terpenting dari segala informasi adalah *Front Office* yang mana pada *Front Office* atau bagian *receptionist* itu harus memberikan pelayanan yang baik bagi customer yang datang. *Receptionist* sendiri

merupakan departemen yang pertama kali bertemu dengan *customer* dan harus memberikan *first impression* yang baik kepada *customer*. Pada Hotel Grand Mercure Malang Mirama saat *check in* selalu di sediakan *welcome drink* bagi para pengunjung dan yang melayani adalah mereka yang bertugas di *receptionist* dengan hal itu mereka para *customer* merasa sangat dimanjakan dan dilayani dengan baik dan bagi mereka para *customer* cara seperti itu sudah sangat memanjakan dan professional untuk kualitas pelayanan pada Hotel bintang lima. Hal ini tentunya menjadi alasan peneliti untuk mengetahui lebih dalam berkaitan dengan kualitas pelayanan yang ada pada Hotel Grand Mercure Malang Mirama.

Dari fenomena diatas menjadi alasan peneliti mengangkat judul “**Penerapan Kualitas Pelayanan Front Office Pada Persaingan Pasar Perhotelan (Studi Pada Hotel Grand Mercure Malang Mirama)**”. Karena mengingat kualitas pelayanan sangat penting dan dapat mempengaruhi segala aspek serta *image* dari suatu perusahaan, Peneliti mengangkat judul tersebut untuk peneliti jadikan fokus penelitian lebih lanjut.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut maka fokus penelitian dari penulis adalah, bagaimana peran kualitas pelayanan Hotel Grand Mercure Malang Mirama pada persaingan pasar perhotelan di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan yang hendak peneliti ambil sebagai tujuan penelitian yang harus di capai adalah untuk mengetahui peranan kualitas pelayanan *front office* yang sudah distandarisasi oleh hotel Grand Mercure Malang Mirama terhadap persaingan pangsa pasar perhotelan yang ada di Kota Malang. Selain itu penelitian ini dimaksudkan untuk menambah literatur tentang dunia perhotelan serta pemasaran hotel melalui kualitas pelayanan yang baik dan memiliki ciri khas dalam mentreatment setiap *customer* yang datang dan menginap maupun ada *event* pada hotel Grand Mercure Malang Mirama.

1.4 Manfaat Penulisan

1.4.1 Manfaat Praktis

Kontribusi praktis dari penelitian ini adalah sebagai tolok ukur serta untuk evaluasi kedepannya untuk objek yang peneliti teliti yaitu Hotel Grand Mercure Malang Mirama supaya tetap menjaga kualitas pelayanan yang ada dan terus meningkatkan daya saing pada pasar perhotelan yang ada di Kota Malang. Dari hasil penelitian ini juga bisa digunakan oleh Hotel Grand Mercure Malang Mirama untuk terus memantau dan melihat kompetitor yang ada serta menjadi bahan evaluasi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang ada pada Grand Mercure Malang khususnya pada *front office* departemen

1.4.2 Manfaat Akademis

Menambah ilmu serta literasi pada dunia kerja yang sebenarnya seperti apa dan tentunya sebagai akademisi dapat membandingkan dengan materi yang ada di kampus, sehingga dapat mengambil kesimpulan dan sebagai bekal dalam menghadapi dunia kerja kedepannya. Supaya secara teori juga terdidik dan secara praktis juga sudah dapat mengimplementasikannya dalam magang program COE yang peneliti sebagai penulis sekaligus peneliti jalani.