

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pemasaran jasa dapat di bedakan menjadi dua bagian baik secara sosial, maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, adalah proses perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, dan penyaluran gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi (Suci et al., 2023).

Di era saat ini perkembangan dunia saat ini semakin pesat, terutama pada bisnis di bidang *Tourism & Hospitality*. Hal ini berdampak pada persaingan untuk meningkatkan mutu pelayanan para pelaku usaha dengan berbagai upaya yang ada. Salah satu bentuk bisnis di bidang *Tourism & Hospitality* adalah perhotelan. Hotel adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa atau penginapan yang menyediakan pelayanan dan fasilitas penunjang lainnya, selain itu juga hotel sebagai sarana yang digunakan para wisatawan sebagai tempat tinggal sementara untuk beristirahat dan bermalam. Pada saat ini hotel dikelola sebaik mungkin dengan memberikan fasilitas yang lengkap beserta pelayanan terbaik sehingga dapat menarik para konsumen untuk datang dan menginap. Namun di era saat ini bagi keluarga yang memiliki anak di bawah usia sekolah dasar tentu tidak gampang memilih tempat liburan. Biasanya anak- anak seusia mereka sering merasa cepat bosan. Sehingga orang tua juga harus dapat memilih tempat liburan yang cocok bagi keluarga. *Family* hotel atau *kids friendly* hotel memang dibutuhkan saat pergi liburan dengan membawa buah hati yang masih kecil. Karena di era saat ini hotel bukan hanya ditujukan untuk tempat menginap saja, namun juga ditujukan untuk orang tua yang membawa anak. Jika

anak-anak merasa kurang nyaman justru dapat mengganggu tamu hotel yang lain. Jeritan, tangisan, ataupun tawa anak-anak yang sering tidak terkontrol bisa mengusik ketentraman orang lain. Maka dari itu munculnya inovasi pelayanan *kids friendly* pada hotel Grand Mercure Malang Mirama.

Menurut Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (Disporapar) Kota Malang, data kepadatan wisatawan mengalami peningkatan signifikan, sehingga menjadikan peluang bisnis jasa penginapan sangat besar, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat. Persaingan yang ketat membuat perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus melakukan sebuah inovasi, supaya dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Banyak hal yang dapat mempengaruhi berkembangnya industri jasa perhotelan, salah satunya adalah pihak hotel menerapkan strategi dan inovasi dalam menarik perhatian konsumen dengan memberi kualitas pelayanan terbaik sehingga konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan adalah taraf ukur untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasional yang dilakukan perusahaan dan keberhasilan proses operasi perusahaan ditentukan oleh banyak faktor antara lain karyawan, teknologi, sistem, dan keterlibatan konsumen, serta seberapa besar masing-masing faktor tersebut dalam memberikan kontribusi terhadap kualitas pelayanan yang diciptakan (Anwar & Indra Vitaharsa). Dalam bisnis perhotelan tempat yang nyaman, bersih dan aman menjadi hal penting yang dibutuhkan oleh pengunjung atau konsumen. Hal tersebut yang selalu diterapkan oleh setiap hotel untuk memberikan sebuah pelayanan semaksimal mungkin kepada setiap konsumennya, karena hal tersebutlah yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha perhotelan. Oleh karena itu, para *hotelier* harus bisa selalu update untuk mengembangkan inovasi yang tepat dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat.

Suatu tantangan terbesar dalam industri perhotelan saat ini yaitu bagaimana cara mereka dalam menerapkan kualitas layanan terhadap tamu secara konsisten dan itu sangat diperlukan untuk suatu kepuasan konsumen hotel. Dengan pelayanan yang

ramah serta bisa memenuhi kebutuhan para tamu maka citra baik hotel Grand Mercure Malang Mirama akan di kenal sebagai hotel yang memiliki pelayanan yang sangat baik. Dan tidak hanya pelayanan yang baik, namun Hotel Grand Mercure Malang Mirama memiliki inovasi untuk mengangkat brand image hotel dengan menciptakan suasana hotel menjadi *kids friendly*. *Brand image* dapat diartikan sebagai "persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan". Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui tentang sebuah perusahaan. *Brand image* dapat dianggap juga sebagai nilai tambah untuk suatu produk/perusahaan. Inovasi produk selaku upaya yang dilakukan para pelaku usaha pembuat, perajin, produk yang dihasilkan membetulkan, tingkatkan, serta meningkatkan kualitas produk yang dibuat untuk meningkatkan nilai jual dan nilai keunggulan dalam produk tersebut, bisa dalam wujud benda, maupun kualitas akan pelayanan (Putri & Arif, 2023). Undang-Undang nomer 19 tahun 2002, inovasi ialah sesuatu rangkaian pengembangan dengan mempraktikkan ilmu pengetahuan serta teknologi kedalam suatu produk, berupa *feedback* dari pelanggan, campuran perihal yang tadinya telah terdapat, sampai temuan baru.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Bagaimana peran kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pengunjung dengan *kids friendly*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui peran kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pengunjung dengan *kids friendly* di hotel Grand Mercure Malang Mirama.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Kontibusi praktis dari penelitian ini adalah sebagai tolok ukur serta untuk evaluasi kedepannya untuk objek yang kami teliti yaitu hotel Grand Mercure Malang Mirama supaya tetap menjaga kualitas pelayanan yang ada dan terus memenangkan pangsa pasar pehotelan di Kota Malang.

#### 1.4.2 Manfaat Akademis

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

