BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya kemajuan IPTEK di era globalisasi seperti sekarang ini khususnya teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat, perkembangan teknologi informasi mulai mendapat sambutan positif dari masyarakat, serta perkembangannya dapat dinikmati oleh kalangan pendidikan, bisnis maupun pemerintah. Hal ini secara tidak langsung telah memudahkan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan informasi, yang ditandai dengan adanya fasilitas *World Wide Web* (WWW).

Web merupakan terobosan terbaru yang sangat bermaanfaat bagi manusia, pemanfaatan teknologi internet ini bukan hanya digunakan saja sebagai sarana penyebaran informasi dan komunikasi, melainkan juga dapat dijadikan sebuah sarana untuk melakukan suatu pertukaran data maupun informasi.

Pemanfaatan teknologi internet ini pun dapat digunakan oleh siapa saja atau bisnis apa saja, baik itu yang bergerak di bidang jasa ataupun produk. Dalam dunia bisnis dengan menggunakan fasilitas teknologi internet tersebut, pemasaran dapat dilakukan secara global sehingga informasi dapat dengan cepat dan mudah untuk diperoleh maupun disebarluaskan serta lebih dapat menarik pengguna dibandingkan media promosi lainnya, bidang bisnis perhotelan salah satunya pun dapat menggunakan pemanfaatan teknologi internet ini guna sebagai upaya peningkatan kualitas layanan sebagai

pendukung strategi penjualan dan pemasaran dalam ketatnya persaingan dengan kompetitor lainnya. Bisnis perhotelan di kota Bandung berkembang dengan sangat pesat, hal ini dikarenakan kota Bandung merupakan kota pariwisata, setiap tahunnya banyak sekali wisatawan asing maupun lokal yang berlibur di Bandung. Perkembangan ini mengakibatkan meningkatnya persaingan dalam bisnis perhotelan, dikarenakan banyaknya kompetitor maka diharapkan kualitas jasa pelayanan harus ditata dengan matang dan serius pada setiap perusaahaan dan diharapkan para pemilik hotel semakin berusaha memberikan layanan terbaik dari hotelnya.

Adapun menurut pendapat Harry A.P Sitaniapessy (2009:1) mengatakan bahwa " Suatu produk atau jasa harus memiliki daya saing agar menarik pelanggan, sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa adanya pelanggan".

Dan Hotel Santika Bandung sebagai salah satu hotel berbintang tiga yang menyediakan jasa penginapan, *restaurant* dan jasa lainnya, harus selalu memperhatikan tentang kualitasnya terutama kualitas dalam hal pelayanannya. Hal ini dilakukan agar para tamu mendapatkan kepuasan terhadap kuallitas pelayanan yang dilakukan oleh Hotel Santika Bandung, karena dengan kepuasan para tamu ini diharapkan dapat terciptanya kesetiaan atau loyalitas.

Sejauh ini Hotel Santika Bandung telah menempuh upaya dalam hal peningkatan kualitas pelayanan dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk menyebarkan informasi dan promosi Hotel Santika Bandung termasuk dalam hal pemesanan kamar di Hotel Santika Bandung, pemesanan kamar di Hotel Santika Bandung selain dapat melalui telepon atau

dengan mendatangi langsung hotel, para tamu pun dapat mengakses langsung melalui situs web yang telah tersedia. Salah satunya dapat melalui www.agoda.com, web agoda ini merupakan mitra kerja Hotel Santika Bandung yang bekerja sama dalam pemesanan kamar hotel secara online sebenarnya banyak situs web yang menyediakan pemesanan kamar hotel secara online untuk Hotel Santika Bandung namun agoda.com merupakan situs web yang sering digunakan oleh para tamu karena dari sisi harga lebih rendah. Pihak hotel menggunakan sistem informasi reservasi *online* ini dalam mengelola usahanya untuk dapat menunjang dalam strategi penjualan yang dapat meningkatkan keuntungannya, Karena para tamu hotel dapat merasa terpenuhi kebutuhan akan informasi mengenai hotel, baik itu berupa fasilitas hotel, harga kamar atau melakukan pemesanan secara *online*.

Dengan adanya sistem informasi reservasi *online* ini diharapkan tamu dapat melakukan sendiri proses pemesanan tanpa membutuhkan waktu yang lama, sistem informasi reservasi *online* ini akan lebih memberikan kemudahan kepada para tamu karena tidak perlu melalui telepon atau mendatangi langsung ke hotel sehingga tamu akan lebih dapat mengefisiensi biaya dan waktu, cukup dengan membuka *website* Hotel Santika Bandung dan melihat kamar yang diinginkan dan apabila kamar tersebut *available* maka dapat langsung di pesan tanpa harus mendatangi Hotel Santika Bandung. Namun yang terjadi saat ini dalam proses pelayanan menggunakan sistem informasi reservasi *online* ini belum cukup efektif karena masih saja mengalami hambatan baik dari jaringan maupun terjadinya *human error* yang dapat menyebabkan *overbooking* yang

dapat menyebabkan kekecewaan untuk tamunya hal tersebut menjadi salahsatu faktor gangguan dalam reservasi *online* dalam agoda untuk Hotel Santika Bandung. Selain itu jika dilihat dari isi webnya masih memiliki kekurangan yang menyebabkan kurang detailnya informasi yang tersampaikan kepada *user* seperti *description hotel*, Area Sekeliling hotel yang kurang lengkap, Kurang lengkapnya jenis kamar hotel yang disediakan, serta kurang diinformasikannya promo pada hotel santika dan tampilan dari web itu sendiri kurang menarik sehingga masih belum memaksimalkan daya tarik hotel untuk para tamu yang akan menginap di Hotel Santika Bandung. Pihak hotel memberikan fasilitas sistem informasi reservasi *online* ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan kepada Hotel Santika Bandung, karena untuk dapat bersaing pihak hotel harus mengetahui akan kebutuhan para tamunya.

Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat bertahan dan bersaing didunia bisnisnya, dan pelayanan merupakan salah satu faktor dalam penentu bertahannya suatu perusahaan ataupun suatu instansi guna menghadapi ketatnya dunia persaingan bisnis. Dengan suatu pelayanan yang baik akan membentuk citra perusahaan dibenak para tamu, pelayanan yang baik yang telah diberikan perusahaan kepada konsumennya akan menumbuhkan loyalitas para tamu terhadap perusahaan terus meningkat, sehingga dengan adanya kemudahan yang diberikan memungkinkan para tamu tidak akan berpindah ke kompetitor hotel yang lain. Karena semakin pesat berkembang dunia bisnis hotel di Bandung baik dengaan klasifikasi bintang 1, bintang 2, bintang 3,

bintang 4 dan bintang 5. Berikut daftar jumlah hotel berdasarkan klasifikasinya di Kota Bandung.

Tabel 1.1

JUMLAH HOTEL BERBINTANG MENURUT KLASIFIKASINYA DI BANDUNG PERIODE TAHUN 2006 – 2008

Tahun	Klasifikasi Hotel					Total
	Bintang 5	Bintang 4	Bintang 3	Bintang 2	Bintang 1	
2006	4	10	18	18	3	53
2007	4	11	23	16	7	61
2008	7	15	28	16	7	73
Total	15	36	69	50	17	*187*

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Bandung 2008

Berdasarkan Tabel 1.1 berkembangnya hotel dan klasifikasinya dengan jumlah hotel bintang tiga yang meningkat setiap tahunnya dan jumlahnya paling banyak diantara hotel berbintang lainnya, yaitu sebanyak 69 hotel dari tahun 2006 sampai 2008, hal ini dikarenakan hotel bintang tiga lebih menguasai pangsa pasar menengah ke bawah dengan memberikan *room rate* yang terjangkau oleh masyarakat dengan fasilitas yang tidak kalah dengan bintang empat. Berkembangnya jumlah hotel di Bandung maka persaingan bisnis di bidang jasa perhotelan semakin meningkat. Para pengusaha hotel berlomba untuk mendapatkan tamu sebanyaknya agar mencapai target. Berikut *occupancy rate* hotel bintang tiga di Bandung.

Tabel

1.2

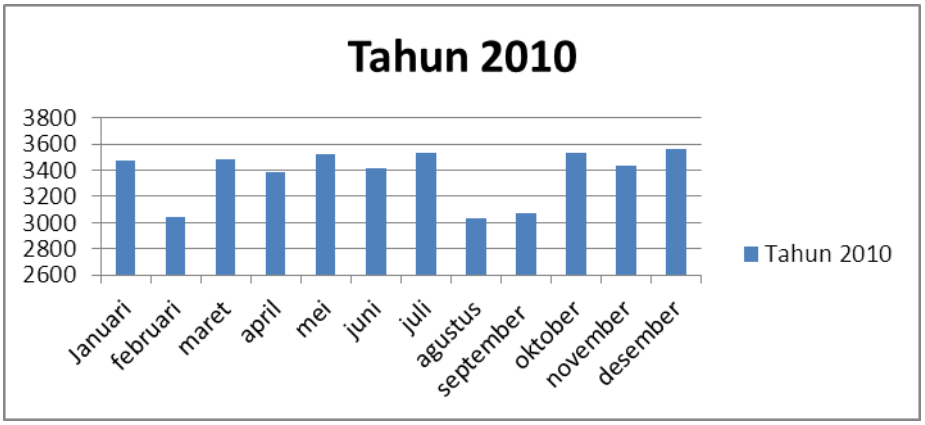
***OCCUPANCY RATE* HOTEL BINTANG TIGA DI BANDUNG PERIODE 2007 – 2009**

Hotel Name	*Room Inventory*	2007		2008		*Room Inventory*	2009	
		Room Sold	*Occupancy*	*Room Sold*	*Occupancy*		*Room Sold*	*Occupancy*
a Santika	70	21,794	85.30 %	21,746	89.92 %	76	20,818	82.23 %
b Topaz	103	31,204	83.49 %	31,039	84.04 %	101	28,648	80.00 %
c Serela	77	24,657	87.75 %	25,034	89.46 %	75	24,996	89.75 %
d Aston Braga	160	34,657	59.86 %	40,142	69.31 %	160	41,104	71.39 %
Total	**524**	**141,731**		**148,746**		**528**	**142,594**	

Sumber : *Modified From Front Office Department HSB 2009*

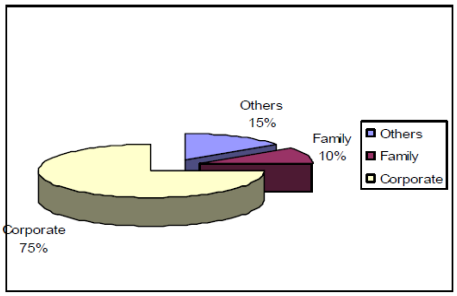
Berdasarkan Tabel 1.2 perbandingan hotel bintang tiga di Bandung menunjukkan tingkat *occupancy* Hotel Santika Bandung pada tahun 2008 mencapai 89,92 % atau 90,00 % naik 5 % dari tahun 2007, akan tetapi di tahun 2009 menurun menjadi 82.23% mengalami penurunan yang sangat signifikan sebesar 7.77%, lebih besar dibandingkan dengan hotel lainnya, seperti Hotel Topaz dengan rata-rata penurunan sebesar 3-4% di tahun 2009, Hotel Grand Serela mengalami kenaikan sebesar 0.27% di tahun 2009, sedangkan Hotel Aston Braga mengalami kenaikan sebesar 2% di tahun 2009. Hotel Santika Bandung memiliki slogan "*Journey To Excellence*" dengan makna wujudkan pelayanan prima dengan senyum, sapa dan salam (Kelompok Kompas Gramedia 2008). Kepuasan dan kebutuhan tamu merupakan hal yang sangat penting bagi Hotel Santika Bandung, akan tetapi di tahun 2009 mengalami penurunan jumlah tamu yang begitu besar.

Hotel Santika Bandung sebagai salah satu *local chains business hotel* yang menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman dan jasa lainnya selalu memperhatikan kebutuhan tamu. Hal ini dilakukan agar para tamu merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Berikut data jumlah pengunjung Hotel Santika Bandung tahun 2010 yang menginap di Hotel Santika Bandung.



Gambar 1.1
Daftar Jumlah Pengunjung Hotel Santika 2010

Berdasarkan gambar 1.1 diatas mengindikasikan bahwa jumlah pengunjung hotel Santika Bandung pada bulan Februari, Agustus dan September mengalami penurunan dibanding dengan bulan-bulan sebelum dan sesudahnya pada tahun yang sama dimana dapat terlihat pada bulan Februari terdapat ± sekitar 3400 orang , bulan Agustus dan September di bawah 3100 orang hal ini dikarenakan pada bulan Februari ini untuk seluruh hotel mengalami *low session* atau siklus 3 bulanan. Oleh karena itu Hotel Santika Bandung mengalami penurunan jumlah pengunjung, sedangkan pada bulan Agustus dan September penurunan jumlah pengunjung dikarenakan pada bulan tersebut adalah bulan puasa dan sedang adanya aktivitas perbaikan bangunan hotel sehingga terjadi pengurangan kamar yang tersedia untuk pengunjung. Pengunjung hotel santika sebagian besar adalah *corporate*, berikut data klasifikasi tamu yang menginap di Hotel Santika Bandung.



Sumber : *Sales & Marketing Departtmnet HSB 2008*

GAMBAR 1.2
KLASIFIKASI TAMU YANG MENGINAP DI HOTEL SANTIKA BANDUNG TAHUN 2008

Berdasarkan Gambar 1.2 tamu yang paling banyak menggunakan jasa hotel sebanyak 75 % berasal dari tamu yang sedang mengadakan perjalanan bisnis dibandingkan urusan keluarga dan lainnya. Memiliki konsumen yang puas merupakan hal yang penting bagi industri perhotelan karena karakteristik "*high-contact service*" serta tingkat kompetisi yang tinggi pada industri ini. Oleh karena itu industri perhotelan harus berfokus pada kualitas pelayanan yang menimbulkan kepuasan konsumen sehingga tercipta loyalitas pelanggan. Berikut data kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Santika Bandung menurut *guest comment* yang diisi oleh tamu.

Tabel 1.3

Data Kepuasan Konsumen

GUEST SERVICE	2009					2010				
	Exclnce	Good	Fair	Poor	Very Poor	Exclnce	Good	Fair	Poor	Very Poor
Bellboy	15	31	13	0	1	21	28	8	3	0
Receptionist	10	15	4	1	0	7	17	2	3	1
Roomboy	6	14	3	2	5	5	11	5	2	7
Laundry Valet Service	8	10	8	3	1	7	12	3	5	3
Waiter/Waitress	7	13	7	3	0	4	10	7	9	0
Telephone Operator	6	19	3	0	2	8	18	4	0	0
Security Officer	11	13	3	3	0	8	10	5	6	1
Pool Attendant	8	14	8	0	0	5	12	6	7	0
G R O	8	15	7	0	0	6	13	9	2	0
TOTAL	**79**	**144**	**56**	**12**	**9**	**71**	**131**	**49**	**37**	**12**
JMLH KUESIONER	**600**					**600**				

Sumber : *Modified Management* HSB 2009

Berdasarkan Tabel 1.3 bisa dilihat dari tahun 2008 sampai tahun 2009 tamu yang tidak puas (*poor*) meningkat dari 12 *comment* menjadi 37 *comment*, sedangkan untuk tamu yang sangat tidak puas (*very poor)* dari *9 comment* menjadi 12 *comment* dari 600 kuesioner. Selain itu tamu yang menyatakan sangat puas (*excellence*) pada tahun 2009 menurun menjadi 71 *comment* setelah di tahun sebelumnya sebanyak 79 *comment* dan yang menyatakan cukup puas (*good*) mengalami penurunan pada tahun 2009 menjadi 131 *comment* dari 144 *comment*

di tahun 2008. Beberapa diantaranya keluhan berasal dari pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, seperti pelayanan yang diberikan oleh *roomboy, security officer, laundry service* dan *telephone operator* yang mendapatkan *comment* kurang baik dari tahun 2008 ke tahun 2009. Hotel Santika Bandung masih belum maksimal dalam menyampaikan pelayan yang prima kepada tamu, sehingga pelayanan yang diberikan belum direspon secara positif oleh tamu.

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian diatas penulis tertarik mengangkat judul:

"Implementasi Sistem Informasi *Reservasi* Hotel *Online* Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Dan Loyalitas Pelanggan Di Hotel Santika Bandung"

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, Sebenarnya pihak Hotel Santika Bandung ini telah memiliki *website* sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi untuk menunjang bisnis perhotelan ini dan juga guna mendukung dalam hal strategi penjualan Hotel Santika Bandung, namun yang terjadi saat ini dalam masalah Reservasi kamar di Hotel Santika Bandung ini belum efektifnya proses pelayanan menggunakan sistem informasi ini karena masih adanya masalah jaringan dan human error sehingga menyebabkan

overbooking yang dapat menyebabkan kekecewaan untuk pelanggannya hal tersebut menjadi salahsatu faktor gangguan dalam reservasi *online* di Hotel Santika Bandung. Selain itu jika dilihat dari isi webnya masih ada kekurangan yang menyebabkan kurang detail informasi yang tersampaikan kepada user seperti hotel *description* nya, Area Sekeliling hotel yang kurang lengkap, Kurang lengkapnya jenis kamar hotel yang disediakan, serta kurang diinformasikannya promo-promo pada hotel santika dan tampilan dari web itu sendiri kurang menarik sehingga masih belum memaksimalkan daya tarik hotel untuk para tamu yang akan menginap di Hotel Santika Bandung.

1.2.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem informasi reservasi hotel yang sedang berjalan di Hotel Santika Bandung.
2. Bagaimana Tanggapan pelanggan mengenai implementasi sistem informasi reservasi hotel secara online di Hotel Santika Bandung.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas layanan hotel Santika Bandung.
4. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan hotel Santika Bandung.
5. Seberapa besar implementasi sistem informasi reservasi hotel secara online dapat meningkatkan kualitas layanan di Hotel Santika Bandung.
6. Seberapa besar implementasi sistem informasi reservasi hotel secara online meningkatkan loyalitas pelanggan hotel.

7. Seberapa besar kualitas layanan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan hotel.
8. Seberapa besar implementasi sistem informasi reservasi hotel secara online dapat meningkatkan kualitas layanan dan Loyalitas pelanggan hotel, baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan

Berkaitan dengan yang penulis uraikan, maksud dari pelaksanaan penelitian ini dan tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud penelitian :

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk memperoleh data dan informasi yang terkait dengan sistem informasi reservasi hotel online, kualitas layanan dan loyalitas di Hotel Santika Bandung sehingga Sistem Informasi reservasi hotel online ini dapat digunakan sebagai strategi peningkatan kualitas pelayanan guna mendapatkan loyalitas para tamu hotel.

1.3.2 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui sistem informasi reservasi hotel Santika yang sedang berjalan di Hotel Santika Bandung.
2. Untuk mengetahui Tanggapan para tamu atas implementasi sistem informasi reservasi hotel secara online di Hotel Santika Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan para tamu mengenai kualitas layanan di Hotel Santika Bandung.

4. Untuk mengetahui tanggapan para tamu mengenai loyalitas Pelanggan di Hotel Santika Bandung.
5. Untuk menganalisis implementasi sistem informasi reservasi hotel secara online dalam meningkatkan kualitas layanan di Hotel Santika Bandung.
6. Untuk menganalisis implementasi sistem informasi reservasi hotel secara online terhadap loyalitas pelanggan hotel.
7. Untuk menganalisis kualitas layanan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan hotel.
8. Untuk menganalisis implementasi sistem informasi reservasi hotel secara online dalam meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan hotel, baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Bagi Manajemen Hotel :

Dengan adanya sistem informasi reservasi *online* ini diharapkan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik guna menunjang dalam strategi penjualan sehingga mendapatkan loyalitas dari pelanggan Hotel Santika Bandung karena tamu merasa dimudahkan dengan adanya sistem ini.

Bagi Tamu Hotel :

Dengan adanya sistem informasi reservasi *online* ini diharapkan dapat memberikan kemudahan para tamu dalam hal pemesan kamar serta dapat

lebih mengefesiensikan dari segi biaya dan waktu,serta diharapkan para tamu dapat lebih merasa dimanjakan dengan adanya sistem ini.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Bagi Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pembandingan antara ilmu metodologi penelitian dan ilmu statistika (teori) dengan keadaan yang terjadi langsung di lapangan (praktek). Sehingga dengan adanya perbandingan tersebut akan lebih memajukan ilmu Manajemen Informatika yang sudah ada untuk ditahapkan pada dunia nyata dan dapat mengutungkan berbagai pihak.

Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada peneliti lain atau para akademis yang akan mengambil skripsi atau tugas akhir dalam kajian yang sama sekaligus sebagai referensi di dalam penulisan.

1.5 Batasan Masalah

Responden yang dijadikan sample dalam penelitian ini ialah responden yang sudah ataupun yang pernah menggunakan sistem informasi reservasi *online* Hotel Santika Bandung dan web yang digunakan hanya agoda.com saja.

1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Santika Bandung, yang bertempat di Jln.Sumatra 52-54 Bandung, dan waktu penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.4

Tabel 1.4
Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan																					
		Maret '11				April '11				Mei '11				Juni '11				Juli '11				Agustus '11	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	PreSurvei: a. Persiapan judul skripsi																						
	b. Persiapan teori pendukung judul skripsi																						
	c. Pengajuan judul skripsi																						
	d. Cari perusahaan																						
2	Proses Usulan Penelitian (BAB 1-3): a. Penulisan UP																						
	b. Bimbingan UP																						
	C. Seminar UP																						
	d. Revisi UP																						
3	Penyusunan Skripsi: a. Pengumpulan Data																						
	b. Pengolahan dan Analisis Data																						
	c. Bimbingan dan Penulisan Skripsi																						
	d. Sidang Skripsi																						