

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia memiliki perkembangan yang signifikan walaupun Indonesia merupakan negara berkembang tetapi memiliki prospek yang sangat bagus dibidang ekonomi, karena cenderung bersifat konsumtif. Oleh karena itu pasar bebas sudah melirik Indonesia sebagai destinasi berikutnya. Pasar bebas sudah memasuki kawasan Indonesia, itu artinya persaingan bisnis di Indonesia akan semakin ketat. terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat (Zeithaml & Bit, 2013:221). Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka.

Perusahaan yang ingin *survive* harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemandirian kepada calon konsumen untuk bertransaksi.

Salah satu usaha yang saat ini sedang menjamur dan berkembang yaitu usaha perhotelan. Hotel memegang peranan penting dalam industri pariwisata karena menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makanan, dan minuman serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal sementara waktu dan dikelola secara komersial (Sihite, 2000). Sejalan dengan perkembangan jaman, usaha perhotelan tidak hanya sekedar menyediakan fasilitas penginapan, makanan, dan minuman saja, tetapi sudah berkembang ke pemenuhan kebutuhan lainnya seperti terapi, hiburan, olahraga, dan rekreasi. Perkembangan hotel ini dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan wisata di suatu daerah ataupun perkembangan perekonomian yang sedang berkembang pesat sehingga membuat para investor tertarik untuk datang dan bekerjasama ataupun mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Salah satu sarana yang sangat menunjang bagi keberlangsungan perkembangan wisatatawan dan Pelaku bisnis kota Tasikmalaya adalah industri perhotelan, dimana perhotelan berpengaruh besar dalam memberikan fasilitas berupa pelayanan dan fasilitas penginapan.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya.

Kotler dan Amstrong (2010:94) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan.

Seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan.

Konsumen zaman sekarang sangat berhati hati dalam memilih dan memilah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka, Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Termasuk Fasilitas menjadi salah satu

pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas. pelanggan akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang diperoleh terhadap fasilitas yang tersedia.

Oleh karena itu desain bangunan merupakan salah satu daya tarik bagi para konsumen dan merupakan salah satu nilai dalam keunggulan bersaing, semakin menarik desain bangunan yang tampak pada bangunan hotel tersebut dan semakin lengkap juga fasilitas yang disediakan maka akan semakin unggul juga dari para pesaingnya.

Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Menurut Murti dan Soeprihanto (2005:122) letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Mayoritas dari para pengguna jasa hotel adalah mereka yang berasal dari luar daerah yang sedang memiliki urusan disekitar hotel itu berada baik untuk tujuan wisata, bisnis ataupun hanya sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan mereka. Oleh karena itu lokasi hotel yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut.

Kedekatan hotel dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. Menurut Heizer (2011:198) lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyedia jasa harus

benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang

Oleh karena itu Perkembangan dunia saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha ke persaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan konsumen. Berbagai pendekatan dilakukan untuk menarik simpati masyarakat baik melalui peningkatan sarana dan prasarana berfasilitas teknologi maupun dengan penempatan lokasi yang tepat. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Semakin banyaknya perusahaan sejenis yang beroperasi dengan produk atau jasa yang ditawarkan, membuat konsumen dapat menentukan pilihannya sendiri sesuai kebutuhan.

Persaingan dalam dunia usaha pasti selalu ada seperti yang dikatakan Kotler (2011:27) bahwa, “Semua perusahaan pasti punya pesaing”. Perusahaan yang tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan bersaing sehingga akan ditinggalkan oleh pasar. Keunggulan Bersaing berarti memiliki keunggulan kompetitif tidak hanya keunggulan komparatif. Tidak semua perusahaan memiliki keunggulan yang bernilai tambah dari perusahaan pesaingnya, maka dari itu Keunggulan Bersaing sangat penting dimiliki seluruh perusahaan. Keunggulan Bersaing berfungsi untuk merespon pasar secara cepat dengan nilai unggul yang baik akan memberikan dampak baik bagi dalam internal maupun untuk eksternal.

Mempunyai Keunggulan Bersaing berarti sudah menghasilkan produk dengan mutu yang tinggi sesuai dengan harapan pasar. Antusiasme pasar dalam merespon dan menerima produk yang dihasilkan merupakan indikator keberhasilan usaha, sekaligus menjadi indikator Keunggulan Bersaing.

Keunggulan Bersaing tersebut tidak hanya dilihat dari proses produksi secara sempit. Tetapi keunggulan bersaing dapat tercipta dengan banyak hal, seperti yang berada disekeliling perusahaan dapat mempengaruhi keunggulan bersaing. Beberapa diantaranya yaitu desain bangunan dan lokasi yang mungkin mempunyai peran untuk mempertahankan keunggulan bersaing tersebut.

Menurut Sofjan Assauri (2008:78) terdapat beberapa hal yang menjadi pertimbangan desain bangunan yaitu fleksibilitas, kemungkinan perluasan/ekspansi, fasilitas bagi karyawan/pegawai, fasilitas bagi kendaraan atau tempat-tempat lain, perlindungan terhadap bahaya kebakaran dan keamanan para pekerja, hal-hal yang dapat merusak kesehatan, kekuatan dan kapasitas lantai, dan hal-hal lain.

Berdasarkan pertimbangan yang ada terlihat bahwa hal-hal tersebut juga mungkin dapat mempengaruhi fungsi operasi perusahaan tergantung dari jenis dan aktifitas perusahaan itu sendiri. Hal tersebut berhubungan dengan pendapat menurut Sritomo Wignjosoebroto (2011:11) yang menyatakan bahwa desain bangunan perusahaan harus mampu melindungi baik dari segi keamanan maupun keselamatan segala fasilitas-fasilitas produksi yang ada di dalamnya.

Desain bangunan yang dirancang sedemikian rupa demi keamanan fasilitas-fasilitas operasi tersebut akan mempengaruhi aktifitas dari fungsi operasinya sendiri. Dengan demikian, keterjagaan fungsi operasi akibat desain bangunan ini secara tidak langsung memungkinkan untuk mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan.

Desain bangunan yang dirancang sedemikian rupa tersebut akan lebih bermanfaat ketika memperhatikan lokasi usaha, hal ini sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi adalah posisi suatu tempat, benda, peristiwa atau gejala dipermukaan bumi dalam hubungannya dengan tempat, benda, gejala, peristiwa lain. (Maryani;2009:16). Komponen lokasi terdiri atas arah dan jarak. arah menunjukkan posisi suatu tempat dibandingkan dengan tempat lain, sedangkan jarak adalah ukurannya jauh atau dekatnya dua benda/gejala tersebut. Arah suatu tempat bersifat relatif, demikian pula dengan jarak relatif. Arah dan jarak menentukan intensitas hubungan dua tempat.

Menurut Heizer dan Render (2011:112) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Keputusan lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis. Pada analisis lokasi di sektor industri strategi yang dilakukan terfokus pada minimisasi biaya, sementara pada sektor jasa, fokus ditujukan untuk memaksimalkan pendapatan. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur mendapatkan bahwa biaya cenderung sangat berbeda diantara lokasi yang berbeda, sementara perusahaan jasa mendapati bahwa lokasi sering memiliki dampak pendapatan daripada biaya. Oleh

karena itu perusahaan jasa lokasi yang spesifik sering kali lebih mempengaruhi pendapatan daripada mempengaruhi biaya. Hal ini berarti bahwa fokus lokasi bagi perusahaan jasa seharusnya pada penetapan volume bisnis dan pendapatan.

Salah satu Hotel yang berbintang 3 di Tasikmalaya adalah Hotel Santika. Hotel yang berlokasi strategis dekat dengan pusat bisnis, Taman Kota dan Masjid terbesar di Kota Tasikmalaya yaitu Masjid Agung. Selain itu desain bangunan yang menarik dan ramah lingkungan mampu menarik konsumen untuk berkunjung ke hotel ini Karena hotel ini dekat dengan pusat bisnis tentunya hotel ini tidak hanya menyediakan tempat persinggahan saja bagi para pengunjung, hotel ini pun menyediakan tempat meeting dan *ballroom* untuk acara-acara tertentu dan tentunya disewa dengan harga yang relatif efisien. Hotel ini merupakan hotel yang berdiri lebih lama dari pesaingnya namun mampu masuk kedalam pangsa pasar dan mampu bersaing dengan hotel lainnya dengan hotel yang baru berdiri di Tasikmalaya, tapi sayangnya hotel ini tidak terlalu terlihat jelas dari tepi jalan karena desain bangunan yang menjorok kedalam.

Salah satu hotel terbaik yang merupakan pesaing dari Santika adalah Hotel Horison. Hotel ini merupakan hotel baru berbintang 3 di kota Tasikmalaya yang dapat menjadi pilihan para pengunjung, tidak kalah hebat dengan Santika, Hotel Horison pun memiliki desain bangunan yang menarik dan gedung yang mewah dan fasilitas yang bisa memanjakan para pengunjung. Kelebihan dari lokasi dan Posisi desain bangunan Hotel Horison

sendiri dibandingkan dengan Hotel Santika yaitu lokasi yang strategis dan memiliki desain bangunan yang baru dan dari eksterior hotel santika. Selain itu Hotel Horison dengan posisi desain bangunan yang menjorok ke dalam dan juga tidak memiliki papan nama yang besar dan ciri tersendiri dari hotel tersebut tidak bisa terlihat dari jalan dengan sekilas mata memandang, Tetapi didalam kekurangan tersebut nampaknya Hotel Santika mampu bersanding dengan pesaingnya. Karena memiliki Desain bangunan yang lebih baru,dan interior yang lebih Modern serta fasilitas kamar yang mampu memanjakan para pengunjung. Oleh karena itu Hotel santika harus memiliki nilai tambah dari pesaingnya ini karena hotel tersebut sudah mampu bersaing cukup kuat walaupun pendirian bangunan tersebut terbilang cukup baru kurang lebih 2 tahun.

Dengan terciptanya Desain Bangunan yang sesuai harapan konsumen, akan memberikan kenyamanan bagi yang menginap di Hotel Santika oleh karena itu Desain Bangunan merupakan modal utama bagi hotel dalam menjual jasa, apabila fasad/tampaknya bagus, maka konsumen yang melihat akan tertarik untuk mencoba jasa hotel tersebut. Terutama di Tasikmalaya sudah banyak sekali hotel yang dibangun oleh para investor yang baru,seperti Hotel Horioson, dan hotel hotel lain yang berada di jalan yudanegara khususnya, Hotel Santika sebagai pionir Hotel termegah di lokasi tersebut harus bisa mempertahankan keunggulan bersaing dari para pesaingnya, selain dari segi desain bangunan dari segi lokasi pun sudah termasuk lokasi yang strategis, karena merupakan pusat kota dan pusat bisnis,

tentunya bagi Hotel Santika harus menjadikan faktor tersebut peluang agar terciptanya keunggulan yang mampu bersaing dengan para pesaingnya. Oleh karena itu Keunggulan Bersaing yang diperoleh dari penerapan Desain bangunan dan Lokasi, tentunya Hotel Santika Tasikmalaya akan mempunyai keunggulan dari para pesaingnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis merasa tertarik untuk meneliti jauh mengenai seberapa besar pengaruh desain bangunan dan lokasi terhadap Keunggulan Bersaing pada perusahaan Hotel Santika Tasikmalaya.

Maka dari itu, hasil penelitian tersebut akan dituangkan dalam usulan penelitian dengan judul **“Pengaruh Desain Bangunan dan Lokasi terhadap Keunggulan Bersaing (Survei pada pengunjung Hotel Santika Tasikmalaya)**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan masalah yang dibahas sebelumnya, adapun identifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Desain Bangunan dan Lokasi pada Hotel Santika Tasikmalaya.
2. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada Hotel Santika Tasikmalaya.
3. Bagaimana pengaruh desain bangunan dan lokasi secara simultan dan parsial terhadap keunggulan bersaing pada Hotel Santika Tasikmalaya.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Desain bangunan dan Lokasi pada Hotel Santika Tasikmalaya
2. Keunggulan bersaing pada Hotel Santika Tasikmalaya
3. Pengaruh desain bangunan dan lokasi secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing pada Hotel Santika Tasikmalaya.

### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu :

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan bahan acuan yang dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu penyusunan usulan penelitian atau tesis.

2. Terapan Ilmu Pengetahuan

Dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya mengenai operasi perusahaan, dimana dalam penelitian ini penulis akan berusaha semaksimal mungkin melakukan pendekatan terhadap permasalahan yang terjadi berdasarkan metode ilmiah, yang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan itu sendiri.

- a. Bagi Penulis

Dapat memperdalam pemahaman khususnya tentang permasalahan yang diteliti sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

b. Bagi Perusahaan

Mengharapkan agar hasil penelitian ini akan dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berarti dalam operasi selanjutnya.

c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan contoh bagi perusahaan jasa lainnya khususnya rumah makan siap saji lain untuk dapat mempelajari desain bangunan dan lokasi agar mempunyai keunggulan bersaing.

## **1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Santika yang berada di  
Jl. Yudanegara No.57, Yudanegara, Cihideung, Tasikmalaya, Jawa Barat  
46121

Nomor Telepon : (0265) 315777, 329797

Fax : (0265) 311553

Email : [tasikmalaya@santika.com](mailto:tasikmalaya@santika.com)

Website : [Http://santikatasikmalaya.com://www.santika.com](http://santikatasikmalaya.com://www.santika.com).

### **1.5.2 Jadwal Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 7 bulan yaitu mulai dari bulan Maret 2018 sampai Oktober 2018. Untuk lebih jelasnya kegiatan penelitian terlampir pada lampiran 1.