BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi abad 21 akan menimbulkan persaingan ketat dibidang bisnis. Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dahulu dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan dan perhotelan berkembang dengan cepat. 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.

Salah satu strategi agar suatu organisasi mampu bersaing adalah dengan pelayanan terhadap konsumen yang salah satunya sebagai *customer service*,

Menurut Rambat Lupiyodi (2001:139) *customers service* merupakan aktifitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan konsumen mulai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi demi mepererat kerjasama melalui konsumen.

Dan menurut William J. Staton tentang *Customer service* adalah “Kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tidak nyata yang merupakan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dan tidak langsung terikat pada penjualan produk atau jasa lainnya”. (Staton, 1991:220).

Sedangkan menurut Rambat Lupiyodi (2001:139) *customers service* merupakan aktifitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan konsumen mulai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi demi memper erat kerjasama melalui konsumen.

Berdasarkan para pakaar yang di atas dapat disimpulkan bahwa *customer service* adalah segala aktivitas usaha yang dilakukan atau jasa yang di tawarkan oleh suatu perusahaan demi tercapainya kepuasan serta loyalitas pelanggan. Seorang *customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan berbagai masalah-masalah yang di hadapi oleh pelanggan atau tamunya. Tugas *customer service* yaitu memberikan pelayanan yang prima dan membina hubungan baik dengan nasabah, klien, atau pelanggan.

Perusahaan akan membentuk suatu citra yang baik di mata konsumen . Sedangkan citra yang kuat dibangun dari tindakan operasional sehari-hari yang konsisten dengan tata nilai perusahaan. Diperlukan segmentasi dan penentuan skala prioritas untuk membidik kalayak yang secara kritis mempunyai dampak yang tinggi (*high impact*) (Susanto,2007). Hotel Krisna Beach merupakan salah satu hotel terbesar di pangandaran, maka dari itu krisna Beach berusaha keras

untuk menciptakan kepuasan pengunjung dengan cara mengoptimalkan kinerja *costumer service*, *responsivnees* dan *empathy* terhadap pengunjung.

Langkah selanjutnya ternyata untuk memberikan citra terhadap hotel tidak hanya *costomer service* yang meberikan pelayanan terhadap pengunjung, *responsivnees* dalam memberikan pelayanan terhadap pengunjung pun harus lebih cekatan dalam melayani konsumen yang merasakan keluhan, tetapi keluhan pegunjung tidak hanya terhadap fasilitas atau pelyanan karyawan kepada konsumen ternyata pengaruh sikap dan tata perilaku karyawan dan ke ramah tamahan terhadap pengunjung pun menjadi nilai plus bagi perusahaan, karna rasa simpatik atau empati terhadap pengunjung di pertaruhkan juga dalam perusahaan. oleh karna itu tindakan seorang pelayan harus memiliki rasa empati dimana mereka harus meredam emosional konsumen ketika memiliki rasa keluhan.

Selain melayani fasilitas penginapan, hotel Krisna Beach Pangandaran juga memiliki fasilitas lain seperti : *meeting room*, arena bermain kluarga, kolam renang, dan café. Selain itu hotel Krisna Beach Pangandaran memiliki tempat strategis sehingga memudahkan pelanggan yang menginap dihotel tersebut untuk menikmati wisata di sekitar pantai

Strategi-strategi yang dilakukan perusahaan tersebut sebenarnya bukan hanya untuk memenangkan persaingan tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengunjung agar terciptanya kepuasan konsumen dan kemudian diharapkan akan terciptanya loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen saat ini menjadi sasaran utama atau fokus utama setiap perusahaan. Karena dapat

membantu pencapaian tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang

Oleh karena itu perusahaan ini selalu berusaha mewujudkan kepuasan bagi konsumen dengan menyediakan layanan yang unggul, dan akrab bersahabat, serta dalam suasana menyenangkan, namun karena terjadi persaingan dengan perusahaan lainnya maka diperlukan strategi-strategi untuk mempertahankan perusahaannya. Sehubungan dengan itu perusahaan harus mengerti apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumennya untuk memberikan kenyamanan

Hal tersebut penting untuk dilakukan karena menetapkan perbedaan yang berarti pada suatu jasa yang ditawarkan dengan jasa pesaing sehingga dapat dipresepsikan mempunyai nilai tambah oleh konsumen.

Adapun masalah yang dihadapi hotel Krisna Beach Pangandaran yaitu : Hotel Krisna Beach tidak memiliki tempat yang luas untuk perluasan hotel dikemudian hari, fasilitas parkir yang kurang luas, kemampuan karyawan hotel Krisna Beach dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada konsumen masih kurang baik, serta masih ada konsumen yang tidak loyal terhadap hotel Krisna Beach dan memilih jasa hotel pesaing dengan fasilitas yang jauh lebih baik

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti sejauh mana *Customer Service*, *responsevnees* dan *empathy* terhadap kepuasan pengunjung di Hotel Krisna Beach Pangandaran. Sehingga penulis memilih judul skripsi yaitu ***“PENGARUH CUSTOMER SERVICE,***

***RESPONSIVENESS DAN EMPATHY TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG HOTEL KRISNA BEACH PANGANDARAN***

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah yaitu tentang pengaruh *customer service*, *responsiveness* dan *empathy* terhadap kepuasan pengunjung, agar skripsi ini terarah dengan baik maka masalahnya diidentifikasi sebagai berikut :

1. Tanggapan konsumen terhadap *customer service* pada Hotel Krisna Beach
2. Tanggapan konsumen terhadap *responsiveness* pada Hotel Krisna Beach
3. Tanggapan konsumen terhadap *empathy* pada Hotel Krisna Beach
4. Tanggapan kepuasan konsumen pada Hotel Krisna Beach.
5. Pengaruh *customer service*, *responsiveness* dan *empathy* terhadap kepuasan Hotel Krisna Beach

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tentang pengaruh citra perusahaan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada hotel Krisna Beach Pangandaran, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hal – hal berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh *customer service* terhadap pengunjung Hotel Krisna Beach

2. Untuk mengetahui *Reponseveness*/cepat tanggap terhadap pengunjung Hotel Krisna Beach
3. Untuk mengetahui *Empathy* terhadap pengunjung Hotel Krisna beach
4. Untuk mengetahui Kepuasan pengunjung Hotel Krisna Beach
5. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *customer service*, *responsivnees* dan *empaty* terhadap kepuasan pengunjung

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai *customer service*, *responsivenees* dan *empaty* terhadap kepuasan pengunjung

2. Terapan Ilmu Pengetahuan

a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam menyusun suatu penelitian khususnya ilmu pengetahuan manajemen pemasaran mengenai *customer service*, *responsivenees* dan *empaty* terhadap kepuasan pengunjung

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan berupa sumbangan pemikiran dan dapat dijadikan bahan evaluasi oleh pihak hotel Krisna Beach Pangandaran dalam upaya meningkatkan

penjualan agar hal tersebut dapat menjadi informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan di masa yang akan datang.

c. Bagi Lembaga / Fakultas Ekonomi

Sebagai sumber informasi dalam menunjang perkuliahan, diharapkan dapat menambah perbendaharaan perpustakaan dan sebagai bahan perbandingan bagi rekan – rekan mahasiswa.

d. Bagi Peneliti Lain.

Hasil peneliti ini dapat dijadikan referensi sebagai bahan acuan dan pelengkap bagi peneliti lain dalam bidang pemasaran, khususnya dalam hal *customer service*, *responseivnees* dan *empaty* terhadap kepuasan pengunjung

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 lokasi pnelitian

Penelitian dilakukan di hotel krisna beach melalui survey langsung ke lokasi perusahaan serta *browsing* melalui internet, selain itu juga dilakukan melalui studi ke perpustakaan diFakultas Ekonomi, Universitas Negeri Siliwangi.

1.5.2 Jadwal penelitian

Adapun penelitian akan dilaksanakan terhitung sejak bulan Februari 2015 sampai dengan bulan Septemberi 2015