

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hotel adalah suatu tempat yang digunakan untuk menginap dan mungkin juga digunakan untuk acara pertemuan atau juga bisa digunakan sebagai tempat acara pernikahan dan acara ulang tahun. Bisnis hotel merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan di Indonesia. Bisnis ini juga memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia terutama di Medan. Kota Medan menjadi pusat dari berlangsungnya hampir segala aktivitas, baik dibidang politik, perekonomian, serta sosial-budaya lingkup Sumatera Utara. Selain itu, jika semakin banyak diadakan hubungan dengan Negara lain, akan semakin membuka peluang masuknya pengunjung mancanegara, baik yang berkepentingan bisnis maupun berwisata di kota Medan.

Reservasi hotel yaitu hal yang dilakukan seseorang guna mendapatkan informasi serta memesan hotel atau tempat penginapan yang diinginkan. Biasanya ketika seseorang melakukan reservasi hotel membutuhkan waktu yang lama karena harus datang secara langsung menuju hotel tersebut, selain itu harus menunggu receptionis melihat data-data pengguna kamar di dalam buku daftar tamu secara manual.

Saat ini jumlah hotel di kota Medan terus bertambah dan semakin banyak dengan berbagai variasi hotelnya yang membuat semakin banyak pilihan bagi para tamu, akan tetapi hal itu juga akan menyulitkan bagi para tamu dalam hal memilih dan memperoleh informasi yang diperlukan oleh para tamu. Biasanya para tamu

mengalami kesulitan dalam hal memperoleh informasi mengenai hotel yang akan dipilih baik itu informasi harga, fasilitas, dan layanan yang diberikan hotel tersebut bagi tamu. Tidak dipungkiri lagi para tamu kadang merasa kesulitan dalam hal memesan hotel di kota Medan, selain harus datang ke hotel secara langsung para tamu juga harus pintar memilih harga serta fasilitas hotel tersebut.

Dengan banyaknya hotel yang berdiri di kota Medan, persaingan hotel satu dengan hotel lain menjadi semakin ketat. Salah satunya yaitu Hotel Harper Medan. Hotel ini letaknya cukup strategis karena berada di dekat Durian Ukok yang terkenal, berbagai pusat perbelanjaan, museum, tempat ibadah, kantor pemerintah, area bisnis, dan toko-toko souvenir juga terletak dekat dengan hotel. Selain itu, Bandara Internasional Kualanamu dan Moda transportasi lainnya terletak hanya 15-55 menit dari hotel, membuat hotel ini mudah dijangkau baik bagi wisatawan lokal maupun internasional. Ini adalah tempat istirahat yang nyaman dikelilingi oleh berbagai pusat kuliner dan hiburan, akomodasi pilihan untuk wisatawan di kota. Hotel bintang 3 ini memiliki 89 kamar yang dibagi menjadi 3 jenis: Superior, Deluxe dan Suite. Rustik Bistro dan Bar juga tersedia untuk para tamu menikmati berbagai makanan dan minuman. Di hotel ini juga anda dapat merencanakan pertemuan bisnis atau perayaan lainnya karena hotel menyediakan 3 ruang pertemuan dan 1 board room dengan fasilitas lengkap. Wi-fi berkecepatan tinggi disediakan diseluruh area hotel. Pemasaran yang digunakan yaitu melalui media sosial.

Menurut statistik dari dinas pariwisata dan kebudayaan kota Medan tahun 2021, sampai saat ini di kota Medan terdapat 64 hotel berbintang, dengan pasar utamanya yaitu pengunjung dari kalangan bisnis. Keberadaan hotel biasanya

didukung fasilitas seperti ruang sidang, ruang pertemuan, dan lainnya. Dengan melihat kenyataan ini hotel dituntut menjadi kreatif dan inovatif untuk menarik tamu sebanyak-banyaknya. Baik itu penjualan kamar secara langsung maupun penjualan kamar secara *online*, baik dari website hotel itu sendiri ataupun melalui *online travel agent* (OTA). Hal ini juga mengakibatkan adanya persaingan yang kompetitif. Kondisi ini membuat pengelola akomodasi perhotelan semakin kreatif dalam menentukan strategi marketing.

Kerjasama hotel dengan pihak lain yang mempunyai pengaruh besar terhadap hotel yaitu kerja sama dengan perusahaan *online travel agent*, karena dengan adanya kerjasama dengan perusahaan *online travel agent*, hotel bisa menjual kamar dengan mudah dan cepat melalui aplikasi-aplikasi yang sudah populer dikalangan masyarakat luas. Pada saat ini hotel yang bekerjasama dengan perusahaan *online travel agent* salah satunya adalah Hotel Harper Medan dimana hotel ini bekerjasama untuk mendukung pelayanan *reservation* dan juga untuk meningkatkan okupansi hotel.

Online travel agent dilihat dari pangsa pasarnya dibagi menjadi dua, yaitu *online travel agent* dan *offline travel agent*. *Online travel agent* adalah salah satu jenis *travel agent* yang seluruh kegiatan transaksinya dilakukan secara *online*. sedangkan *offline travel agent* adalah *travel agent* yang berlokasi di daerah atau Negara yang sama dengan tempat tinggal konsumen. Jenis *travel agent* ini menyediakan layanan reservasi *online* dan sarana yang dibutuhkan oleh tamu dalam melakukan perjalanan. tugasnya disini sebagai perantara yang dipercaya dan konsultan perjalanan yang menyediakan akomodasi dan tiket perjalanan dengan melakukan promosi secara *online*.

Dengan berkembang pesatnya cara memesan kamar hotel ini turut juga merubah pola pikir tamu dalam memesan kamar. Yang dulunya tamu memesan kamar melalui telepon ataupun *faximile*, kini beralih memesan kamar melalui *online travel agent* (OTA). Hal ini dibuktikan dengan adanya pemesanan kamar hotel secara *online*. Beberapa contoh vendor *online travel agent* yang sudah ada di Indonesia yaitu Traveloka, Tiket.com, Airy Rooms, Agoda, PegiPegi, JD.ID, Zenrooms, RedDoorz, iasaRaja kamar, booking.com dan Go Indonesia. Sumber: DailySocial.id (5 Maret 2019).

Dengan bermunculnya *online travel agent* (OTA) dalam pemesanan kamar secara *online*, vendor-vendor pemesanan kamar hotel ini harus bersaing memberikan penawaran kepada tamu, agar para tamu mau menggunakan jasa pemesanan kamar hotel melalui *online travel agent* (OTA). Dengan adanya vendor *online travel agent* (OTA), yang menawarkan berbagai promo dan kemudahan yang ditawarkan kepada tamu dalam memesan kamar hotel.

Sebelum memutuskan untuk menginap ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan, yakni kualitas pelayanan yang disediakan oleh hotel tersebut. Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan yang diberikan perusahaan kepada tamu sesuai dengan apa yang diharapkan tamu yaitu memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu.

Yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah selama menggunakan jasa *online travel agent* dalam penjualan kamar di Hotel Harper meningkat setiap tahunnya atau tidak.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *online travel agent* dan seberapa besar pengaruh kualitas

pelayanan yang diberikan hotel tersebut kepada tamu. Adapun judul dari penelitian ini adalah “Pengaruh *online travel agent* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Harper Medan”. Alasan penulis memilih judul ini karena hampir semua perusahaan dalam menjalankan usahanya menggunakan situs *online*. Oleh sebab itu, penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *online travel agent* terhadap Hotel Harper. Dan saat ini, sering sekali kita mendengar keluhan dari tamu yang merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perhotelan kepada tamu, sehingga hal ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan keputusan tamu untuk menginap semakin berkurang. Maka dari itu penulis melakukan penelitian ini untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan hal tersebut diatas.

Tabel 1.1 Jenis Dan Harga Kamar Di Hotel Harper Medan

Jenis Kamar	Harga Kamar/malam
Superior	Rp.548.000
Deluxe	Rp.721.000
Suite Room	Rp.1.131.000

(Sumber : Receptionist Hotel Harper Medan)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *online travel agent* terhadap keputusan menginap di Hotel Harper Medan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Harper Medan?

3. Bagaimana pengaruh *online travel agent* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Harper Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *online travel agent* terhadap keputusan menginap di Hotel Harper Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Harper Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh *online travel agent* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Hotel Harper Medan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian yang disajikan dalam penulisan ini dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Penulis
 - a. Sebagai sarana untuk mempraktekkan ilmu pengetahuan yang dipelajari dan menerapkan secara nyata di perusahaan tempat peneliti mengadakan penelitian khususnya di bidang reservasi.
 - b. Sebagai sarana untuk pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang bisa dimanfaatkan sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Hasil penelitian ini digunakan untuk memperoleh gambaran sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terutama menyangkut aspek penjualan kamar hotel.

- b. Sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi para pemilik usaha dalam meningkatkan jumlah pengunjung di hotel
 3. Bagi pihak lain
- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat digunakan sebagai tambahan wawasan, pengetahuan, dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.

